



## Très forte croissance

Chiffre d'affaires : +11%<sup>(1)</sup>

Résultat opérationnel courant : +17%<sup>(1)</sup>

Résultat net part du Groupe : +20%

## Amélioration des objectifs annuels 2011/12

Croissance interne du résultat opérationnel courant  
proche de +8%

Ratio<sup>(2)</sup> Dette nette/EBITDA proche de 3,9 au 30 juin 2012

### En bref :

- **Dynamisme du chiffre d'affaires (+11%<sup>(1)</sup>)**, tiré par le Top 14 (+14%<sup>(1)</sup>) et les pays émergents (+18%<sup>(1)</sup>)
- **Amélioration des taux de marge** (marge brute : 62,1%, +124pb) tout en conservant un fort niveau d'investissements publi-promotionnels, notamment au service de l'innovation
- **Accélération de la croissance des résultats : +17%<sup>(1)</sup>**
- Poursuite d'un **rapide désendettement** et franchissement d'une **étape clé pour le refinancement** de la dette

**Pierre Pringuet**, Directeur Général du Groupe commente :

« Nous nous réjouissons de l'**excellente performance commerciale et financière** de Pernod Ricard au premier semestre 2011/12. Ceci démontre la force de notre modèle (**large portefeuille de marques premium, réseau mondial de distribution détenu en propre**) ainsi que la pertinence de nos choix (**investissement soutenu sur les marques, développement dans les marchés émergents**) : ceci constitue un **réel avantage concurrentiel** dans le contexte économique actuel.

Confiants dans la poursuite des **solides tendances sous-jacentes**, nous **améliorons nos objectifs chiffrés** pour l'année 2011/12 : **croissance interne du résultat opérationnel courant proche de +8% et ratio<sup>(2)</sup> Dette Nette/EBITDA proche de 3,9 au 30 juin 2012.** »



## Communiqué - Paris, 16 février 2012

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 15 février 2012 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes du premier semestre 2011/12, clos au 31 décembre 2011.

### Chiffres clés

- **Chiffre d'affaires : 4 614 M€ (+8%, croissance interne +11%), tiré par les marques du Top 14 (+14%<sup>(1)</sup>) et les marchés émergents (+18%<sup>(1)</sup>)**
- **Investissements publi-promotionnels : en hausse de +8%<sup>(1)</sup>, soit une stabilité du ratio sur chiffre d'affaires**
- **Résultat opérationnel courant : 1 379 M€ (+14%, croissance interne +17%)**
- **Résultat net courant part du Groupe : 843 M€ (+16%)**
- **Résultat net part du Groupe : 800 M€ (+20%)**
- **Poursuite du désendettement rapide avec un ratio<sup>(2)</sup> Dette Nette / EBITDA de 3,9 au 31 décembre 2011 contre 4,4 au 30 juin 2011**

### Revue d'activité

Au premier semestre 2011/12, dans un contexte marqué par des évolutions macro-économiques hétérogènes sur ses différents marchés, Pernod Ricard a connu **une forte croissance** avec :

- ✓ un dynamisme de son activité, tirée par **les marques du Top 14 et par les marchés émergents**
- ✓ une **progression des taux de marge**, tout en gardant un **soutien publi-promotionnel élevé** derrière ses marques
- ✓ une **accélération de la croissance interne de son résultat opérationnel courant à +17%** avec une progression<sup>(1)</sup> dans chacune des régions du Groupe
- ✓ le franchissement d'une étape clé dans le refinancement de la dette.

### Chiffre d'affaires

- **Chiffre d'affaires semestriel 2011/12 :**

**Le chiffre d'affaires semestriel s'élève à 4 614 M€ (hors droits et taxes), soit une progression soutenue de +8%**, qui résulte :

- ✓ d'une **croissance interne de +11%**, avec la poursuite du dynamisme sur les **marchés émergents à +18%<sup>(1)</sup>**, et une croissance solide des **marchés matures à +6%<sup>(1)</sup>**. Cette croissance a bénéficié en partie d'une augmentation des stocks des distributeurs en France



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

(« sur-stockage France ») avant la hausse des droits d'accises sur les spiritueux (à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012). Retraitée de l'effet du « sur-stockage France », la croissance sur les marchés matures reste néanmoins solide à **+3%**<sup>(1)</sup>. Au niveau du Groupe la croissance interne du chiffre d'affaires retraitée du même effet aurait été de **+8%**.

