



**Rebond confirmé de l'activité**  
**Forte progression du chiffre d'affaires et des résultats**  
**Poursuite du désendettement rapide**

**Amélioration de l'objectif annuel 2010/2011**  
**Croissance interne du résultat opérationnel courant**  
**proche de +7%**

- **Chiffre d'affaires : 4 282 M€ (+13%, croissance interne +7%)**
  - **Top 14 : volumes +8%, chiffre d'affaires +13%\***
  - **Marchés émergents\*\* : chiffre d'affaires +16%\***
- **Dépenses publi-promotionnelles : 765 M€ (+11%\*); passant de 17% à 17,9% du chiffre d'affaires**
- **Forte progression des résultats :**
  - **Résultat opérationnel courant : 1 210 M€ (+14%, croissance interne +8%)**
  - **Résultat net courant part du Groupe : 726 M€ (+12%)**
  - **Résultat net part du Groupe : 666 M€ (+10%)**
- **Réduction rapide de la dette (- 864 M€) et nette amélioration du ratio Dette Nette\*\*\* / EBITDA\*\*\* à 4,5 au 31/12/2010**

\* Croissance interne

\*\* PNB annuel par habitant < 10 000 USD

\*\*\* Méthode du crédit syndiqué

**Communiqué - Paris, 17 février 2011**

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 16 février 2011 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes du premier semestre et précisé les perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2010/2011.

Au cours du premier semestre de son exercice 2010/2011 (du 1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre 2010), caractérisé par un environnement économique mondial en amélioration, Pernod Ricard a réalisé une très bonne performance avec :

- ✓ une forte progression du chiffre d'affaires (+13%), en croissance interne de +7%, accélérée par un effet devises très favorable,
- ✓ une progression de 110 pb du taux de marge brute à 60,8% reflétant la mise en œuvre de la politique de premiumisation et une bonne maîtrise des coûts,
- ✓ un investissement publi-promotionnel renforcé et une politique soutenue d'innovation,



- ✓ une marge opérationnelle (résultat opérationnel courant / chiffre d'affaires) qui s'établit à 28,3%, en progression de +30 pb,
- ✓ un résultat net courant part du Groupe en croissance de +12%, reflétant les éléments précédents ainsi qu'une légère amélioration des frais financiers,
- ✓ la poursuite de la réduction rapide de la dette nette qui atteint 9 720 M€ au 31 décembre 2010.

## Chiffre d'affaires

### ➤ **Chiffre d'affaires du premier semestre et du deuxième trimestre 2010/2011 :**

**Le chiffre d'affaires** consolidé (hors droits et taxes) de Pernod Ricard au **premier semestre 2010/2011** s'élève à **4 282 M€** contre 3 789 M€ au premier semestre 2009/2010, soit une progression de +13% qui résulte :

- ✓ d'une **croissance interne de +7%** avec une diversification des sources de développement, tant au niveau des marques (Martell, Jameson, The Glenlivet, Chivas Regal, Perrier-Jouët, ...) qu'au niveau des marchés. L'activité est très dynamique sur les marchés émergents (Chine, Inde, Vietnam, Europe de l'Est,...) et bénéficie d'une reprise progressive en Amérique du Nord et d'une amélioration en Europe de l'Ouest,
- ✓ d'un effet devises très favorable de +9% principalement lié à la hausse du dollar américain,
- ✓ d'un effet périmètre de -3%, principalement lié aux cessions de certaines activités scandinaves et espagnoles.

**Au deuxième trimestre 2010/2011**, le chiffre d'affaires consolidé s'établit à 2 403 M€, en hausse de +12%, soit une croissance interne de +6%, un effet devises de +10% et un effet périmètre de -3%. La poursuite d'une croissance interne soutenue sur le deuxième trimestre témoigne du dynamisme de nos activités dans un contexte de reprise économique mondiale.

