



DANONE

Chiffre d'affaires du 3ème trimestre et des 9 premiers mois 2009

23 octobre 2009

Accélération de la croissance des volumes et du chiffre d'affaires au 3ème trimestre 2009 Objectifs 2009 confirmés

- Croissance organique du chiffre d'affaires de +4,1 % au troisième trimestre et de +2,4 % pour les neuf premiers mois 2009^[1]
- Accélération de la croissance des volumes à +7,1 % au troisième trimestre (+3,9 % sur les neuf premiers mois^[1])
- Accélération de la croissance du chiffre d'affaires des Produits Laitiers Frais portée par une progression des volumes de +7,0 %^[1] au troisième trimestre
- Solide rebond de la croissance à +4,6 %^[1] du chiffre d'affaires des Eaux au troisième trimestre en raison de l'amélioration de la tendance en Europe de l'Ouest
- Croissance du chiffre d'affaires de la Nutrition Infantile de +6,5 %^[1] au troisième trimestre portée par une croissance solide des volumes de +3,7 %^[1]
- Croissance de +12,2 % de la Nutrition Médicale au troisième trimestre

Commentaire du Président

Commentant la performance du troisième trimestre, Franck Riboud, président directeur général de Danone a notamment déclaré :

« Les ajustements opérationnels auxquels nous avons procédé depuis le début de l'année se traduisent d'ores et déjà par une croissance accélérée de nos volumes et de notre chiffre d'affaires. Nous n'avons donc pas seulement vu juste, mais avons été efficaces et rapides dans la mise en œuvre : nous aurons achevé le repositionnement de nos produits avant la fin de l'année. Au troisième trimestre, chacune de nos lignes métiers et chacune de nos zones géographiques a participé à notre croissance. Nos gains de part de marché dans les Produits Laitiers Frais et la Nutrition Infantile, la performance de nos Eaux dans les pays émergents, et la capacité d'innovation de notre division Nutrition Médicale ont été particulièrement remarquables. Nos performances du troisième trimestre nous permettent non seulement de réitérer et préciser nos objectifs pour 2009, mais également de préparer 2010 dans la continuité et avec détermination. »

[1] : Evolution exprimée en données comparables (à taux de change et périmètre constants)

Chiffre d'affaires par pôle et par zone géographique pour le troisième trimestre et les neuf premiers mois 2009

En millions d'€	T3 08	T3 09	Evolution ^[1]		9M 08	9M 09	Evolution ^[1]	
			CANN	Volume			CANN	Volume
PAR POLE								
Produits Laitiers Frais	2 205	2 151	2,3%	7,0%	6 563	6 413	0,6%	2,9%
Eaux	733	670	4,6%	9,8%	2 247	2 019	0,2%	5,8%
Nutrition Infantile	692	725	6,5%	3,7%	2 092	2 189	8,1%	3,6%
Nutrition Médicale	216	234	12,2%	10,9%	635	679	10,6%	10,2%
PAR ZONE GEOGRAPHIQUE								
Europe	2 368	2 258	1,0%	4,1%	7 279	6 775	-0,8%	1,0%
Asie	477	474	8,5%	10,7%	1 383	1 424	10,8%	9,3%
Reste du Monde	1 001	1 048	9,2%	10,4%	2 875	3 101	6,6%	5,9%
Total	3 846	3 780	4,1%	7,1%	11 537	11 300	2,4%	3,9%

[1] : Evolution exprimée en données comparables (à taux de change et périmètre constants)

Le chiffre d'affaires – Neuf premiers mois 2009

Le chiffre d'affaires consolidé a diminué de -2,1 % à €11 300 millions au cours des neuf premiers mois 2009. En excluant les effets des variations de change (-3,2 %) et de périmètre de consolidation (-1,3 %), la croissance des ventes s'élève à +2,4 % en données comparables et se décompose en un effet volume de +3,9 % et un effet valeur de -1,5 %. Les effets des variations de change susmentionnés ont été causés principalement par la dépréciation du zloty polonais, du peso mexicain, du rouble russe et de la livre sterling. L'évolution du périmètre de consolidation s'explique avant tout par la cession de Frucor (une société de boissons basée en Australie et en Nouvelle-Zélande, qui a été vendue à Suntory Limited et déconsolidée à compter de janvier 2009).

Le chiffre d'affaires – Troisième trimestre 2009

Le chiffre d'affaires consolidé a diminué de -1,7 % à €3 780 millions au troisième trimestre 2009. En excluant les effets des variations de change (-4,5 %) et de périmètre de consolidation (-1,3 %), la croissance des ventes s'élève à +4,1 % en données comparables. Cette croissance se décompose en un effet volume de +7,1 % et un effet valeur de -3,0 %.