- ✓ d'un **effet devises défavorable de (99) M€**, soit **-2%** sur le semestre, principalement lié à la dépréciation du dollar américain et de certaines devises de pays émergents (roupie indienne, peso mexicain,...).
- ✓ d'un **effet périmètre de -1%**, principalement lié à la cession de certaines activités en Nouvelle-Zélande au 1<sup>er</sup> semestre 2010/11.

Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2011/12, le **chiffre d'affaires** consolidé s'établit à **2 627 M€**, en hausse de **+9%**, soit une croissance interne de **+11%**, un effet devises de **-1%** et un effet périmètre de **-1%**.

#### ➤ Régions :

Toutes les régions sont en croissance sur le semestre :

- ✓ **L'Asie/Reste du Monde**, en croissance de **+15%** (croissance interne de **+18%**), reste le premier moteur de croissance du Groupe, principalement grâce à l'Asie (Chine, Inde, Vietnam, Taïwan et marchés Travel Retail notamment) et à l'Afrique/Moyen Orient. Martell, les Scotchs du Top 14 et les whiskies indiens en sont les principaux fers de lance. D'autres relais de croissance comme le vin, le champagne et la vodka commencent également à prendre de l'importance.
- ✓ **L'Amérique** est en progression de **+1%**, soit une croissance interne de **+6%**. Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires progresse de **+5%**<sup>(1)</sup>, avec un effet mix-prix favorable. Jameson (**+37%**<sup>(1)</sup>) reste le leader de la croissance aux Etats-Unis, mais d'autres marques (The Glenlivet, Malibu,...) affichent également des croissances solides. Absolut est restée stable aux Etats-Unis. Le chiffre d'affaires a également progressé dans la plupart des autres marchés, à l'exception du Mexique (mise en place d'une nouvelle organisation commerciale). Au Brésil, le chiffre d'affaires a progressé de **+14%**<sup>(1)</sup>, tiré par le Top 14 (**+34%**<sup>(1)</sup>) et en particulier le succès d'Absolut, de Chivas et de Ballantine's. Le Canada accélère sa croissance (**+5%**<sup>(1)</sup>) avec une progression à deux chiffres de Kahlua et Malibu.
- ✓ **En Europe hors France**, le premier semestre est satisfaisant avec une progression du chiffre d'affaires de **+2%**<sup>(1)</sup> contre une stabilité<sup>(1)</sup> sur l'ensemble de l'exercice 2010/11. Les tendances sont toutefois divergentes, avec une croissance accélérée en Europe de l'Est et en Europe Centrale (**+15%**<sup>(1)</sup>) et un déclin relatif en Europe Occidentale (**-2%**<sup>(1)</sup>) principalement dû à l'Espagne (**-5%**<sup>(1)</sup>, pas de reprise constatée à date), au Royaume-Uni (**-6%**<sup>(1)</sup> en raison du vin) et en Italie (**-11%**<sup>(1)</sup>, strict contrôle des niveaux de stock par les distributeurs). Les autres marchés d'Europe Occidentale ont été plus résistants (Allemagne **+2%**<sup>(1)</sup>, Travel Retail).
- ✓ **En France**, le chiffre d'affaires progresse de **+25%**<sup>(1)</sup> en raison des achats effectués par les distributeurs (3 à 4 mois de stocks) en anticipation de l'augmentation des droits d'accises sur les spiritueux (**+14%** en moyenne). L'impact sur le chiffre d'affaires est estimé à **+98 M€**. Hors « sur-stockage », le chiffre d'affaires croît de **+1%**<sup>(1)</sup>. Les marques du Top 14 (**+26%**<sup>(1)</sup>), en particulier Ricard, Ballantine's, et Jameson, ont bénéficié du « sur-stockage ».