### ➤ **Marques :**

**Les 14 marques stratégiques de Spiritueux et Champagne (Top 14)** progressent de +8% en volume et de **+13% en valeur\***, reflétant un effet mix/prix très favorable. Ces 14 marques stratégiques représentent 59% du chiffre d'affaires du Groupe sur le premier semestre 2010/2011 contre 55% sur le premier semestre de l'exercice précédent :

- ✓ 8 des 14 marques affichent une croissance interne du chiffre d'affaires à deux chiffres : Martell (+32%<sup>^</sup>), Royal Salute (+31%<sup>^</sup>), Perrier-Jouët (+21%<sup>^</sup>), Jameson (+18%<sup>^</sup>), Ballantine's (+13%<sup>^</sup>), The Glenlivet (+12%<sup>^</sup>), Chivas Regal (+11%<sup>^</sup>) et Havana Club (+10%<sup>^</sup>),
- ✓ ABSOLUT (+7%<sup>^</sup>) confirme le rebond entamé au second semestre 2009/2010 aux États-Unis et poursuit sa forte croissance sur de nombreux autres marchés notamment en Allemagne, en Pologne, au Brésil, au Canada, en France, au Royaume-Uni et en Europe de l'Est,
- ✓ Chivas Regal (+11%<sup>^</sup>) enregistre une progression à deux chiffres en Asie, en Amérique, en Afrique, en France et en Océanie. La marque est stable en Europe avec une très forte croissance en Russie et sur les marchés Duty Free mais un recul marqué en Espagne et une baisse sensible en Grèce.

**Les 4 marques de Vins Premium Prioritaires** (5% du chiffre d'affaires du Groupe) affichent une croissance des volumes et du chiffre d'affaires de +3%<sup>^</sup>. Ceci représente un retour à la croissance des volumes pour la première fois depuis le premier semestre 2007/2008.

**Les 18 marques-clé locales de Spiritueux** (17% du chiffre d'affaires du Groupe) enregistrent une performance globale solide mais contrastée, avec une croissance de +5% en volume et de +2%<sup>^</sup> en valeur. La poursuite de la très forte croissance des whiskies indiens (Royal Stag et Blender's Pride) ainsi que le retour à la croissance d'Imperial en Corée du Sud, de Ramazzotti en Allemagne et d'Olmecca en Russie compensent les difficultés de Seagram's Gin aux États-Unis, de Wyborowa en Pologne, de 100 Pipers en Thaïlande et de Something Special au Venezuela.



## ➤ Régions :

### Toutes les régions contribuent à l'accélération de la croissance du chiffre d'affaires :

- ✓ **L'Asie/Reste du Monde**, en croissance remarquable de +29% (croissance interne de +17%) reste le moteur le plus dynamique du Groupe, avec un développement très fort en Asie, notamment en Chine, en Inde, au Vietnam, à Taiwan et sur les marchés Duty Free. La croissance en Asie a été accélérée par certains effets techniques (Nouvel An Chinois célébré plus tôt en 2011, ...)
- ✓ **L'Amérique** est en progression de +15%, soit une croissance interne de +4% avec un retour à la croissance aux États-Unis sur un marché en reprise progressive et sur lequel la performance de Pernod Ricard s'améliore. L'activité est par ailleurs en bonne progression en Amérique Centrale et du Sud, en dépit d'un fort recul au Venezuela, et en légère hausse au Mexique et au Canada.
- ✓ **En Europe**, l'activité est en fort rebond au premier semestre 2010/2011 avec une croissance interne de +2% (contre -5% en 2009/2010). Ceci résulte d'une reprise vigoureuse en Europe de l'Est et en Europe Centrale ainsi que d'une légère progression en Europe Occidentale.
- ✓ **France** : Le chiffre d'affaires progresse de +5%\* grâce aux performances commerciales des marques du Top 14 et en particulier de Ricard, ABSOLUT, Chivas Regal, Mumm, Ballantine's et Havana Club.

### Contribution des marques

**La marge brute atteint 2 604 M€**, en forte hausse de +15%, soit une croissance interne de +8%, un effet périmètre de -2% et un effet devises de +8%. **L'amélioration sensible du taux de marge brute qui passe de 59,7% à 60,8%**, soit une hausse de 110 pb, résulte d'un effet mix/prix favorable, d'une bonne maîtrise des coûts et de l'évolution favorable du cours des devises.

Les **investissements publi-promotionnels** progressent fortement à **(765) M€** et témoignent de la volonté du Groupe de développer ses marques stratégiques sur le long terme. Ils représentent 23% du chiffre d'affaires sur les 14 marques stratégiques et sont, au global, ciblés sur les marques premium (87% de la croissance) et sur les marchés émergents (51% de la croissance). Au total, le ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires atteint 17,9% sur le premier semestre 2010/2011, contre 17,0% investis sur la même période de l'exercice précédent. Le Groupe entend poursuivre sa stratégie d'investissements soutenus.

