

Pernod Ricard - Annexes 9 mois 2006/07 (*)

Détail du chiffre d'affaires au 31 mars 2007 (en millions d'euros)

| | 31 Mars 2006 (9 mois) | | 31 Mars 2007 (9 mois) | | Variation | | Croissance interne, yc ventes de vrac de spiritueux | | Croissance interne, hors ventes de vrac de spiritueux | |
|---------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|------------|-------------|---|--------------|---|--------------|
| Vins & Spiritueux France | 482 | 11% | 494 | 10% | 12 | 2,6% | 8 | 1,6% | 8 | 1,6% |
| Vins & Spiritueux Europe | 1 520 | 33% | 1 608 | 33% | 88 | 5,8% | 118 | 8,2% | 122 | 8,7% |
| Vins & Spiritueux Amériques | 1 262 | 28% | 1 331 | 27% | 69 | 5,5% | 146 | 12,2% | 131 | 11,1% |
| Vins & Spiritueux Asie/Reste du monde | 1 307 | 29% | 1 465 | 30% | 158 | 12,1% | 182 | 14,1% | 182 | 14,1% |
| Total Groupe | 4 571 | 100% | 4 898 | 100% | 328 | 7,2% | 454 | 10,3% | 444 | 10,2% |

Détail du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2007 (en millions d'euros)

| | 31 Mars 2006 (3 mois) | | 31 Mars 2007 (3 mois) | | Variation | | Croissance interne, yc ventes de vrac de spiritueux | | Croissance interne, hors ventes de vrac de spiritueux | |
|---------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-----------|-------------|---|--------------|---|--------------|
| Vins & Spiritueux France | 125 | 10% | 126 | 9% | 1 | 0,7% | 1 | 1,1% | 1 | 1,1% |
| Vins & Spiritueux Europe | 384 | 29% | 434 | 31% | 50 | 13,0% | 55 | 15,0% | 53 | 15,0% |
| Vins & Spiritueux Amériques | 367 | 28% | 346 | 25% | -21 | -5,6% | 18 | 5,2% | 16 | 4,6% |
| Vins & Spiritueux Asie/Reste du monde | 427 | 33% | 485 | 35% | 485 | 13,7% | 78 | 18,7% | 78 | 18,7% |
| Total Groupe | 1 303 | 100% | 1 391 | 100% | 88 | 6,8% | 151 | 12,2% | 148 | 12,0% |

Détail de l'effet périmètre

| | M€ |
|---|-----------|
| Marques AD - Juillet 2006 | 185 |
| Marques AD - Juillet 2005 | (46) |
| Cessions et arrêts des marques d'agence | (126) |
| Effet périmètre | 13 |

Détail de la variation des ventes de vrac

| | Var en M€ |
|--------------------------------|-----------|
| Vrac Scotch Whiskies | (4) |
| Vrac Whiskies canadiens | 14 |
| dont ventes stocks Rich & Rare | 11 |
| Vrac autres spiritueux | - |
| Total vrac spiritueux | 10 |

Volume et croissance interne des marques stratégiques

| 9 mois 2007 | Variation des volumes | Croissance interne ** des volumes | Croissance interne du chiffre d'affaires |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|--|
| Chivas regal | 6% | 6% | 7% |
| Ballantine's | 14% | 23% | 28% |
| Ricard | 1% | 1% | 1% |
| Martell | 21% | 21% | 31% |
| Malibu | 5% | 8% | 12% |
| Kahlua | 0% | 4% | 9% |
| Jameson | 12% | 12% | 18% |
| Beefeater | 4% | 9% | 16% |
| Stolichnaya | 18% | 20% | 19% |
| Havana Club | 16% | 16% | 15% |
| The Glenlivet | 13% | 13% | 15% |
| Jacob's Creek | 5% | 5% | 2% |
| Mumm | 3% | 4% | 5% |
| Perrier Jouet | 23% | 23% | 31% |
| Montana | 15% | 15% | 14% |
| 15 Marques stratégiques | 8% | 10% | 14% |

** Croissance interne des volumes calculée d'août à mars pour les marques AD

Effet Devises Vins et Spiritueux

| | Effet devises 9 mois 2007 | % effet devises |
|------------------------------|---------------------------|-----------------|
| Dollar US et Dev. Assimilées | (71) | 51% |
| MYR, HKD, CNY | (13) | 9% |
| Dollar Australien | (7) | 5% |
| Dollar Néo Zélandais | (9) | 6% |
| Roupie Indienne | (9) | 7% |
| Peso Mexicain | (12) | 9% |
| Autres devises | (18) | 13% |
| TOTAL | (139) | 100% |

(*) période allant du 1er juillet 2006 au 31 mars 2007