



Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2020
Communiqué de presse – Paris, le 21 avril 2020

Résilience face au COVID-19

- Chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} trimestre : **6 242 millions d'euros**, en hausse de +1,7% en données publiées
- Croissance des ventes de **+3,7%** en données comparables, intégrant des effets de stockage en mars en Europe et en Amérique du Nord
- Retrait des objectifs pour l'année 2020 compte tenu du manque de visibilité lié au COVID-19
- Confiant grâce à la force de nos marques, la résilience de notre chaîne de valeur, et la solidité de notre bilan

Commentaire d'Emmanuel Faber, Président-Directeur Général

Le premier trimestre de l'année 2020 restera longtemps dans les mémoires comme celui du démarrage d'une pandémie sans précédent, qui pourrait changer durablement notre manière de vivre et de travailler. Afin d'en limiter les impacts sur la santé des populations, les gouvernements ont adopté des mesures de confinement conduisant à des arrêts temporaires par vague à la fois de l'offre et la demande, modifiant ainsi les équations économiques. Dans ce contexte, nous nous sommes efforcés de maintenir la continuité de notre activité en nous assurant de la sécurité de nos salariés, en protégeant leur santé et en garantissant leurs revenus. Compte tenu des effets immédiats et significatifs de changements dans la demande, nos ventes trimestrielles ont enregistré une croissance de +3,7% en données comparables, supérieure à nos attentes, avec des phénomènes de stockage en Europe et en Amérique du Nord en mars qui ont compensé la baisse de l'activité en Chine, et une bonne performance de certaines de nos catégories qui a permis de contrebalancer la baisse d'activité sur d'autres.

Les conditions de demande et d'offre de nos produits seront au deuxième trimestre largement et profondément touchées par les mesures de confinement à l'échelle mondiale. Au-delà des phénomènes de stockage observés en mars, nous ne sommes pas aujourd'hui en mesure de prévoir la manière dont ces mesures affecteront l'offre et la demande sur nos marchés. Elles varieront en effet significativement en fonction des habitudes de consommations, des modes de vie et des revenus des populations, dans un contexte de grande diversité également dans les stratégies gouvernementales de gestion et de sortie de confinements adoptées sur le plan local et national, et de taux de réussite encore inconnu de ces stratégies.

Les conditions mondiales de demande et d'offre seront par conséquent exceptionnellement volatiles et imprévisibles, comme le sera l'étendue des actions que nous pourrions être amenés à apporter en réponse, avec des impacts directs sur nos ventes et sur nos coûts. Aussi, notre Conseil d'administration a-t-il décidé de retirer les objectifs financiers qui avaient été fixés pour l'année 2020, tandis que nous préserverons, par une gestion adaptée, notre niveau élevé de trésorerie pour nous permettre de faire face à la situation.

Dans ce contexte notre priorité à court terme sera d'assurer à nos salariés un environnement de travail sûr et de faire en sorte que nos marques répondent aux besoins des populations au-delà de ce qui est attendu d'elles en temps normal. Je me réjouis que nous ayons pu, dès les premiers moments de cette crise, ouvrir des facilités de trésorerie à hauteur de 300 millions d'euros pour nos partenaires très petites et petites entreprises alors que le besoin s'en ressent déjà. A cet égard, je voudrais remercier nos actionnaires qui avaient quasi-unanimement approuvé lors de l'Assemblée Générale d'avril 2009 la création du Fonds Danone pour l'Ecosystème qui a permis et qui continuera de soutenir l'emploi dans notre écosystème tout au long de cette crise. Nous sommes convaincus que plus que jamais la réussite d'une entreprise repose sur la force de son écosystème.

Un sentiment fort nous unit : jamais le cadre des actions que nous menons pour One Planet. One Health. n'a été aussi pertinent, nécessaire et plein de sens qu'aujourd'hui. Dans ces circonstances inédites, il éclaire l'engagement quotidien des équipes de Danone auprès de nos éleveurs et fournisseurs, clients et consommateurs, professionnels de santé et patients, mais aussi de nos partenaires, des gouvernements, et des autorités sanitaires.

