

31 mars 2008

## Acquisition de Vin & Sprit

*“Pernod Ricard acquiert V&S et devient co-leader mondial de l’industrie des vins et spiritueux”*





Une nouvelle acquisition transformante

# Pernod Ricard acquiert V&S et devient co-leader mondial de l'industrie des vins et spiritueux

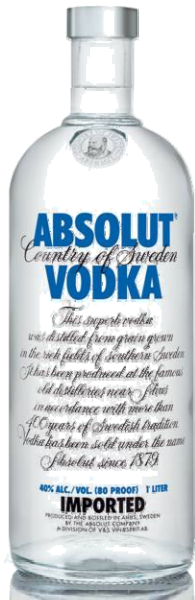


- **Un portefeuille à présent complet** : acquisition d'Absolut, une marque globale, leader mondial des vodkas premium
- **Une offre premium élargie** : acquisition d'une marque icône — la plus grande marque d'alcools blancs premium au monde — s'intégrant parfaitement dans notre portefeuille actuel de marques premium en forte croissance
- **Une présence accrue** aux États-Unis (Absolut : 5.0m cs<sup>(1)</sup>, depletions +4% en 2007) et consolidée dans le reste du monde (Absolut : 5.7m cs<sup>(1)</sup>, +15% en 2007)
- **Un profil de croissance renforcé** : la marque leader sur le segment des spiritueux en plus forte croissance (vodka premium) avec un potentiel exceptionnel

Création du co-leader mondial de l'industrie des vins et spiritueux s'appuyant sur un portefeuille de marques premium exceptionnel

(1) Source: Rapport annuel V&S

# Absolut : un actif unique



N.1 mondial des vodkas premium, une marque icône dont le rayonnement dépasse l'univers des spiritueux

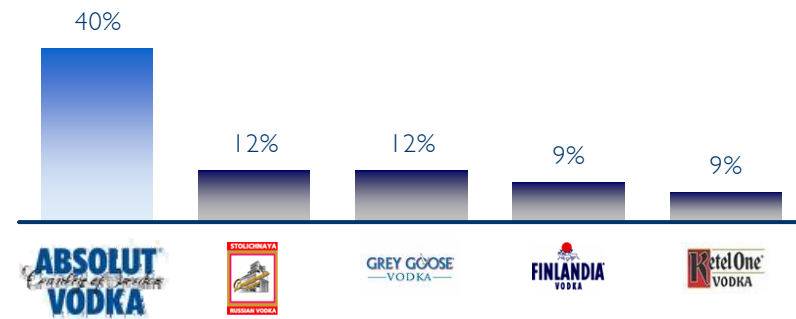
Une des 4 marques dépassant les 10m cs, la plus grande marque mondiale d'alcools blancs premium

Une croissance dynamique, renforcée par la récente campagne marketing "In an Absolut World"

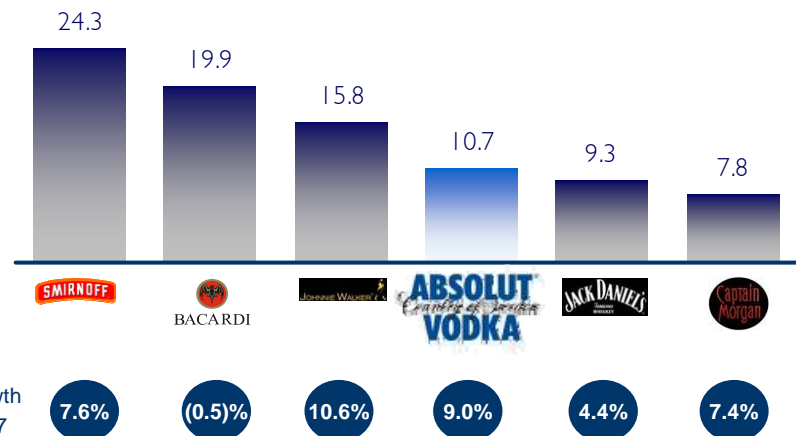
N.1 sur le marché américain de la vodka premium  
N.1 sur le marché américain des spiritueux premium



Parts de marché des vodkas premium<sup>(1)</sup> dans le monde



Volumes mondiaux<sup>(2)</sup> (en m. de caisses de 9l)



(1) Source : IWSR 2006 – "International Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence; Vision Pernod Ricard du marché : International Western Style Spirits = Indice >50 (Indice 100 = prix de Johnnie Walker Red / Ballantine's Finest); Premium et au-delà = indice > 80

