

“Nous sommes extrêmement heureux de faire part du meilleur résultat trimestriel, hors période de fêtes, de notre histoire, tant en termes de chiffre d'affaires que de bénéfice”, a déclaré Peter Oppenheimer, CFO d'Apple, lors de l'annonce des résultats financiers de la société pour le trimestre s'achevant fin mars. Au deuxième trimestre de son année fiscale 2009, Apple enregistre un chiffre d'affaires de 8,16 milliards de dollars et un bénéfice net trimestriel de 1,21 milliards de dollars, soit 1,33 dollar par action diluée. La marge brute est de 36,4 %, contre une marge de 32,9 % pour la même période, l'an passé.

Records historiques en termes de chiffre d'affaires et de bénéfices pour le deuxième trimestre clos en mars

CUPERTINO, Californie — le 22 avril 2009 — Apple® a annoncé ce jour les résultats financiers de son deuxième trimestre fiscal clos le 28 mars 2009. La société a enregistré un chiffre d'affaires de 8,16 milliards \$ et un résultat net trimestriel de 1,21 milliard \$, soit 1,33 \$ par action diluée. Ces résultats sont à comparer à un chiffre d'affaires de 7,51 milliards \$ et à un résultat net trimestriel de 1,05 milliard \$, ou de 1,16 \$ par action diluée pour le même trimestre de l'exercice précédent. La marge brute générée a représenté 36,4 %, en augmentation par rapport aux 32,9 % enregistrés au cours du même trimestre de l'exercice précédent. Les ventes à l'international ont représenté 46% du chiffre d'affaires du trimestre.

Au cours du trimestre, Apple a vendu 2,22 millions d'ordinateurs Macintosh®, ce qui représente une baisse de 3 % en volume par rapport au même trimestre de l'exercice précédent. Au cours du trimestre, la société a également vendu 11,01 millions d'iPods, soit une progression de 3 % en volume par rapport au même trimestre de l'exercice précédent. Les ventes trimestrielles d'iPhones se sont élevées à 3,79 millions d'unités, soit une progression de 123 % en volume par rapport au même trimestre de l'exercice précédent.

« Nous sommes extrêmement satisfaits d'annoncer le meilleur trimestre, sans période de fêtes, de l'histoire d'Apple » a déclaré Peter Oppenheimer, CFO d'Apple. « La situation financière d'Apple demeure très solide avec près de 29 milliards de \$ de trésorerie et de titres négociables à notre bilan. Si nous nous projetons sur le troisième trimestre fiscal de 2009, nous attendons un chiffre d'affaires qui devrait se situer dans une fourchette de 7,7 milliards \$ à 7,9 milliards \$ et nous attendons des bénéfices par action diluée de l'ordre de 0,95 \$ à 1,00 \$ ».

Apple a fait appel à QuickTime™, sa technologie de streaming audio et vidéo en direct ou à la demande pour diffuser en temps réel la webconférence de ses résultats financiers du deuxième trimestre 2009. Celle-ci débutera à 14 h (heure avancée du Pacifique), le 22 avril 2009. Elle sera retransmise en direct à l'adresse [www.apple.com/quicktime/qtv/earningsq209/](http://www.apple.com/quicktime/qtv/earningsq209/) et continuera d'être disponible par la suite pendant environ deux semaines.

\* Mesures financières non conformes aux GAAP

Au cours de l'exercice fiscal 2007, la société a commencé à vendre les iPhones et Apple TV. Compte tenu qu'à l'avenir, la société pourra fournir gratuitement des fonctionnalités non spécifiées et des produits logiciels supplémentaires à ses clients d'iPhones et d'Apple TV, les normes GAAP exigent que la société comptabilise le chiffre d'affaires et le coût des produits vendus pour ces produits de manière linéaire pendant la durée de vie utile de ses produits, en comptabilisant toute perte au moment de la vente. Actuellement, les durées de vie utiles de ces produits sont estimées à 24 mois. Ce traitement comptable, dit comptabilité par abonnement, se traduit par le report de pratiquement l'ensemble du chiffre d'affaires et du coût des produits vendus pendant le trimestre au cours duquel les produits sont vendus aux clients. Les autres coûts relatifs à ces produits, dont les coûts de conception, des ventes, de marketing et de garantie sont imputés au moment où ils sont générés. De plus, les coûts engagés pour développer des fonctionnalités futures et des logiciels supplémentaires susceptibles d'être fournis, au final, aux clients sont également imputés au moment où ils se sont générés. En revanche, la société comptabilise généralement le chiffre d'affaires et les coûts des produits vendus pour ses autres produits tels que les Mac et les iPods, au moment de leur vente car la Société ne fournira pas gratuitement, dans le futur, de fonctionnalités non spécifiées ou de logiciels supplémentaires à ces clients.