#### ➤ Marques :

Sur le semestre, les marques du **Top 14** (61% du chiffre d'affaires du Groupe) progressent de **+9%** en volume et de **+14% en valeur**<sup>(1)</sup> avec sept marques qui affichent une croissance<sup>(1)</sup> à deux chiffres : **Royal Salute (+34%)**, **Ricard (+32%, favorisé par le « sur-stockage France »)**, **Martell (+28%)**, **Jameson (+25%)**, **Perrier Jouët (+22%)**, **The Glenlivet (+19%)**, **Chivas Regal (+13%)**. Le chiffre d'affaires d'**Absolut** progresse de **+4%**<sup>(1)</sup>, en croissance dans toutes les régions. Le chiffre d'affaires d'**Havana Club** est **stable**<sup>(1)</sup> principalement en raison du ralentissement en Espagne et en Italie. **Kahlua** recule de **-3%**<sup>(1)</sup> avec des expéditions en recul aux Etats-Unis. Cependant, les sorties



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

grossistes sur ce marché se stabilisent, et d'autres marchés affichent une forte croissance (Canada +14%<sup>(1)</sup>; Russie +42%<sup>(1)</sup>).

**Les marques de vins premium prioritaires** progressent de +3%<sup>(1)</sup>. La stratégie valeur et la diversification géographique de ces marques permet de générer **une croissance de +10%<sup>(1)</sup> de la contribution après frais publi-promotionnels** au premier semestre 2011/12, ce qui représente une accélération sensible par rapport aux +6%<sup>(1)</sup> publiés pour l'exercice 2010/11.

Les **18 marques-clé locales de spiritueux** ont contribué à hauteur de 19% de la croissance interne du chiffre d'affaires du Groupe. Ces marques ont progressé de +12% en valeur<sup>(1)</sup>, tirées par les whiskies locaux en Inde (+26%<sup>(1)</sup>). Plusieurs autres marques affichent une **croissance à deux chiffres<sup>(1)</sup>**, dont **Clan Campbell (+32%<sup>(1)</sup>)** et **Pastis 51 (+33%<sup>(1)</sup>)**, qui ont bénéficié du « sur-stockage France ». Hors cet effet, la croissance interne des **18 marques-clé locales de spiritueux** est de +8%<sup>(1)</sup>.

**Les marques premium<sup>(3)</sup>** représentent **74%** du chiffre d'affaires du Groupe sur le premier semestre 2011/12, contre 71% pour le premier semestre 2010/11.

### Marge brute et investissements publi-promotionnels

**La marge brute (après coûts logistiques) atteint 2 863 M€, en progression de +12%<sup>(1)</sup>**, avec un **ratio marge brute / chiffre d'affaires** qui s'améliore significativement à **62,1%** contre 60,8% pour le premier semestre 2010/11 (+124 pb, soit environ +90 pb hors effet « sur-stockage France »). Ceci résulte d'un effet mix favorable lié à une hausse de la part du Top 14 et des qualités supérieures, notamment sur Martell, Ballantine's et Chivas, de hausses tarifaires (supérieures à +2% en moyenne sur le Top 14) et d'une bonne maîtrise des coûts (<+2% en moyenne).

**Les investissements publi-promotionnels sont en hausse de +8%<sup>(1)</sup> à (817) M€.** Le **ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires** s'est élevé à 17,7%, soit une stabilité par rapport à l'an dernier si l'on retire l'impact du « sur-stockage France ». Environ ¾ de l'investissement est concentré sur le Top 14. Les investissements publi-promotionnels sur les marchés émergents affichent une croissance de +20%<sup>(1)</sup> sur la période.

### Frais de structure

**Les frais de structure** sont en hausse de +8%<sup>(1)</sup> à (667) M€. Les ressources ont été allouées en fonction du potentiel de croissance de chaque marché. Le réseau de distribution a ainsi été renforcé significativement sur les marchés émergents : **Chine (+25%<sup>(1)</sup>)**, **Inde (+31%<sup>(1)</sup>)**, **Russie (+18%<sup>(1)</sup>)**, **Brésil (+18%<sup>(1)</sup>)**. En Europe Occidentale **les frais de structure ont augmenté en ligne avec l'inflation +2%<sup>(1)</sup>**. Au total le **ratio frais de structure / chiffre d'affaires s'établit à 14,5%**, en baisse de (22)pb.

