



DANONE

Chiffre d'affaires du premier trimestre 2009

16 avril 2009

Progression des volumes et du chiffre d'affaires au premier trimestre 2009 Objectifs 2009 reconfirmés

- Hausse du chiffre d'affaires total de +1,0%^[1] malgré des conditions de marché difficiles et une base de comparaison élevée
- Croissance totale des volumes de +1,1%^[1]
- Baisse du chiffre d'affaires du pôle Produits Laitiers Frais de -1,2%^[1]; performances variables selon les pays
- Baisse du chiffre d'affaires du pôle Eaux de - 3,9%^[1], reflétant des conditions toujours difficiles en Europe de l'Ouest
- Maintien de la tendance de croissance à deux chiffres des pôles Nutrition Infantile et Médicale respectivement à +10,5% et +10,8%^[1]
- Objectifs 2009 reconfirmés

Commentaire du Président

Commentant les résultats du premier trimestre 2009, Franck Riboud, Président Directeur Général du Groupe DANONE a déclaré:

“La performance du premier trimestre est en ligne avec nos attentes, reflétant l'impact d'un environnement économique dégradé sur les comportements de consommation, et dans le même temps une base de comparaison très élevée par rapport à un premier trimestre 2008 record. Dans ce contexte, les ventes du Groupe ont continué à croître au premier trimestre, tant en volumes qu'en chiffre d'affaires.

Les activités Nutrition Infantile et Nutrition Médicale sont restées très dynamiques et solides, comme l'activité Eaux dans les pays émergents, toujours en croissance forte. En revanche, la dégradation continue des marchés a comme prévu pesé sur l'activité Produits Laitiers Frais dans plusieurs régions du monde. Les initiatives que nous avons mises en place depuis fin 2008 pour adapter rapidement notre offre commencent à donner des résultats sur plusieurs marchés importants où volumes et parts de marché sont repartis à la hausse depuis le début de l'année. Dans les mois qui viennent, nous allons étendre ces initiatives.

¹ En données comparables = à périmètre de consolidation et taux de change constants

Le pilotage au plus près de notre croissance et de nos parts de marché pays par pays nous rend confiant dans notre capacité à construire la croissance du Groupe à court et moyen termes, et à atteindre pour 2009 notre objectif de progression de 10% du bénéfice net par action en données comparables”.

Chiffre d'affaires par pôle et par zone géographique au premier trimestre 2009

<i>En millions d'€</i>	T1 08	T1 09	Variation ^[1]
PAR PÔLE			
Produits Laitiers Frais	2 179	2 121	-1,2%
Eaux	695	614	-3,9%
Nutrition Infantile	683	723	10,5%
Nutrition Médicale	203	216	10,8%
PAR ZONE GEOGRAPHIQUE			
Europe	2 394	2 190	-2,3%
Asie	445	471	10,7%
Reste du monde	921	1 013	4,8%
Groupe	3 760	3 674	1,0%

[1] : en données comparables = à périmètre de consolidation et taux de change constants

Le chiffre d'affaires

Au premier trimestre 2009, le chiffre d'affaires total consolidé est en baisse de -2,3% et s'élève à 3 674 millions d'€. Hors effet des variations de taux de change (-2,2%) et des variations de périmètre de consolidation (-1,1%), le chiffre d'affaires a progressé de +1,0% sur base comparable. Cette croissance organique résulte d'une hausse des volumes de +1,1% et d'une baisse en valeur de -0,1%.

Chiffre d'affaires par pôle

Produits Laitiers Frais

Le chiffre d'affaires du pôle Produits Laitiers Frais a enregistré une baisse de -1,2% sur base comparable, en raison de la combinaison d'un contexte économique globalement difficile et d'une base de comparaison historiquement élevée au premier trimestre 2008. La croissance organique de ce trimestre reflète une baisse en volume (-1,0%) et en valeur (-0,2%). Les marques Blockbusters ont continué de dynamiser la performance du pôle avec une croissance des volumes et du chiffre d'affaires significativement supérieure à la moyenne.