Je suis fier et reconnaissant pour ce que nos équipes accomplissent chaque jour partout dans le monde, afin de remplir notre mission et susciter la préférence pour nos marques dans leurs communautés. Je suis convaincu que

c'est le meilleur moyen pour Danone de démontrer sa résilience tout au long de cette crise et de continuer à créer et partager de la valeur durable. »

I. Information COVID-19

La priorité de Danone dans les circonstances inédites créées par le COVID-19 est d'assurer la sécurité de ses 100,000 salariés à travers le monde, ainsi que celle de ses partenaires, afin de protéger sa chaîne d'approvisionnement et de pouvoir ainsi continuer à apporter ses produits d'alimentation du quotidien à ses consommateurs. L'entreprise collabore étroitement avec les gouvernements et les autorités sanitaires dans chaque région pour aider partout et comme elle le peut.

Danone a annoncé avoir pris dans ce contexte des mesures majeures pour renforcer la solidité de toute sa chaîne de valeur :

- garantie des contrats et salaires de tous les salariés de Danone dans le monde jusqu'au 30 juin ;
- couverture exceptionnelle (santé, garde d'enfants, quarantaine) pour tous les salariés dans le monde ;
- versement d'une prime à tous les salariés travaillant sur site pendant l'épidémie ;
- soutien financier à hauteur de 300 millions d'euros financé sur les fonds propres de Danone incluant l'octroi de délais de paiement étendus et de facilités de trésorerie à destination des agriculteurs, fournisseurs et clients de plus petite taille, un fonds destiné à aider les entrepreneurs de Danone Manifesto Ventures, ainsi qu'un soutien aux communautés de l'écosystème de Danone.

Les défis opérationnels posés par les mesures de confinement décidées en mars par les gouvernements sont de deux ordres. Il s'agit d'abord de faire face à des changements significatifs de comportements d'achat de la part des consommateurs, avec une forte volatilité dans les niveaux de demande hebdomadaire, accentuée par des phénomènes de stockage les premières semaines de confinement, un report de la consommation hors domicile en faveur de prises de repas à domicile, et une préférence accrue pour des plus grands formats. Il s'agit par ailleurs de maintenir les taux de service et de faire face à une baisse de l'efficacité sur les chaînes de production et de distribution résultant de la mise en place de normes de distanciation sociale, d'une baisse de la productivité, d'une hausse des coûts de transport et d'autres contraintes logistiques.

Résilient et agile, Danone continuera dans ce contexte d'adapter ses décisions d'allocation de ressources de court-terme afin d'assurer la sécurité de ses salariés, la continuité de son activité, l'efficacité de ses opérations et la résilience de son écosystème, tout en assurant la solidité de son bilan.

II. Chiffre d'affaires du premier trimestre 2020

Au premier trimestre 2020, le chiffre d'affaires consolidé s'est établi à 6 242 millions d'euros, en hausse de **+3,7% en données comparables**, avec une progression de +2,9% des volumes et de +0,8% en valeur. En données publiées, la croissance s'est élevée à +1,7% incluant un effet périmètre négatif (-1,7%) reflétant principalement la déconsolidation d'Earthbound Farm depuis le 1^{er} avril 2019, un impact de change négatif (-0,9%), ainsi qu'une contribution organique de l'Argentine à la croissance de +0,5%.

En million d'euros Excepté %	T1 2019	T1 2020	Variation données publiées	Variation données comparables	Variation volumes
PAR POLE					
EDP	3 308	3 364	+1,7%	+4,6%	+2,8%
Nutrition Spécialisée	1 828	1 949	+6,6%	+7,9%	+5,2%
Eaux	1 002	928	-7,4%	-6,8%	-0,9%
PAR ZONE					
Europe & Noram ¹	3 381	3 469	+2,6%	+4,7%	+5,4%
Reste du Monde	2 757	2 772	+0,5%	+2,6%	+0,6%
TOTAL	6 138	6 242	+1,7%	+3,7%	+2,9%

¹Amérique du Nord (Noram) : Etats-Unis et Canada

La croissance des ventes en données comparables au premier trimestre est supérieure aux attentes de l'entreprise en début d'année lorsque l'épidémie de coronavirus impactait le marché chinois. Elle comprend une forte hausse des ventes au mois de mars, entre +5% et +10%, favorisées à court-terme par l'effet conjugué d'une augmentation de la consommation alimentaire à domicile et de phénomènes de stockage en Europe et en Amérique du Nord. Cet effet a favorisé les ventes des Produits Laitiers et d'Origine Végétale et celles de la Nutrition Spécialisée, alors que les ventes d'Eaux ont été plus touchées par la fermeture des circuits de restauration hors domicile, avec environ 40% des ventes de ce pôle habituellement consommées hors foyer.