### Résultat opérationnel courant

**Le résultat opérationnel courant progresse de +17%<sup>(1)</sup> à 1 379 M€** Hors impact du « sur-stockage France » il serait en hausse de +12%<sup>(1)</sup>. Le **taux de marge opérationnelle atteint 29,9%**, en forte progression par rapport au premier semestre 2010/11 (28,3%), ou 29,1% retraité du « sur-stockage France ».

Au premier semestre 2011/12, **l'effet devises** sur le résultat opérationnel courant s'établit à **(34) M€**, principalement en raison du dollar américain et des devises de certains marchés émergents. Sur la



**Pernod Ricard**

*Créateurs de convivialité*

base des taux actuels l'effet devises sur le résultat opérationnel courant pour l'ensemble de l'exercice 2011/12 devrait devenir positif pour environ 25 M€

Au premier semestre 2011/12, l'effet périmètre négatif de (6) M€ sur le résultat opérationnel courant est lié aux cessions d'activités en Nouvelle-Zélande au 1<sup>er</sup> semestre 2010/11. Pour l'ensemble de l'exercice 2011/12, l'effet périmètre sur le Résultat Opérationnel Courant est estimé à environ (15) M€.

Toutes les régions contribuent à la croissance interne du résultat opérationnel courant, avec +27%<sup>(1)</sup> en Asie/Reste du Monde, +6%<sup>(1)</sup> en Amérique, +5%<sup>(1)</sup> en Europe hors France et +47%<sup>(1)</sup> en France.

### Résultat net courant

Le résultat financier courant est une charge de (233) M€, en amélioration de +10 M€ par rapport au premier semestre 2010/11. Il est constitué de frais financiers liés à la dette pour (228) M€, soit +4 M€ d'économies (effet baisse de la dette) et d'autres produits et charges financiers courants pour (5) M€, soit +6 M€ d'économies (réduction des charges financières nettes liées aux engagements de retraite).

Le coût moyen de la dette s'établit à 4.9%, en hausse modérée par rapport aux 4.7% de 2010/11 suite à l'accélération du programme de refinancement.

Sur la base des taux d'intérêt actuels, le coût moyen de la dette pour l'ensemble de l'exercice 2011/12 est estimé proche de 5,3%.

L'impôt sur les éléments courants est une charge de (283) M€, soit un taux courant effectif d'impôt de 24,7%, contre 23,1% au premier semestre 2010/11, avec un impact significatif de la saisonnalité des ventes, renforcée par le « sur-stockage France ». Le taux courant effectif d'impôt pour l'ensemble de l'exercice 2011/12 est estimé dans une fourchette de 23% à 24%.

Au total, le résultat net courant part du Groupe atteint 843 M€, en progression de +16% par rapport à l'exercice 2010/11 et le résultat net courant dilué par action augmente également de +16%, à 3,19 €/action.

### Résultat net

Les autres produits et charges opérationnels non courants s'établissent à (53) M€ incluant des plus et moins-values nettes sur cessions, des charges de restructuration et des autres produits et charges fiscaux non récurrents.

Les éléments financiers non courants constituent une charge nette de (40) M€ due principalement à des pertes de change.

En conséquence, le résultat net part du Groupe atteint 800 M€, en progression de +20% par rapport au premier semestre 2010/11.

### Endettement

La dette nette au 31 décembre 2011 s'établit à 9 410 M€. La dette nette avant écart de conversion baisse de (192) M€ grâce à une forte génération de cash (Free Cash Flow de 607 M€). L'écart de conversion (taux EUR/USD à 1,29 au 31 décembre 2011 vs. 1,45 au 30 juin 2011) a un impact défavorable de (564) M€.



**Pernod Ricard**

*Créateurs de convivialité*

Le ratio<sup>(2)</sup> **Dette Nette / EBITDA** est en forte baisse à **3,9 au 31 décembre 2011** contre 4,4 au 30 juin 2011. Hors impact du « sur-stockage France », ce ratio serait de 4,1.