On observe une tendance à l'amélioration de la croissance des volumes et du chiffre d'affaires sur un certain nombre de marchés, par rapport aux précédents trimestres. En Pologne, le pôle a généré une importante accélération de la croissance en volume au cours du trimestre, dynamisée par des baisses de prix à deux chiffres, ainsi que par l'intensification des campagnes de publicité et des ajustements de formats. Ces mesures ont eu pour effet des gains de parts de marché au cours du trimestre. La Hongrie a généré une performance en volume en nette amélioration au cours du trimestre, essentiellement portée par Actimel et Activia qui ont bénéficié d'une intensification des promotions accompagnée d'une campagne de publicité (TV) spécifique mettant l'accent sur les bénéfices de ces marques. Les Etats-Unis ont observé un rebond significatif de leur performance en volume au premier trimestre 2009 qui s'est traduit par un retour à une croissance positive des volumes en mars due, entre autres, au lancement de nouveaux produits et à une intensification des promotions ainsi qu'à l'ajustement sélectif des prix de vente.

Pour tous renseignements complémentaires :

Direction de la Communication : +33 1 44 35 20 75 / Direction des Relations Investisseurs : +33 1 44 35 20 76
 GROUPE DANONE : 17, Boulevard Haussmann 75009 Paris – Fax : +33 1 44 35 24 80

En conséquence, Danone a regagné des parts de marché en volume et en valeur aux Etats-Unis au cours du trimestre. Par ailleurs, des pays comme le Brésil, l'Italie et le Royaume-Uni ont continué à afficher de solides performances en volume et en valeur. Ces tendances positives du pôle ont été contrebalancées, par les performances dégradées du Mexique et de la Russie entre autres.

Eaux

La performance du pôle Eaux au premier trimestre 2009 continue de refléter une tendance négative qui s'est confirmée tout au long de l'année 2008 sur les marchés matures. Le chiffre d'affaires a baissé de -3,9% malgré une croissance en volume de +3,0% contrebalancée par un effet négatif en valeur de -6,9%. La croissance en volume a été tirée par les marchés émergents (52% des ventes du pôle) qui ont continué à délivrer une croissance (volume et valeur) solide, notamment grâce à d'excellentes performances en Indonésie, au Mexique et en Argentine.

Cependant dans les pays matures (France, Espagne, Royaume Uni et Japon), des conditions de marché défavorables alliées à une décélération significative du circuit « Hors Domicile », ont entraîné un recul des volumes générant un effet valeur négatif pour l'ensemble du pôle.

Nutrition Infantile

La Nutrition Infantile a pu maintenir sa tendance de croissance à deux chiffres au premier trimestre 2009, malgré une base de comparaison en volume et en chiffre d'affaires très élevée au premier trimestre 2008. Le chiffre d'affaires est en hausse de +10,5%, dynamisé par une croissance de +3,3% en volume et de +7,2% en valeur. La croissance des volumes reflète essentiellement une base de comparaison difficile alors que la progression en valeur traduit en partie l'effet continu des hausses de prix passées au cours de l'année 2008. L'Europe de l'Ouest et l'Asie ont continué à délivrer de solides performances alors que quelques pays d'Europe de l'Est tels que la Russie ont connu un ralentissement au cours du trimestre.

Nutrition Médicale

Au premier trimestre 2009, la Nutrition Médicale confirme également sa tendance de croissance à deux chiffres avec une progression des ventes de +10,8%. Cette croissance a été portée par une croissance en volume de +10,6% et en valeur de +0,2%. Cette dynamique a été soutenue par l'ensemble des zones avec une performance particulièrement forte de l'Europe du Sud et de l'Est. Par ailleurs, toutes les catégories de produits ont contribué à la performance du pôle avec des résultats particulièrement élevés pour la catégorie « Pédiatrie ».

Perspectives 2009

En ce qui concerne les tendances de consommation, notre scénario pour 2009 reste le même: les tendances constatées actuellement dans les pays importants pour le Groupe se poursuivront tout au long de l'année, sans amélioration ni effondrement significatifs, qu'il s'agisse de marchés émergents ou matures.

Dans ces conditions, la croissance du chiffre d'affaires continuera à être principalement tirée par nos marques phares, avec comme priorité claire sur tous nos marchés clefs d'augmenter leur rapport prix-bénéfice consommateur afin de répondre aux tendances de consommation. Ceci devrait nous permettre de gagner des parts de marché dans nos pays clefs.