En juillet 2008, la Société a commencé à vendre l'iPhone 3G, l'iPhone de deuxième génération, développant à cette époque de manière significative sa distribution en établissant des relations avec des sociétés de télécommunication dans plus de 70 pays. Les ventes d'iPhones 3G ont été nettement supérieures aux ventes de l'iPhone de première génération. Au cours du premier trimestre de disponibilité de l'iPhone 3G, clos le 27 septembre 2008, 6,9 millions d'exemplaires ont été vendus, dépassant ainsi les 6,1 millions d'iPhones de première génération vendus lors des cinq trimestres précédents combinés.

Les ventes d'iPhone 3G ont encore atteint des niveaux significatifs au cours du trimestre clos le 28 mars 2009, avec 3,79 millions d'iPhones vendus. De ce fait, le montant de chiffre d'affaires et le coût des produits liés à ces ventes d'iPhones dont la Compagnie a reporté la comptabilisation à des périodes ultérieures en vertu de la comptabilité par abonnement ont été substantiels. Alors que les résultats GAAP fournissent un point de vue significatif sur les opérations et la situation financière de la Société, le management continue de compléter l'analyse de son activité en utilisant des mesures financières qui prennent en compte les ventes totales, les coûts des produits liés et les bénéfices en résultant pour les iPhones et les Apple TV vendus à ses clients au cours de la période. La présentation, qui figure à la fin de ce communiqué de presse, comprend les mesures non conformes aux GAAP suivantes : « Ventes ajustées », « Coûts des ventes ajustés », « Marge brute ajustée », « Marge opérationnelle ajustée », « Bénéfice net ajusté », et « Bénéfice ajusté dilué par action ». Ces mesures financières ne sont pas cohérentes avec les normes GAAP car elles ne reflètent pas le report de chiffre d'affaires et des coûts en vue de leur comptabilisation à des périodes ultérieures. Les mesures non conformes aux GAAP mentionnées ci-dessus sont générées en ajustant les mesures GAAP correspondants dans le seul but d'annuler l'impact de la comptabilité par abonnement. La société utilise ces mesures financières, en même temps que d'autres mesures commentées ci-après, afin de donner un point de vue supplémentaire sur les tendances de la société sur le plan opérationnel et commercial qui n'apparaissent pas immédiatement dans les

résultats GAAP.

Le management utilise les Ventes ajustées pour évaluer le taux de croissance de la Société, le mix de son chiffre d'affaires et sa performance relative par rapport à ses concurrents. Compte tenu de l'impact significatif des ventes d'iPhones en volume au cours du trimestre clos le 28 mars 2009, les Ventes ajustées fournissent une mesure significative de la croissance de la société en faisant ressortir les sommes généralement dues à Apple au moment de la vente correspondant aux produits vendus au cours de la période. De plus, le fait de neutraliser les effets du chiffre d'affaires reporté (ventes courantes reportées à des périodes ultérieures et ventes antérieures comptabilisées actuellement) se traduit par une plus grande transparence au niveau des tendances des ventes sous jacentes de la Société. Le management utilise les mesures non-conformes aux GAAP du « Coût ajusté des Ventes, » « Marge brute ajustée » et « Marge opérationnelle ajustée » pour mesurer la performance opérationnelle de la société basée sur les ventes d'iPhones et d'Apple TV pendant la période actuelle et pour faciliter les décisions opérationnelles en cours. De plus, du fait que la Société comptabilise les frais de conception, de vente et de marketing au moment où ils sont générés, y compris pour les dépenses liées à l'iPhone et à l'Apple TV, le management utilise les Ventes ajustées pour évaluer le rendement sur ces coûts, afin de gérer la croissance des coûts d'exploitation d'une année sur l'autre et pouvoir ainsi budgéter les dépenses futures. De même, du fait qu'elles sont considérées comme des indicateurs valables des résultats commerciaux courants, les mesures non-conformes aux GAAP que sont les « Ventes ajustées » et la « Marge opérationnelle ajustée » sont des facteurs qui seront pris en compte dans le calcul de la rémunération du management au début de l'exercice fiscal 2009. Enfin, le management utilise les mesures non conformes aux GAAP que sont le « Bénéfice ajusté » et le « Bénéfice ajusté dilué par action » pour mesurer les performances opérationnelles de la société sur la base des ventes d'iPhones et d'Apple TV pendant la période courante, afin de faciliter les décisions opérationnelles en cours et comparer la performance relative de la Société à celle de ses concurrents.