Suite au relèvement à « Investment Grade » par Moody's et S&P au premier semestre 2011/12, Pernod Ricard a accéléré ses refinancements via deux émissions obligataires à des conditions attractives :

- ✓ **1,5 milliard d'USD** en octobre 2011 (maturité de 10 ans - 4,45%)
- ✓ **2,5 milliards d'USD** en janvier 2012 (post clôture semestrielle) : maturité 5 ans – 2,95% ; maturité 10,5 ans – 4,25% ; maturité 30 ans – 5,5%)

En conséquence, au 31 décembre 2011, sur une base pro forma de l'émission obligataire de janvier 2012 :

- ✓ la dette obligataire représente 77% de l'endettement brut, au-delà de l'objectif initial de 50%
- ✓ la maturité pondérée de la dette a été allongée à 6 ans et 10 mois et le profil des remboursements futurs est mieux lissé
- ✓ la dette bancaire tirée du crédit syndiqué restant à refinancer à échéance juillet 2013 est limitée à 1,5 milliard d'euros.

## **Conclusion et perspectives**

**Pernod Ricard a réalisé un excellent premier semestre 2011/12 :**

- ✓ continuité des principales tendances de marché de l'année 2010/11 : forte croissance des marchés émergents, premiumisation,...
- ✓ amélioration significative du taux de marge opérationnelle
- ✓ nouvelle réduction de l'endettement et progrès décisifs dans le refinancement de l'échéance de juillet 2013
- ✓ quelques effets techniques favorables (« sur-stockage France », anticipation du Nouvel An chinois) qui se répercuteront négativement sur le deuxième semestre 2011/12

**Scénario économique de Pernod Ricard pour les six prochains mois :**

- ✓ poursuite du fort dynamisme des marchés émergents : Asie, Europe de l'Est, Amérique Latine, Afrique
- ✓ reprise progressive aux Etats-Unis
- ✓ environnement restant difficile en Europe Occidentale, avec une poursuite de la récession en Europe du Sud
- ✓ consommation en France impactée par la hausse des prix liée à la récente augmentation des droits d'accises au premier janvier 2012

**Pierre Pringuet**, Directeur Général du Groupe commente :

« Nous nous réjouissons de l'**excellente performance commerciale et financière** de Pernod Ricard au premier semestre 2011/12. Ceci démontre la force de notre modèle (**large portefeuille de marques premium, réseau mondial de distribution détenu en propre**) ainsi que la pertinence de nos choix



**Pernod Ricard**

*Créateurs de convivialité*

(investissement soutenu sur les marques, développement dans les marchés émergents) : ceci constitue un **réel avantage concurrentiel** dans le contexte économique actuel. Confiants dans la poursuite des **solides tendances sous-jacentes**, nous **améliorons nos objectifs chiffrés** pour l'année 2011/12 : **croissance interne du résultat opérationnel courant proche de +8% et ratio<sup>(2)</sup> Dette Nette/EBITDA proche de 3,9 au 30 juin 2012.** »

(1) *Croissance interne*

(2) *Dette Nette calculée en convertissant la part non libellée en EUR aux taux moyens, méthode crédit syndiqué*

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



**Pernod Ricard**

*Créateurs de convivialité*

### **A propos de Pernod Ricard**

*Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 643 millions d'euros en 2010/11. 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 « Sociétés de marques » et 70 « Sociétés 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 sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après vérification du rapport de gestion*

*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*

Jean TOUBOUL / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs T : +33 (0)1 41 00 41 71

Stéphanie SCHROEDER / Directrice Adjointe Communication Externe T : +33 (0)1 41 00 42 74

Alison DONOHOE / Relations Investisseurs T : +33 (0)1 41 00 42 14

Florence TARON / Responsable Relations Presse T : +33 (0)1 41 00 40 88



**CROISSANCE INTERNE DES MARQUES**

<b>Top 14</b>	<b>Croissance interne du chiffre d'affaires</b>	<b>Dont volumes</b>	<b>Dont effet prix/mix</b>
<b>Chivas Regal</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>	<b>2%</b>
<b>Absolut</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>
<b>Ballantine's</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>1%</b>
<b>Jameson</b>	<b>25%</b>	<b>20%</b>	<b>5%</b>
<b>Ricard</b>	<b>32%</b>	<b>29%</b>	<b>3%</b>
<b>Malibu</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>	<b>-3%</b>
<b>Beefeater</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>-1%</b>
<b>Kahlua</b>	<b>-3%</b>	<b>-2%</b>	<b>-1%</b>
<b>Havana Club</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>Martell</b>	<b>28%</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>
<b>The Glenlivet</b>	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>5%</b>
<b>Royal Salute</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>	<b>7%</b>
<b>Mumm</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>
<b>Perrier-Jouët</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>5%</b>
<b>Top 14</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>	<b>5%</b>



**COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SYNTHETIQUE**

(En millions d'euros)	31/12/2010	31/12/2011	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>4 282</b>	<b>4 614</b>	<b>8%</b>
<b>Marge brute après coûts logistiques</b>	<b>2 604</b>	<b>2 863</b>	<b>10%</b>
Frais publi-promotionnels	(765)	(817)	7%
<b>Contribution après frais publi- promotionnels</b>	<b>1 839</b>	<b>2 046</b>	<b>11%</b>
Frais commerciaux et généraux	(629)	(667)	6%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 210</b>	<b>1 379</b>	<b>14%</b>
Résultat financier courant	(243)	(233)	-4%
Impôt sur les bénéfices courant	(224)	(283)	26%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(18)	(19)	8%
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>726</b>	<b>843</b>	<b>16%</b>
Autres produits et charges opérationnelles	(29)	(53)	NA
Éléments financiers non courants	8	(40)	NA
Impôt sur les bénéfices non courant	(39)	50	NA
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>666</b>	<b>800</b>	<b>20%</b>
Résultat net part des minoritaires	19	20	4%
<b>Résultat net</b>	<b>685</b>	<b>820</b>	<b>20%</b>



## EFFET DEVISES

Effet devises à fin Décembre 2011/12 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC	
		2010/11	2011/12	%			
Dollar américain	USD	1,33	1,38	4,2%	(39)	(27)	
Roupie indienne	INR	60,46	66,60	10,1%	(25)	(8)	
Rand sud-africain	ZAR	9,42	10,50	11,4%	(5)	(3)	
Livre turque	TRL	1,97	2,46	24,9%	(5)	(3)	
Couronne suédoise	SEK	9,30	9,12	-1,9%	1	(2)	
Rouble russe	RUB	40,63	41,61	2,4%	(3)	(2)	
Peso mexicain	MXN	16,68	17,87	7,1%	(8)	(2)	
Dollar australien	AUD	1,40	1,34	-4,6%	6	(1)	
Real brésilien	BRL	2,28	2,36	3,6%	(4)	(1)	
Zloty polonais	PLN	3,99	4,29	7,5%	(4)	(1)	
Peso argentin	ARS	5,24	5,81	10,8%	(5)	(1)	
Baht thaïlandais	THB	40,79	42,18	3,4%	(2)	(1)	
Dollar canadien	CAD	1,36	1,38	1,6%	(2)	(0)	
Franc suisse	CHF	1,33	1,20	-9,8%	3	2	
Yuan chinois	CNY	8,89	8,82	-0,9%	4	3	
Livre sterling	GBP	0,85	0,87	2,5%	(5)	4	
Ecart de conversion / couvertures de change						16	
Autres devises						(6)	(5)
<b>Total</b>						<b>(99)</b>	<b>(34)</b>

## EFFET PERIMETRE

Effet périmètre semestre 1 2011/12 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
Actifs néo-zélandais	(12)	(2)
Autres	(11)	(4)
<b>Total effet périmètre</b>	<b>(23)</b>	<b>(6)</b>



**BILAN CONSOLIDE**

<b>Actif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2011</b>	<b>31/12/2011</b>
<b>(En valeurs nettes)</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	16 332	17 330
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 156	2 316
Actifs d'impôt différé	1 459	1 605
<b>Actifs non courants</b>	<b>19 947</b>	<b>21 251</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et en-cours	3 875	4 048
<i>Dont en-cours de biens</i>	<i>3 150</i>	<i>3 286</i>
Créances clients et comptes rattachés (*)	904	1 655
Autres créances d'exploitation	136	102
Autres actifs courants	59	48
Trésorerie et équivalents de trésorerie	774	895
<b>Actifs courants</b>	<b>5 748</b>	<b>6 748</b>
Actifs destinés à être cédés	4	3
<b>Total actifs</b>	<b>25 699</b>	<b>28 002</b>