Au niveau régional, la croissance du premier trimestre a été tirée par l'Europe et l'Amérique du Nord, qui ont toutes les deux enregistré une croissance d'environ +5% en données comparables avec des volumes en forte hausse. Dans le Reste du Monde, les ventes ont progressé de +2,6% en données comparables avec des volumes en légère croissance, reflétant des dynamiques régionales contrastées, le maintien d'un bon momentum d'activité en Asie du Sud Est et l'amélioration de la performance en Russie ayant permis de contrebalancer la baisse de chiffre d'affaires enregistrée au premier trimestre en Chine.

Performance par pôle

PRODUITS LAITIERS ET D'ORIGINE VEGETALE (EDP)

Au premier trimestre, les ventes ont progressé de +4,6% en données comparables, comprenant une hausse de +2,8% en volume et de +1,9% en valeur, bénéficiant du triple effet d'une faible exposition aux canaux de restauration hors domicile, d'une augmentation de la prise de repas à domicile en mars et de comportements de stockage en Europe et Amérique du Nord, régions qui ont toutes les deux enregistré une croissance des ventes comprise entre 5% et 10% au premier trimestre. Afin de sécuriser la production et la disponibilité en rayon de nos produits, notre portefeuille a été recentré dans ces régions sur les grands formats et sur les références à forte rotation en linéaire. Le COVID-19 a eu un impact limité jusqu'à présent sur la demande des consommateurs dans le reste du monde, sauf en **Afrique** où les ventes trimestrielles sont restées stables, touchées par la fermeture en mars d'un grand nombre de commerces de proximité. La croissance des ventes dans la zone **CEI** s'est améliorée par rapport au trimestre précédent grâce à la stabilisation de la gamme de produits laitiers traditionnels et l'**Amérique Latine** a enregistré une solide croissance des ventes. Dans l'ensemble, les **Produits d'Origine Végétale** ont enregistré une croissance d'environ +15%, incluant une croissance de près de +20% pour la marque *Alpro* en Europe et la marque *Silk* en Amérique du Nord ; et les **Produits Laitiers** ont enregistré une solide croissance avec des gains de parts de marché dans plusieurs grands marchés et plusieurs de nos marques phares affichant de très bonnes performances pendant le trimestre, telles qu'*Actimel*, *Danone* et *Danette* en Europe, et *Horizon* et *Two Good* aux Etats-Unis.

NUTRITION SPECIALISEE

Au premier trimestre, les ventes ont progressé de +7,9% en données comparables, comprenant une hausse de +5,2% en volume et de +2,7% en valeur, tirées par des effets de stockage dans la seconde partie du trimestre, avec une contribution de l'ensemble des régions. Les ventes dans la **Nutrition Infantile** (comprenant les substituts au lait maternel, les aliments pour bébés et les spécialités pédiatriques) ont enregistré une croissance comprise entre +5% et +10%, et l'activité **Nutrition pour Adultes** a affiché une forte croissance. Les ventes aux consommateurs en **Chine** ont enregistré une croissance solide avec des gains de part de marché pour *Aptamil* compte tenu de son fort positionnement sur les canaux d'e-commerce qui ont enregistré la plus forte croissance sur la période, alors que les interdictions de voyager et la fermeture des frontières à Hong-Kong ont affecté les ventes dans les autres canaux de distribution. La montée en gamme du marché s'est poursuivie. En **Europe**, les ventes à destination du marché domestique ont enregistré une hausse d'environ +10% en données comparables, avec un taux de croissance supérieur à +30% en mars favorisé par des comportements de stockage pour les produits de substitution au lait maternel et des aliments pour bébés, ainsi que par une forte demande pour les solutions d'alimentation par sonde pour adultes du fait d'un nombre d'hospitalisations en hausse. Les **autres régions** ont également enregistré une croissance très forte, tirée par une croissance supérieure à +10% en Asie du Sud-Est et aux Etats-Unis.

EAUX

Au premier trimestre, les ventes ont reculé de -6,8% en données comparables, comprenant une baisse des volumes de -0,9% et une baisse de valeur de -5,9%, reflétant l'effet mix négatif résultant d'une demande en baisse pour les petits formats commercialisés dans la restauration hors domicile et les magasins de proximité, où les ventes ont enregistré une baisse significative à deux chiffres. En **Chine** les ventes ont enregistré une baisse de l'ordre de -40% comme anticipé, compte tenu de l'impact du COVID-19 sur la demande pour la consommation nomade et sur la

chaîne de distribution. En **Europe**, les ventes ont diminué d'environ -5% malgré des comportements de stockage pour les eaux minérales et les grands formats commercialisés dans la grande distribution et en e-commerce. Les autres régions ont enregistré dans l'ensemble un nouveau trimestre de croissance solide, notamment en Indonésie et au Mexique, où les grands formats réutilisables ont continué de réaliser de bonnes performances.