Notre niveau de marge opérationnelle progressera grâce à l'effet de mix (géographies et pôles) de notre croissance organique, à l'évolution du prix de nos principales matières premières et à la gestion rigoureuse de nos coûts à tous les niveaux de nos organisations.

Dans ce contexte, les objectifs de Danone pour 2009 sont les suivants :

- Croissance du chiffre d'affaires en données comparables inférieure de quelques points à l'objectif de croissance moyen-terme ;

- Progression continue de la marge opérationnelle courante (EBIT) en données comparables ;
- Croissance de +10% de son bénéfice net courant dilué par action à périmètre de consolidation et taux de change constants.

Comme indiqué depuis novembre 2008, les différents leviers de pilotage de notre bénéfice net par action seront ajustés en fonction de l'évolution du contexte et des marchés sur lesquels nous opérons, avec l'objectif de sortir renforcés dans notre capacité à poursuivre notre mission au-delà de la période de transition économique actuelle.

Situation financière et résultats

Effets de périmètre

Les effets des variations de périmètre ont contribué pour -1,1% au premier trimestre 2009. Ces effets proviennent principalement de la cession de Frucor, un des leaders des boissons non-alcoolisées en Australie et en Nouvelle Zélande, à Suntory Limited le 23 octobre 2008.

Effets de change

Les effets de change pèsent pour -2,2% sur la croissance du chiffre d'affaires au premier trimestre 2009. Ces effets proviennent principalement de la livre sterling, du rouble russe, du zloty polonais et du peso mexicain.

Financement

La prochaine échéance significative de remboursement de la dette se situe en décembre 2010 avec une première tranche de remboursement de € 2,3 milliards au titre du crédit syndiqué, utilisé à hauteur de € 1,2 milliards au 31 décembre 2008.

Opérations financières et événements importants de la période

Groupe Danone et Wadia Group mettent fin à leur co-entreprise en Inde

Le 14 avril 2009, Danone est parvenu à un accord avec Wadia Group sur la fin de leur co-entreprise en Inde, permettant ainsi à Danone de mener dorénavant ses projets de développement de manière autonome dans ce pays. Selon les termes de l'accord, Danone cède à Wadia Group la part de 50% qu'il détenait (à travers Britannia Brands Limited) dans ABI Holdings Limited. ABI Holdings limited détient une participation de 50,96% dans Britannia Industries Limited, leader indien des biscuits. Cet accord met aussi un terme au conflit qui opposait Danone et Britannia concernant la marque Tiger. Danone poursuit ainsi sa stratégie de désengagement des activités biscuits pour se concentrer sur ses quatre métiers stratégiques.

o o O o o

DECLARATIONS DE NATURE PREVISIONNELLE

Ce communiqué contient des déclarations de nature prévisionnelle concernant le Groupe DANONE. Bien que le Groupe DANONE estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables, elles comportent de nombreux risques et incertitudes, et en conséquence les résultats réels pourront différer significativement de ceux attendus. Pour une description plus détaillée de ces risques et incertitudes, il convient notamment de se référer au document de référence du Groupe DANONE (section « Facteurs de risques », disponible sur www.danone.com)

En million d'€

Premier Trimestre 2009	
2008	2009

PAR PÔLE

Produits Laitiers Frais	2 179	2 121
Eaux	695	614
Nutrition Infantile	683	723
Nutrition Médicale	203	226

PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Europe	2 394	2 190
Asie	445	471
Reste du monde	921	1 013

Groupe	3 760	3 674
---------------	--------------	--------------

En million d'€

Premier Trimestre 2009	
<i>Historique</i>	<i>En données comparables</i>

PAR PÔLE

Produits Laitiers Frais	(2,7)%	(1,2)%
Eaux	(11,7)%	(3,9)%
Nutrition Infantile	5,9%	10,5%
Nutrition Médicale	6,7%	10,8%

PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Europe	(8,5)%	(2,3)%
Asie	5,7%	10,7%
Reste du monde	10,0%	4,8%

Groupe	(2,3)%	1,0%
---------------	---------------	-------------