La **contribution après frais publi-promotionnels** augmente de +13% à **1 839 M€**, soit une croissance interne de +7%. Elle représente 42,9% du chiffre d'affaires, en hausse de +10 pb par rapport au premier semestre de l'exercice 2009/2010, sous le double effet de l'amélioration du mix et des hausses de prix qui compensent la forte augmentation des investissements publi-promotionnels.

### Frais de structure

**Les frais de structure** enregistrent une hausse de +13% à **(629) M€**, soit un ratio frais de structure / chiffre d'affaires de 14,7%, stable par rapport à celui du premier semestre de l'exercice 2009/2010. Cette évolution représente une croissance interne de +6% qui résulte :

- ✓ du renforcement des moyens, notamment commerciaux, sur les marchés à fort potentiel de croissance (Asie, Amérique, Europe de l'Est et Afrique),
- ✓ d'une légère baisse des frais de structure en Europe Occidentale.



**Résultat opérationnel courant**

Le résultat opérationnel courant progresse de +14% à **1 210 M€**, soit une **croissance interne de +8%**, un effet devises de +9% et un effet périmètre de -3%. **Le taux de marge opérationnelle s'élève à 28,3%**, en hausse de 30 pb par rapport au premier semestre de l'exercice précédent.

Toutes les régions contribuent à la croissance interne du résultat opérationnel courant :

- ✓ **Asie/Reste du Monde** : remarquable performance, avec une **croissance interne de +23%**, qui résulte notamment de la progression de Martell et des scotchs en Chine ainsi que des whiskies locaux en Inde.
- ✓ **Amérique** : le résultat opérationnel courant de la région progresse de +12%, avec une **croissance interne de +1%** du fait d'investissements renforcés (publi-promotionnels et force de vente) sur les marchés prioritaires : États-Unis, Mexique et Brésil. La hausse du cours moyen du dollar américain sur la période génère un effet devises favorable de +13% sur le résultat opérationnel courant de la région.
- ✓ **Europe** : le résultat opérationnel courant **progresse de +4%** en croissance interne, avec une activité de nouveau en croissance, mais recule de -3% essentiellement du fait d'un effet périmètre de -6% (cession de certaines activités scandinaves et espagnoles).
- ✓ **France** : le résultat opérationnel courant progresse de +2%, soit **+3% en croissance interne**.

Croissance interne premier semestre 2010/2011	Chiffre d'affaires	Investissements publi-promotionnels	Résultat Opérationnel Courant
Asie / Reste du Monde	17%	21%	23%
Amérique	4%	5%	1%
Europe hors France	2%	4%	4%
France	5%	15%	3%
<b>Monde</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>	<b>8%</b>

Sur le premier semestre 2010/2011, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant s'établit à **+98 M€**. Pour l'ensemble de l'exercice fiscal 2010/2011 et sur la base des taux de change au 8 février 2011, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant est estimé à un niveau proche de **+50 M€**.

**Résultat net courant**

Le résultat financier courant représente une charge nette de (243) M€ en légère amélioration par rapport aux (246) M€ enregistrés au premier semestre 2009/2010 :

- ✓ frais financiers payés sur la dette pour (232) M€, en hausse de (13) M€. Les effets de la hausse du dollar américain pour (9) M€ et de l'impact net de l'émission obligataire de mars 2010 pour (15) M€ ont été partiellement compensés par les économies liées à la réduction de la dette pour +8 M€,
- ✓ les autres produits et charges financiers courants s'élèvent à (11) M€, en baisse de +16 M€ principalement liée à l'impact favorable des fonds de retraite sur le premier semestre 2010/2011.

L'impôt sur les éléments courants représente une charge nette de (224) M€, soit un taux de 23,1% contre 19,3% au premier semestre de l'exercice précédent. Ceci résulte d'une croissance plus rapide des pays à plus fort taux d'imposition et de certains éléments techniques. Enfin, **la part des minoritaires et divers s'établit à (18) M€**.

Le résultat net courant part du Groupe atteint **726 M€**, soit une hausse de +12% par rapport au premier semestre 2009/2010.