III. Perspectives et objectifs 2020

Depuis les dernières perspectives pour l'année 2020 partagées par l'entreprise à la fin du mois de février, les mesures politiques et les initiatives prises pour limiter la transmission du COVID-19 se sont multipliées et près de la moitié de la population mondiale vit aujourd'hui en confinement.

Compte tenu de la dimension mondiale de l'épidémie de COVID-19, et des incertitudes liées à sa gravité, à sa durée et à la multitude de ses impacts, à la hausse et à la baisse, à travers ses différents marchés, Danone n'est pas en mesure d'évaluer précisément son impact sur sa performances financière en 2020, au-delà des phénomènes de stockage observés au mois de mars en Europe et en Amérique du Nord. Il est très probable que cet impact variera significativement en fonction des habitudes de consommation et des modes de vie, et des modalités de mise en œuvre et de sortie de confinement par les différentes autorités gouvernementales.

L'absence de consensus à date sur la manière dont l'épidémie se développera et quand elle se terminera, sur ses conséquences macroéconomiques de moyen-terme et son impact sur les habitudes et le pouvoir d'achat des populations, rend également plus difficile tout exercice d'élaboration de perspectives.

Ces éléments, auxquels s'ajoutent les grandes fluctuations monétaires observées dernièrement, nous conduisent à retirer nos objectifs pour l'année 2020 en matière de croissance du BNPA courant, de croissance du chiffre d'affaires en données comparables et de marge opérationnelle courante.

Nous anticipons que pour le reste de l'année les conditions mondiales d'offre et de demande continueront d'être exceptionnellement volatiles et imprévisibles, avec un impact probable sur notre base de coût des actions prises pour protéger la santé de nos salariés et maintenir la continuité de notre activité et la distribution de nos produits, qui se traduiront par des coûts sanitaires, industriels, et logistiques additionnels.

IV. Objectifs de long-terme et priorités stratégiques

En février dernier, à l'occasion de ses résultats annuels, Danone a annoncé son plan afin d'accélérer l'action de ses marques pour le climat et renforcer son modèle de croissance.

Cette priorité s'est traduite par un plan d'investissements accéléré pour le climat d'environ 2 milliards d'euros cumulés sur la période 2020-2022 dans les marques, le climat et l'agriculture, les emballages et la transformation digitale, avec l'ambition de développer le modèle d'entreprise le plus attractif de son industrie, renforcer la reconnaissance des consommateurs envers les marques pour leurs actions en faveur du climat, et créer ainsi un cercle vertueux au service d'une croissance supérieure et d'une création de valeur plus forte et plus rapide.

Nous sommes convaincus que, dans le « monde d'après » le COVID-19, tous ces éléments auront encore plus d'importance pour nos clients et nos consommateurs. Nous restons par conséquent engagés dans la poursuite de ce plan bien que le calendrier de mise en œuvre de certaines initiatives pourrait être décalé du fait de l'apparition récente du COVID-19.

Nous restons confiants dans notre ambition d'atteindre nos objectifs 2030, en matière d'accélération de la croissance du chiffre d'affaires, de maximisation d'efficacité et d'allocation disciplinée du capital.

V. Informations complémentaires

Opérations financières et événements importants sur la période

- **3 avril 2020** : Compte tenu du contexte exceptionnel lié à l'épidémie de Covid-19 qui a conduit le gouvernement français à prendre des mesures de confinement strictes, le Conseil d'administration de Danone a pris la décision de reporter à une date ultérieure l'Assemblée Générale Mixte initialement convoquée pour

le mardi 28 avril 2020. La mise en paiement du dividende au titre de l'exercice 2019 est par conséquent également repoussée. Le Conseil d'administration annoncera ultérieurement les nouvelles dispositions pour l'Assemblée Générale, qui se tiendra en tout état de cause avant le 30 juin 2020.