Produits Laitiers Frais

Le chiffre d'affaires du pôle Produits Laitiers Frais a progressé de +2,3 % en données comparables au troisième trimestre 2009 grâce à la poursuite de l'accélération de la croissance volumes à +7,0 %, partiellement contrebalancée par un effet valeur négatif de -4,7 %. Cette accélération significative des volumes au troisième trimestre fait suite à la mise en œuvre réussie de l'important programme de relance que le pôle a initié dans un certain nombre de pays à partir de la fin 2008. Le programme de relance prévoit des réductions substantielles des prix à la consommation, l'introduction de nouveaux produits, l'ajustement des formats existants ainsi que des campagnes publicitaires ciblées et intensifiées. Outre l'accélération significative de la croissance des volumes, ce programme a entraîné une stabilisation et/ou des améliorations des parts de marché dans la plupart des pays où le programme de relance a été mis en œuvre.

Après avoir mis en place des initiatives marketing dans des pays tels que la Pologne, la Hongrie et les Etats-Unis au premier trimestre 2009, le pôle a décidé de les lancer aussi dans d'autres pays comme le Mexique, la France et, plus récemment, l'Espagne et la Russie. Le résultat de ces initiatives a largement compensé les dynamiques négatives de quelques marchés (l'Espagne, la Russie et l'Argentine).

S'agissant des marques, Activia et Danacol ont connu de fortes croissances, et la performance d'Actimel a continué à s'améliorer. Nos marques santé (Activia, Actimel, Danonino et Danacol) ont continué d'évoluer à un rythme plus soutenu que la moyenne du pôle, améliorant le mix produits. La performance des gammes « cœur de marché » s'est montrée robuste, soutenue par des relances réussies dans différents pays.

Eaux

Le chiffre d'affaires du pôle Eaux a progressé de +4,6 % en données comparables au troisième trimestre 2009. Cette solide performance est le résultat d'une excellente croissance des volumes de +9,8 %, qui a été en partie contrebalancée par un effet valeur négatif de -5,2 % (principalement dû au mix pays). La croissance des volumes a continué d'être entièrement menée par les marchés émergents (52 % du chiffre d'affaires du pôle) et notamment par des performances particulièrement solides en Indonésie, au Mexique et en Argentine. Alors que les résultats de l'Espagne et du Japon sont restés faibles, la croissance des volumes en France, au Royaume-Uni et en Allemagne a rebondi après plusieurs trimestres de replis.

Nutrition Infantile

Le chiffre d'affaires du pôle Nutrition Infantile a progressé de +6,5 % en données comparables, grâce à une croissance des volumes de +3,7 % et une progression de la valeur de +2,8 % au troisième trimestre 2009. La performance du pôle Nutrition Infantile a continué de refléter la résistance de cette activité malgré un léger affaiblissement de la performance des activités « alimentation diversifiée » ainsi que de l'Europe de l'Est, et plus particulièrement de la Russie. La stratégie et le leadership du pôle lui ont permis d'acquérir de nouvelles parts de marché dans la majorité des pays où il opère, et plus particulièrement d'atteindre une part de marché record en France. En Chine, le pôle a maintenu ses parts de marché à un niveau substantiellement supérieur à celui où elles se trouvaient avant le mois de septembre 2008.

Nutrition Médicale

Le pôle Nutrition Médicale a réalisé une performance à deux chiffres, au troisième trimestre, en affichant une croissance de son chiffre d'affaires de +12,2 % en données comparables, qui a continué d'être tirée par les volumes (+10,9 %). Sur le plan géographique, la performance est restée généralisée avec des résultats particulièrement solides en Europe du Sud, en Amérique Latine et en Europe de l'Est. En outre, toutes les catégories de produits ont contribué à la croissance, les catégories « Pédiatrie » et « Allergies gastro-intestinales » ayant surperformé.

Perspectives 2009

Au vu de la performance des neuf premiers mois 2009, les perspectives de Danone sont les suivantes :

- Croissance du chiffre d'affaires en données comparables proche de 4% au deuxième semestre 2009 ;
- Progression de la marge opérationnelle courante (EBIT) entre 60 et 70 pb en données comparables en 2009 ;
- Croissance de +10% du bénéfice net courant dilué par action en 2009, à périmètre de consolidation et taux de change constants et en excluant l'effet de l'augmentation de capital de 3 milliards d'euros qui a eu lieu en juin 2009 ;
- Croissance à deux chiffres du free cash flow opérationnel en 2009.

Situation financière et résultats

Effets de périmètre

Les effets des variations de périmètre ont eu un effet négatif de -1,3 % sur la croissance du chiffre d'affaires au troisième trimestre et durant les 9 premiers mois 2009, qui s'explique principalement par la cession de Frucor, (une société de boissons basée en Australie et en Nouvelle-Zélande, à Suntory Limited le 23 octobre 2008).