(2) Source : Impact 2007












# Absolut : une grande marque mondiale

Volumes 2007 en milliers de caisses de 9L



Source : Rapport Annuel V&S

# Avec le renfort d'Absolut, un portefeuille de marques premium homogène et unique

| Catégories de spiritueux |   | Marques principales    | Volumes <sup>(1)</sup> | Croissance récente <sup>(2)</sup> |
|--------------------------|---|------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Vodka premium            |    | Absolut                | 10.7                   | +9%                               |
| Blended scotch           |    | Ballantine's           | 5.9                    | +17%                              |
| Anis                     |    | Ricard                 | 5.7                    | +2%                               |
| 12y+ blended scotch      |    | Chivas                 | 4.1                    | +4%                               |
| Liqueur                  |    | Malibu & Kahlua        | 3.5/2.2                | +11%/+7%                          |
| Rhum                     |    | Havana Club            | 2.8                    | +15%                              |
| Gin premium              |    | Beefeater              | 2.4                    | +10%                              |
| Whisky irlandais         |   | Jameson                | 2.3                    | +11%                              |
| Cognac                   |  | Martell                | 1.6                    | +17%                              |
| Champagne                |  | Mumm and Perrier Jouët | 0.9                    | +7%                               |
| Single malt scotch       |  | The Glenlivet          | 0.5                    | +15%                              |

Source : Pernod Ricard / rapport annuel V&S

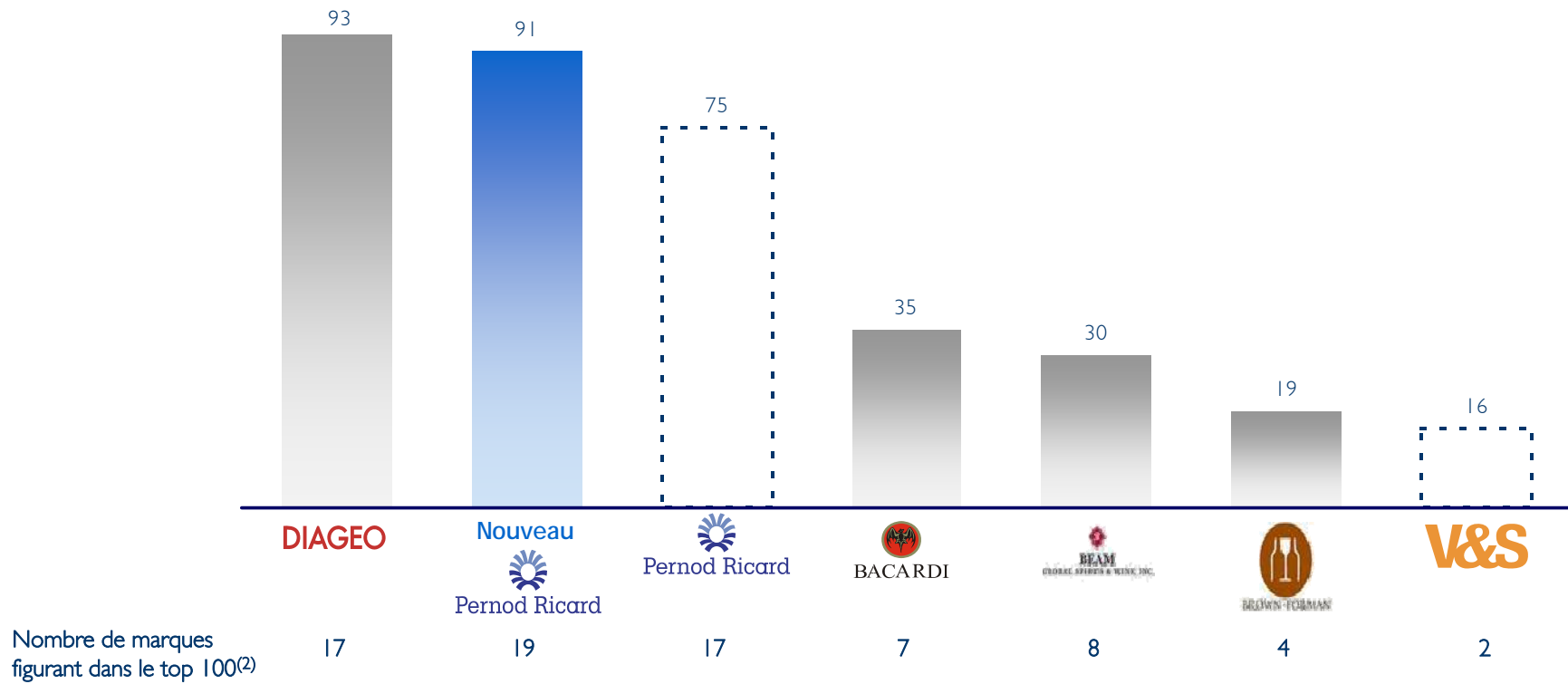
(1) Volumes année fiscale 2007 en millions de caisses de 9 litres

(2) Croissance interne des volumes entre année fiscale 2006 et année fiscale 2007, calculée entre août et juin pour les marques acquises d'Allied Domecq