## Résultat net

Les **autres produits et charges opérationnels s'établissent à (29) M€** et sont principalement liés à des plus ou moins values nettes sur cessions et évaluations d'actifs pour (13) M€, des charges de restructuration pour (9) M€ et des autres produits et charges non récurrents pour (7) M€. Les éléments financiers non courants constituent un produit net de +8 M€. **L'impôt non courant s'établit à (39) M€.**

**Le résultat net part du Groupe atteint 666 M€, en progression de +10%** par rapport au premier semestre de l'exercice 2009/2010.

## Endettement et coût de la dette

**La dette nette au 31 décembre 2010 s'établit à 9 720 M€.** Sur le semestre, la dette nette a été réduite de (864) M€ avec principalement :

- ✓ une forte génération de free cash flow de 639 M€,
- ✓ le versement de dividendes de (355) M€
- ✓ un écart de conversion favorable de 533 M€ lié à la baisse du dollar américain (taux EUR/USD à 1,34 au 31 décembre 2010 contre 1,23 au 30 juin 2010)

Le coût moyen de l'endettement s'établit à 4,6% sur le premier semestre 2010/2011. Sur la base des taux d'intérêt actuels, l'objectif de maintenir le **coût moyen de la dette à un niveau inférieur à 5% sur l'ensemble de l'exercice 2010/2011** est confirmé.

La réduction de la dette nette, combinée à la progression des résultats permet au Groupe d'atteindre un **ratio Dette Nette<sup>\*\*\*</sup> / EBITDA<sup>\*\*\*</sup> de 4,5 au 31 décembre 2010** (soit une baisse de 0,4 vs 30 juin 2010), ce qui va entraîner une **baisse de la marge sur le crédit syndiqué de 130 pb au premier semestre 2010/2011 à 100 pb sur le deuxième semestre 2010/2011.**

## Conclusion et perspectives

**Confirmation du rebond du Groupe au premier semestre 2010/2011, avec :**

- ✓ Une accélération de la croissance de l'activité et des résultats
- ✓ Des sources de croissance de plus en plus nombreuses
- ✓ La poursuite de la progression des marques premium, soutenue par des investissements marketing en hausse et par une politique d'innovation volontariste
- ✓ Un rapide désendettement

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard : **« Cette belle performance nous permet de réviser à la hausse l'objectif de croissance interne de notre résultat opérationnel courant à un niveau proche de +7% pour l'ensemble de l'exercice 2010/2011. Nous poursuivrons notre politique d'investissements soutenus sur les marques et les marchés stratégiques. »**

\* Croissance interne

\*\* PNB annuel par habitant < 10 000 USD

\*\*\* Méthode du crédit syndiqué



## **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 2009/2010. 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-clé qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et sens éthique. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémono : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40. Pour plus d'informations, connectez-vous sur [www.pernod-ricard.com](http://www.pernod-ricard.com)*

## **Prochains rendez-vous :**

*Conférence téléphonique régionale sur la région Asie - lundi 21 mars 2011 (une conférence téléphonique sur la région Europe est prévue le jeudi 16 juin et une conférence téléphonique sur la région Amérique est prévue le jeudi 15 décembre 2011)*

*Chiffre d'affaires 3<sup>ème</sup> trimestre 2010/2011 – jeudi 5 mai 2011*

*Les procédures d'examen limité sur les comptes semestriels ont été effectuées. Le rapport d'examen limité est en cours d'émission.*

*Retrouvez le diaporama sur le premier semestre 2010/2011 et le rapport financier semestriel 2010/2011 sur [www.pernod-ricard.com](http://www.pernod-ricard.com)*

## **Contacts Pernod Ricard**

Denis FIEVET / 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 / Relation 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 STRATEGIQUES**

	<b>Croissance interne des volumes</b>	<b>Croissance interne du chiffre d'affaires</b>	<b>Effet mix / prix</b>
<b>Absolut</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>-1%</b>
<b>Chivas Regal</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>1%</b>
<b>Ballantine's</b>	<b>9%</b>	<b>13%</b>	<b>4%</b>
<b>Ricard</b>	<b>-1%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>
<b>Jameson</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>3%</b>
<b>Malibu</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>-3%</b>
<b>Beefeater</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>
<b>Kahlua</b>	<b>-5%</b>	<b>-6%</b>	<b>-1%</b>
<b>Havana Club</b>	<b>17%</b>	<b>10%</b>	<b>-6%</b>
<b>Martell</b>	<b>20%</b>	<b>32%</b>	<b>12%</b>
<b>The Glenlivet</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>	<b>0%</b>
<b>Royal Salute</b>	<b>33%</b>	<b>31%</b>	<b>-2%</b>
<b>Mumm</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>0%</b>
<b>Perrier Jouët</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>	<b>5%</b>
<b>Top 14</b>	<b>8%</b>	<b>13%</b>	<b>5%</b>



**COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SEMESTRIEL**

(En millions d'euros)	31/12/2009	31/12/2010	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>3 789</b>	<b>4 282</b>	<b>13%</b>
<b>Marge brute après coûts logistiques</b>	<b>2 263</b>	<b>2 604</b>	<b>15%</b>
Frais publi-promotionnels	(642)	(765)	19%
<b>Contribution après frais publi- promotionnels</b>	<b>1 621</b>	<b>1 839</b>	<b>13%</b>
Frais commerciaux et généraux	(559)	(629)	13%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 062</b>	<b>1 210</b>	<b>14%</b>
Résultat financier courant	(246)	(243)	-1%
Impôt sur les bénéfices courant	(157)	(224)	42%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(10)	(18)	68%
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>648</b>	<b>726</b>	<b>12%</b>
Autres produits opérationnels	16	33	NA
Autres charges opérationnelles	(109)	(62)	-43%
Eléments financiers non courants	18	8	-56%
Impôt sur les bénéfices non courant	31	(39)	-225%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>604</b>	<b>666</b>	<b>10%</b>
Résultat net part des minoritaires	11	19	71%
<b>Résultat net</b>	<b>615</b>	<b>685</b>	<b>11%</b>





**EFFET DEVISES**

		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC	
		2009/10	2010/11	%			
Dollar américain	USD	1.45	1.33	-8.9%	76	50	
Yuan chinois	CNY	9.93	8.89	-10.5%	39	23	
Roupie indienne	INR	69.06	60.46	-12.4%	27	8	
Won coréen	KRW	1.75	1.53	-12.4%	18	6	
Rouble russe	RUB	44.18	40.63	-8.0%	9	6	
Dollar canadien	CAD	1.57	1.36	-13.2%	16	5	
Peso mexicain	MXN	19.13	16.68	-12.8%	18	4	
Rand sud-africain	ZAR	11.12	9.42	-15.3%	6	3	
Real brésilien	BRL	2.62	2.28	-12.9%	13	3	
Baht thaïlandais	THB	48.91	40.79	-16.6%	13	3	
Dollar taïwanais	TWD	47.31	41.03	-13.3%	5	2	
Franc suisse	CHF	1.51	1.33	-12.3%	3	2	
Dollar singapourien	SGD	2.06	1.76	-14.5%	5	2	
Livre turque	TRL	2.17	1.97	-9.3%	2	2	
Livre sterling	GBP	0.89	0.85	-4.7%	10	(5)	
Dollar australien	AUD	1.67	1.40	-16.0%	20	(6)	
Couronne suédoise	SEK	10.38	9.30	-10.4%	4	(11)	
Ecart de conversion / couvertures de change						(12)	
Autres devises						42	13
<b>Total</b>						<b>325</b>	<b>98</b>



## BILAN CONSOLIDE SEMESTRIEL

<b>Actif</b> <b>(en millions d'euros)</b>	<b>30/06/2010</b>	<b>31/12/2010</b>
<b>(En valeurs nettes)</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	17 757	17 020
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 083	2 045
Actifs d'impôt différé	1 307	1 270
<b>Actifs non courants</b>	<b>21 148</b>	<b>20 334</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et en-cours	4 007	3 815
<i>Dont en-cours de biens</i>	<i>3 170</i>	<i>3 098</i>
Créances clients et comptes rattachés (*)	944	1 481
Autres créances d'exploitation	218	174
Autres actifs courants	49	69
Trésorerie et équivalents de trésorerie	701	1 007
<b>Actifs courants</b>	<b>5 918</b>	<b>6 546</b>
Actifs destinés à être cédés	42	2
<b>Total actifs</b>	<b>27 107</b>	<b>26 882</b>

(\*) après cessions de créances de :