(\*) après cessions de créances de :

425	709
-----	-----

<b>Passif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2011</b>	<b>31/12/2011</b>
<b>Capitaux propres Groupe</b>	<b>9 284</b>	<b>10 459</b>
Intérêts minoritaires	190	188
<i>Dont résultat tiers</i>	<i>32</i>	<i>20</i>
<b>Capitaux propres</b>	<b>9 474</b>	<b>10 647</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 612	3 823
Emprunts obligataires non courants	4 657	5 991
Dette financière et dérivés non courants	5 004	4 245
<b>Total passifs non courants</b>	<b>13 272</b>	<b>14 060</b>
Provisions courantes	265	175
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 884	2 373
Autres passifs d'exploitation	23	26
Autres passifs courants	361	260
Emprunts obligataires courants	82	172
Dettes financières et dérivés courants	337	290
<b>Total passifs courants</b>	<b>2 953</b>	<b>3 295</b>
Passifs destinés à être cédés	-	-
<b>Total passifs et capitaux propres</b>	<b>25 699</b>	<b>28 002</b>



### VARIATION DE LA DETTE NETTE

(En millions d'euros)	31/12/2010	31/12/2011
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 225</b>	<b>1 363</b>
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(142)	(296)
Résultat Financier et impôts cash	(366)	(365)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(78)	(95)
<b>Free Cash Flow</b>	<b>639</b>	<b>607</b>
Cessions/acquisitions actifs et divers	41	(33)
Incidence des variations du périmètre de consolidation	0	
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(350)	(383)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>331</b>	<b>191</b>
Incidence des écarts de conversion	533	(564)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)</b>	<b>864</b>	<b>(372)</b>
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10 584)	(9 038)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(9 720)	(9 410)



**DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2010/11		Trimestre 1 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	164	8,7%	162	8,1%	(2)	-1%	(2)	-1%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	517	27,5%	524	26,4%	7	1%	17	3%	(4)	-1%	(6)	-1%
Amériques	482	25,7%	508	25,6%	26	5%	66	14%	1	0%	(41)	-8%
Asie / Reste du Monde	715	38,1%	794	39,9%	79	11%	116	16%	(7)	-1%	(30)	-4%
<b>Monde</b>	<b>1 879</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 987</b>	<b>100,0%</b>	<b>108</b>	<b>6%</b>	<b>196</b>	<b>11%</b>	<b>(10)</b>	<b>-1%</b>	<b>(77)</b>	<b>-4%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 2 2010/11		Trimestre 2 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	251	10,5%	356	13,5%	104	42%	104	42%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	717	29,8%	708	26,9%	(9)	-1%	3	0%	(5)	-1%	(8)	-1%
Amériques	669	27,8%	658	25,1%	(10)	-2%	4	1%	(3)	-1%	(11)	-2%
Asie / Reste du Monde	766	31,9%	905	34,5%	139	18%	147	19%	(4)	-1%	(4)	0%
<b>Monde</b>	<b>2 403</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 627</b>	<b>100,0%</b>	<b>224</b>	<b>9%</b>	<b>258</b>	<b>11%</b>	<b>(13)</b>	<b>-1%</b>	<b>(22)</b>	<b>-1%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2010/11		Semestre 1 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	415	9,7%	517	11,2%	102	25%	102	25%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	1 235	28,8%	1 232	26,7%	(3)	0%	21	2%	(10)	-1%	(14)	-1%
Amériques	1 151	26,9%	1 166	25,3%	15	1%	69	6%	(3)	0%	(51)	-4%
Asie / Reste du Monde	1 481	34,6%	1 699	36,8%	218	15%	262	18%	(11)	-1%	(34)	-2%
<b>Monde</b>	<b>4 282</b>	<b>100,0%</b>	<b>4 614</b>	<b>100,0%</b>	<b>332</b>	<b>8%</b>	<b>454</b>	<b>11%</b>	<b>(23)</b>	<b>-1%</b>	<b>(99)</b>	<b>-2%</b>



### DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

#### Monde

(en millions d'euros)	Fin décembre 2010/11	Fin décembre 2011/12	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	4 282 100,0%	4 614 100,0%	332 8%	454 11%	(23) -1%	(99) -2%
Marge brute après coûts logistiques	2 604 60,8%	2 863 62,1%	259 10%	320 12%	(5) 0%	(56) -2%
Frais publi-promotionnels	(765) 17,9%	(817) 17,7%	(52) 7%	(64) 8%	(2) 0%	13 -2%
Contribution après PP	1 839 42,9%	2 046 44,3%	207 11%	256 14%	(6) 0%	(43) -2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 210 28,3%</b>	<b>1 379 29,9%</b>	<b>168 14%</b>	<b>208 17%</b>	<b>(6) 0%</b>	<b>(34) -3%</b>

#### Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Fin décembre 2010/11	Fin décembre 2011/12	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 481 100,0%	1 699 100,0%	218 15%	262 18%	(11) -1%	(34) -2%
Marge brute après coûts logistiques	866 58,5%	1 025 60,4%	159 18%	178 21%	(2) 0%	(17) -2%
Frais publi-promotionnels	(282) 19,1%	(317) 18,7%	(35) 12%	(39) 14%	0 0%	4 -1%
Contribution après PP	584 39,4%	708 41,7%	124 21%	139 24%	(2) 0%	(13) -2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>424 28,6%</b>	<b>527 31,0%</b>	<b>104 24%</b>	<b>116 27%</b>	<b>(2) 0%</b>	<b>(11) -3%</b>

#### Amérique

(en millions d'euros)	Fin décembre 2010/11	Fin décembre 2011/12	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 151 100,0%	1 166 100,0%	15 1%	69 6%	(3) 0%	(51) -4%
Marge brute après coûts logistiques	713 61,9%	721 61,8%	8 1%	40 6%	(0) 0%	(32) -4%
Frais publi-promotionnels	(200) 17,4%	(204) 17,4%	(4) 2%	(9) 5%	(2) 1%	8 -4%
Contribution après PP	513 44,5%	518 44,4%	5 1%	31 6%	(2) 0%	(24) -5%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>339 29,5%</b>	<b>338 29,0%</b>	<b>(1) 0%</b>	<b>19 6%</b>	<b>(2) -1%</b>	<b>(19) -5%</b>



**DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION (SUITE)**

**Europe hors France**

(en millions d'euros)	Fin décembre 2010/11		Fin décembre 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	1 235	100,0%	1 232	100,0%	(3)	0%	21	2%	(10)	-1%	(14)	-1%
Marge brute après coûts logistiques	722	58,5%	731	59,3%	9	1%	19	3%	(2)	0%	(8)	-1%
Frais publi-promotionnels	(181)	14,6%	(176)	14,3%	5	-3%	3	-2%	0	0%	2	-1%
Contribution après PP	541	43,8%	555	45,0%	14	3%	22	4%	(2)	0%	(7)	-1%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>328</b>	<b>26,6%</b>	<b>339</b>	<b>27,5%</b>	<b>10</b>	<b>3%</b>	<b>17</b>	<b>5%</b>	<b>(2)</b>	<b>-1%</b>	<b>(5)</b>	<b>-1%</b>

**France**

(en millions d'euros)	Fin décembre 2010/11		Fin décembre 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	415	100,0%	517	100,0%	102	25%	102	25%	(0)	0%	0	0%
Marge brute après coûts logistiques	303	73,1%	386	74,7%	83	27%	82	27%	0	0%	1	0%
Frais publi-promotionnels	(102)	24,6%	(121)	23,3%	(19)	18%	(19)	18%	0	0%	0	0%
Contribution après PP	201	48,5%	266	51,4%	64	32%	64	32%	0	0%	1	0%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>118</b>	<b>28,5%</b>	<b>174</b>	<b>33,7%</b>	<b>56</b>	<b>47%</b>	<b>55</b>	<b>47%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>