Effets de change

Les effets de change pèsent pour -4,5 % et -3,2 % sur la croissance du chiffre d'affaires respectivement du troisième trimestre et des 9 premiers mois de l'année 2009. Ces effets proviennent principalement du peso mexicain, de la rouble russe, du zloty polonais et de la livre sterling.

Financement

La prochaine échéance significative de remboursement de la dette est l'échéance en mai 2011 de la ligne obligataire de € 1,25 milliard.

Opérations financières et événements importants de la période

Danone et le Groupe Wahaha concluent un règlement à l'amiable

Le 29 septembre 2009, Danone et le Groupe Wahaha ont annoncé qu'ils avaient conclu un règlement à l'amiable, sous réserve de l'approbation des autorités chinoises. En vertu du règlement, Danone et Wahaha mettent fin à leur relation de partenariat. Danone s'est engagé à céder à ses partenaires chinois la part de 51% qu'il détenait dans les co-entreprises Danone-Wahaha. La signature de cet accord mettra un terme à l'ensemble des procédures judiciaires relatives aux litiges entre les deux parties.

The Dannon Company règle à l'amiable une action en nom collectif initiée au mois de janvier 2008

Le 18 septembre 2009, The Dannon Company, la filiale américaine de Danone, a annoncé le règlement de l'action en nom collectif initiée en janvier 2008 concernant la publicité de ses produits Activia et DanActive. En vertu du règlement, The Dannon Company apportera certaines modifications et améliorations à l'étiquetage et à la commercialisation d'Activia et de DanActive afin, entre autres, d'accroître la visibilité des appellations scientifiques des souches probiotiques propres à chacun de ces produits. Ces informations, ainsi que les fondements scientifiques de ces allégations santé sont déjà disponibles sur les sites Internet des produits. Dannon s'est également engagé à créer un fonds pouvant atteindre \$35 millions afin de rembourser le coût d'achat des produits aux consommateurs qui se manifesteront.

o o O o o

DECLARATIONS DE NATURE PREVISIONNELLE

Ce communiqué contient des déclarations de nature prévisionnelle concernant DANONE. Bien que 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 de DANONE (section « Facteurs de risques », disponible sur www.danone.com).

<i>en millions d'€</i>	Premier Trimestre		Deuxième Trimestre		Troisième Trimestre		9 premiers mois	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009

PAR POLE

Produits Laitiers Frais	2 179	2 121	2 179	2 141	2 205	2 151	6 563	6 413
Eaux	695	614	819	735	733	670	2 247	2 019
Nutrition Infantile	683	723	717	741	692	725	2 092	2 189
Nutrition Médicale	203	216	216	229	216	234	635	679

PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Europe	2 394	2 190	2 517	2 327	2 368	2 258	7 279	6 775
Asie	445	471	461	479	477	474	1 383	1 424
Reste du Monde	921	1,013	953	1 040	1 001	1 048	2 875	3 101

Groupe	3 760	3 674	3 931	3 846	3 846	3 780	11 537	11 300
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------

Premier Trimestre 2009		Deuxième Trimestre 2009		Troisième Trimestre 2009		9 premiers mois 2009	
<i>Historique</i>	<i>En données comparables</i>	<i>Historique</i>	<i>En données comparables</i>	<i>Historique</i>	<i>En données comparables</i>	<i>Historique</i>	<i>En données comparables</i>

PAR POLE

Produits Laitiers Frais	(2,7) %	(1,2) %	(1,7) %	0,7 %	(2,5) %	2,3 %	(2,3) %	0,6 %
Eaux	(11,7) %	(3,9) %	(10,1) %	(0,1) %	(8,7) %	4,6 %	(10,2) %	0,2 %
Nutrition Infantile	5,9 %	10,5 %	3,3 %	7,4 %	4,8 %	6,5 %	4,6 %	8,1 %
Nutrition Médicale	6,7 %	10,8 %	5,7 %	8,8 %	8,6 %	12,2 %	7,0 %	10,6 %

PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Europe	(8,5) %	(2,3) %	(7,5) %	(1,2) %	(4,6) %	1,0 %	(6,9) %	(0,8) %
Asie	5,7 %	10,7 %	4,1 %	13,3 %	(0,7) %	8,5 %	3,0 %	10,8 %
Reste du Monde	10,0 %	4,8 %	9,1 %	5,8 %	4,7 %	9,2 %	7,9 %	6,6 %

Groupe	(2,3) %	1,0 %	(2,1) %	2,2 %	(1,7) %	4,1 %	(2,1) %	2,4 %
---------------	----------------	--------------	----------------	--------------	----------------	--------------	----------------	--------------