	435	707
--	-----	-----

<b>Passif</b> <b>(en millions d'euros)</b>	<b>30/06/2010</b>	<b>31/12/2010</b>
<b>Capitaux propres Groupe</b>	9 122	9 480
Intérêts minoritaires	216	224
<i>Dont résultat tiers</i>	<i>27</i>	<i>19</i>
<b>Capitaux propres</b>	<b>9 337</b>	<b>9 704</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt	3 599	3 561
Emprunts obligataires non courants	2 893	3 018
Dette financière et dérivés non courants	7 300	6 574
<b>Total passifs non courants</b>	<b>13 792</b>	<b>13 153</b>
Provisions courantes	312	284
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 871	2 152
Autres passifs d'exploitation	25	25
Autres passifs courants	303	154
Emprunts obligataires courants	934	940
Dettes financières et dérivés courants	529	471
<b>Total passifs courants</b>	<b>3 975</b>	<b>4 025</b>
Passifs destinés à être cédés	2	-
<b>Total passifs et capitaux propres</b>	<b>27 107</b>	<b>26 882</b>



**VARIATION DE LA DETTE NETTE**

(En millions d'euros)	31/12/2009	31/12/2010
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 099</b>	<b>1 225</b>
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(202)	(142)
<b>Résultat Opérationnel Cash</b>	<b>897</b>	<b>1 083</b>
<b>Résultat Financier Cash</b>	<b>(240)</b>	<b>(247)</b>
<b>Impôts Cash</b>	<b>(73)</b>	<b>(118)</b>
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(58)	(78)
<b>Free Cash Flow</b>	<b>526</b>	<b>639</b>
Cessions/acquisitions actifs et divers	59	41
Incidence des variations du périmètre de consolidation	1	0
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(128)	(350)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>458</b>	<b>331</b>
Incidence des écarts de conversion	107	533
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)</b>	<b>566</b>	<b>864</b>
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10 888)	(10 584)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(10 323)	(9 720)

**ANALYSE DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**

(En millions d'euros)	Décembre 2009	Juin 2010	Décembre 2010	Δ Décembre 2010 vs Juin 2010	Effets devises et reclassements	S1 10/11 variation de BFR	S1 09/10 variation de BFR
<b>En-cours de biens</b>	<b>2,979</b>	<b>3,170</b>	<b>3,098</b>	<b>(72)</b>	<b>(66)</b>	<b>(7)</b>	<b>43</b>
Créances d'exploitation avant affacturage/titrisation	2,197	1,597	2,362	765	(31)	796	649
Autres stocks	691	836	717	(119)	(27)	(92)	(79)
Dettes fournisseurs et autres	2,046	1,896	2,177	281	(1)	282	160
<b>Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Brut</b>	<b>842</b>	<b>537</b>	<b>902</b>	<b>365</b>	<b>(57)</b>	<b>422</b>	<b>409</b>
Créances clients affacturées/titrisées	616	435	707	272	(2)	274	250
<b>Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Net</b>	<b>226</b>	<b>102</b>	<b>195</b>	<b>92</b>	<b>(56)</b>	<b>148</b>	<b>159</b>
<b>Besoin en Fonds de Roulement</b>	<b>3,204</b>	<b>3,272</b>	<b>3,293</b>	<b>20</b>	<b>(121)</b>	<b>142</b>	<b>202</b>



**DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 DECEMBRE 2010**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2009/10		Trimestre 1 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	157	9,5%	164	8,7%	7	5%	7	5%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	520	31,6%	517	27,5%	(2)	0%	10	2%	(26)	-5%	14	3%
Amérique	456	27,7%	482	25,7%	26	6%	13	3%	(1)	0%	15	3%
Asie / Reste du Monde	514	31,2%	715	38,1%	201	39%	125	25%	(11)	-2%	88	17%
<b>Monde</b>	<b>1 646</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 879</b>	<b>100,0%</b>	<b>232</b>	<b>14%</b>	<b>155</b>	<b>10%</b>	<b>(39)</b>	<b>-2%</b>	<b>116</b>	<b>7%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 2 2009/10		Trimestre 2 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	240	11,2%	251	10,5%	11	5%	11	5%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	727	33,9%	717	29,8%	(10)	-1%	15	2%	(42)	-6%	17	2%
Amérique	544	25,4%	669	27,8%	125	23%	25	5%	(2)	0%	102	19%
Asie / Reste du Monde	631	29,5%	766	31,9%	135	21%	67	11%	(22)	-3%	90	14%
<b>Monde</b>	<b>2 143</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 403</b>	<b>100,0%</b>	<b>261</b>	<b>12%</b>	<b>117</b>	<b>6%</b>	<b>(66)</b>	<b>-3%</b>	<b>209</b>	<b>10%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2009/10		Semestre 1 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	397	10,5%	415	9,7%	18	5%	18	5%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	1 247	32,9%	1 235	28,8%	(12)	-1%	24	2%	(68)	-5%	31	2%
Amérique	1 000	26,4%	1 151	26,9%	151	15%	38	4%	(4)	0%	117	12%
Asie / Reste du Monde	1 145	30,2%	1 481	34,6%	336	29%	191	17%	(33)	-3%	178	16%
<b>Monde</b>	<b>3 789</b>	<b>100,0%</b>	<b>4 282</b>	<b>100,0%</b>	<b>493</b>	<b>13%</b>	<b>272</b>	<b>7%</b>	<b>(104)</b>	<b>-3%</b>	<b>325</b>	<b>9%</b>



## RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

### Monde

(En millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	3 789 100,0%	4 282 100,0%	493 13%	272 7%	(104) -3%	325 9%
Marge brute après coûts logistiques	2 263 59,7%	2 604 60,8%	341 15%	188 8%	(37) -2%	190 8%
Frais publi-promotionnels	(642) 17,0%	(765) 17,9%	(123) 19%	(71) 11%	5 -1%	(56) 9%
Contribution après PP	1 621 42,8%	1 839 42,9%	218 13%	117 7%	(32) -2%	134 8%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 062 28,0%</b>	<b>1 210 28,3%</b>	<b>148 14%</b>	<b>82 8%</b>	<b>(32) -3%</b>	<b>98 9%</b>

### Asie / Reste du monde

(En millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 145 100,0%	1 481 100,0%	336 29%	191 17%	(33) -3%	178 16%
Marge brute après coûts logistiques	635 55,4%	866 58,5%	231 36%	133 21%	(12) -2%	110 17%
Frais publi-promotionnels	(209) 18,2%	(282) 19,1%	(74) 35%	(44) 21%	2 -1%	(32) 15%
Contribution après PP	426 37,2%	584 39,4%	158 37%	90 22%	(11) -2%	79 18%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>305 26,7%</b>	<b>424 28,6%</b>	<b>119 39%</b>	<b>66 23%</b>	<b>(11) -3%</b>	<b>63 21%</b>

### Amérique

(En millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 000 100,0%	1 151 100,0%	151 15%	38 4%	(4) 0%	117 12%
Marge brute après coûts logistiques	621 62,1%	713 61,9%	91 15%	21 3%	(2) 0%	72 12%
Frais publi-promotionnels	(172) 17,2%	(200) 17,4%	(28) 16%	(8) 5%	(0) 0%	(20) 11%
Contribution après PP	449 44,9%	513 44,5%	64 14%	13 3%	(2) 0%	53 12%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>302 30,2%</b>	<b>339 29,5%</b>	<b>37 12%</b>	<b>2 1%</b>	<b>(2) -1%</b>	<b>38 13%</b>



**RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR ZONE GEOGRAPHIQUE**

**Europe hors France**

(En millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 247 100,0%	1 235 100,0%	(12) -1%	24 2%	(68) -5%	31 2%
Marge brute après coûts logistiques	715 57,4%	722 58,5%	6 1%	20 3%	(23) -3%	9 1%
Frais publi-promotionnels	(172) 13,8%	(181) 14,6%	(8) 5%	(6) 4%	3 -2%	(5) 3%
Contribution après PP	543 43,6%	541 43,8%	(2) 0%	14 3%	(20) -4%	4 1%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>338 27,1%</b>	<b>328 26,6%</b>	<b>(10) -3%</b>	<b>11 4%</b>	<b>(20) -6%</b>	<b>(1) 0%</b>

**France**

(En millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	397 100,0%	415 100,0%	18 5%	18 5%	(0) 0%	0 0%
Marge brute après coûts logistiques	291 73,3%	303 73,1%	12 4%	14 5%	(0) 0%	(1) 0%
Frais publi-promotionnels	(89) 22,4%	(102) 24,6%	(13) 15%	(13) 15%	0 0%	(0) 0%
Contribution après PP	202 50,9%	201 48,5%	(1) 0%	1 0%	(0) 0%	(1) -1%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>116 29,3%</b>	<b>118 28,5%</b>	<b>2 2%</b>	<b>4 3%</b>	<b>(0) 0%</b>	<b>(2) -1%</b>