- **11 mars 2020** : Danone lance avec succès une émission obligataire de 800 millions d'euros. Cette émission permet à Danone d'allonger la maturité de sa dette et d'en optimiser le coût, dans un contexte de marché favorable aux émissions de qualité. Réalisée dans le cadre du programme Euro Medium Term Note (EMTN) de Danone, l'émission consiste en une obligation libellée en euros sur 7 ans à un taux fixe équivalent au taux mid swap + 0,93%, offrant un coupon de 0,571%.
- **5 mars 2020** : Les marques d'eau de Danone lancent "WeActForWater" pour ouvrir la voie à une nouvelle façon d'imaginer le business. Visant à apporter une hydratation saine et de l'eau potable aux populations du monde entier de la manière la plus responsable possible, "WeActForWater" une série de mesures urgentes, d'objectifs ambitieux et de nouveaux investissements. Déployé par les marques d'eau emblématiques de Danone, dont *evian*, *Volvic*, *AQUA* et *Bonafont*, il se concentre sur l'emballage responsable, la neutralité climatique, la préservation des aquifères et l'accès à l'eau potable.

Normes IFRS

IAS 29 : impact sur les données publiées

Danone applique la norme IAS29 à l'Argentine depuis le 1^{er} juillet 2018. La norme IAS29 requiert de retraiter les éléments non-monétaires des actifs et passifs du pays en hyperinflation ainsi que son compte de résultat pour refléter l'évolution du pouvoir d'achat général de sa monnaie fonctionnelle, entraînant un profit ou une perte sur la position monétaire nette qui est enregistrée en résultat net. De plus, les états financiers de ce pays sont convertis au taux de clôture de la période considérée.

Effet d'IAS29 sur les données publiées (en millions d'€ sauf %)	T1 2020
Chiffre d'affaires	-2
Croissance du chiffre d'affaires (%)	-0,0%

INDICATEURS FINANCIERS NON DÉFINIS PAR LES NORMES IFRS

En raison des règles d'arrondis, la somme des valeurs présentées peut présenter des écarts non significatifs par rapport au total reporté.

Indicateurs financiers non définis par les normes IFRS

Les variations en données comparables du chiffre d'affaires et de la marge opérationnelle courante reflètent la performance organique de Danone en excluant essentiellement l'impact :

- des variations de périmètre en calculant les indicateurs de l'exercice considéré sur la base du périmètre de consolidation de l'exercice précédent, le périmètre de consolidation de l'exercice précédent et de l'exercice en cours excluant les entités argentines à compter du 1^{er} janvier 2019 ;
- des changements dans les principes comptables applicables ;
- des variations de taux de change en calculant les indicateurs de l'exercice considéré et ceux de l'exercice précédent sur la base de taux de change identiques (le taux de change utilisé est un taux annuel prévisionnel déterminé par Danone pour l'exercice considéré et appliqué aux deux exercices).

Passage des données publiées aux données comparables

(en million d'€ sauf %)	T1 2019	Effets des variations du périmètre de consolidation	Effets des variations des taux de change et autres y compris IAS29	Contribution organique de l'Argentine	Variations en données comparables	T1 2020
Chiffre d'affaires	6 138	-1,7%	-0,9%	+0,5%	+3,7%	6 242

DÉCLARATIONS DE NATURE PRÉVISIONNELLE

Ce communiqué contient des déclarations de nature prévisionnelle concernant Danone. Dans certaines hypothèses, vous pouvez identifier ces déclarations prévisionnelles au moyen de termes prospectifs tels que « estimer », « s'attendre à », « espérer », « anticiper », « escompter », « projeter », « perspectives », « objectif », « planifier », « avoir l'intention de », « prévoir », « envisager », « probable », « pourrait », « devrait », « cibler », « viser », « fera », « croire », « continuer », « certain » et « convaincu », la forme négative ou plurielle de ces mots et d'autres termes qui ont un sens similaire. Les déclarations de nature prévisionnelle de ce document contiennent, de manière non limitative, des prédictions concernant les activités, opérations, directions, performance et résultats futurs de 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 des résultats anticipés dans ces déclarations de nature prévisionnelle. Pour une description plus détaillée de ces risques et incertitudes, il convient notamment de se référer au document d'enregistrement universel de Danone (section « Facteurs de risques », dont la dernière version est disponible sur www.danone.com).

Sous réserve des exigences réglementaires, Danone ne s'engage pas à mettre à jour ou réviser publiquement une quelconque de ces déclarations de nature prévisionnelle. Ce document ne constitue pas une offre de vente ou une sollicitation d'offre d'achat de titres de Danone.

La conférence téléphonique à destination des analystes et des investisseurs, tenue par Emmanuel Faber, Président-Directeur Général, et Cécile Cabanis, Directrice Générale Finances, sera diffusée en direct aujourd'hui à 9h00 (heure de Paris) sur le site Internet www.danone.com. Le support de la présentation sera également disponible sur le site Internet, section Investisseurs.