# Pernod Ricard devient co-leader de l'industrie en volumes

## Marché des spiritueux – « Western Style Spirits »

Volumes en millions de caisses de 9L<sup>(1)</sup>



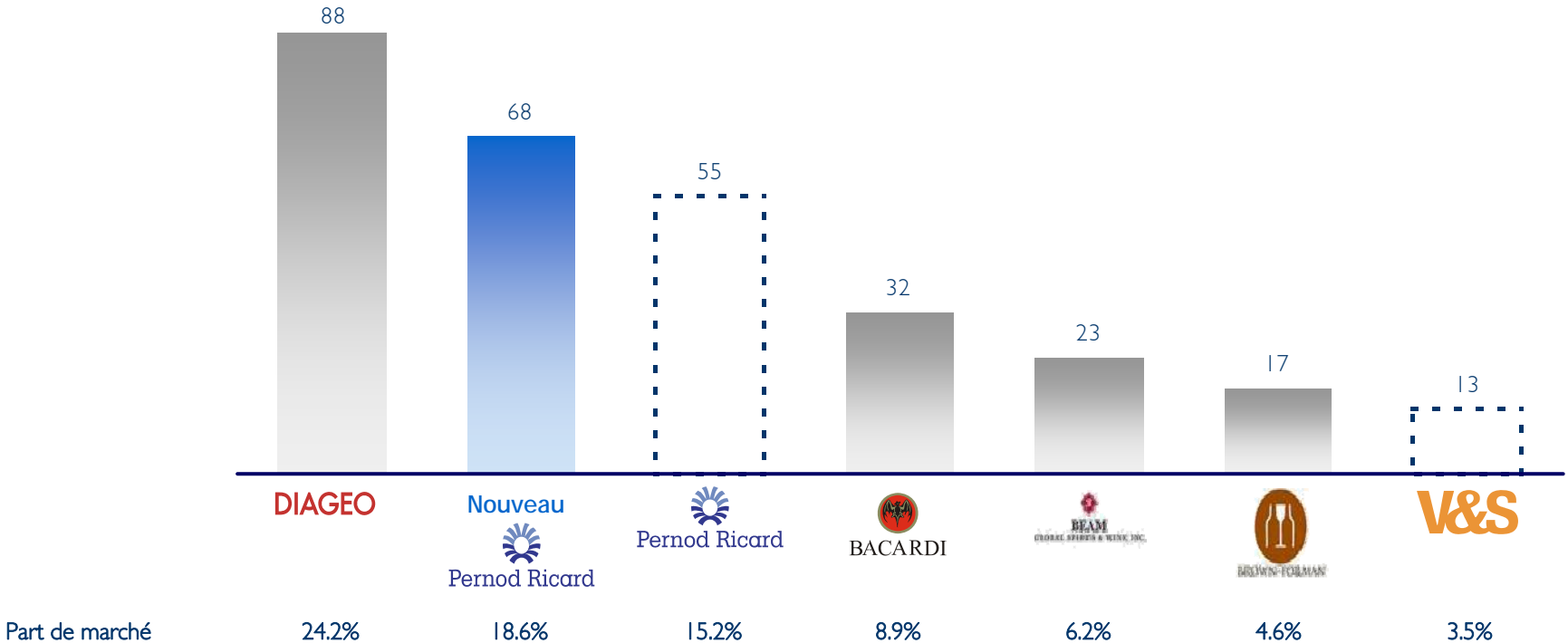
(1) Source : IWSR 2006 – "Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence  
 (2) Source : Impact 2007

# Renforcement de la position de N.2 sur le segment des « International Western Style Spirits<sup>1</sup> »



## Marché des spiritueux – « International Western Style Spirits »

Volumes en millions de caisses de 9L



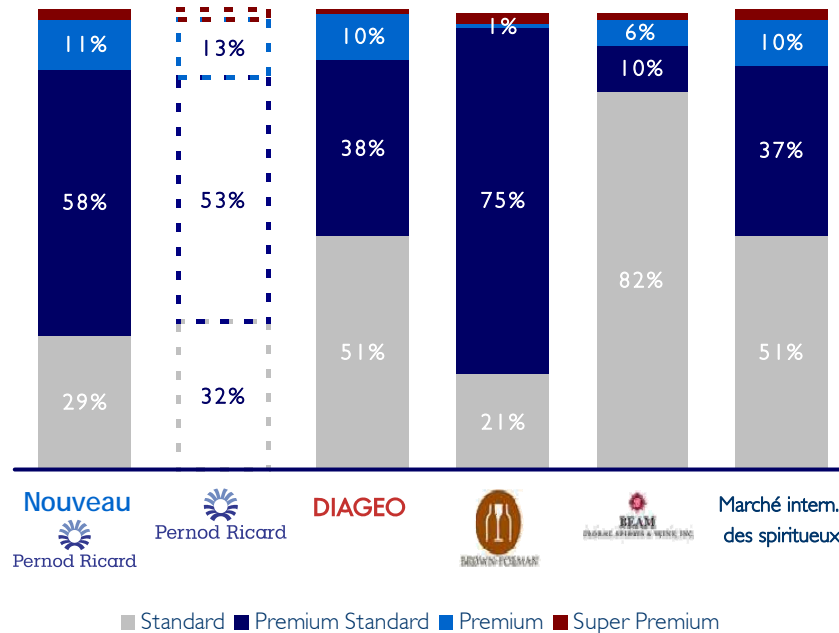
(1) Vision Pernod Ricard du marché: International Western Style Spirits = marques avec indice prix >50 (Indice 100 = Prix de JW Red / Ballantine's Finest)

Source : IWSR 2006 – "International Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence.

# Pernod Ricard devient N.1 des spiritueux premium

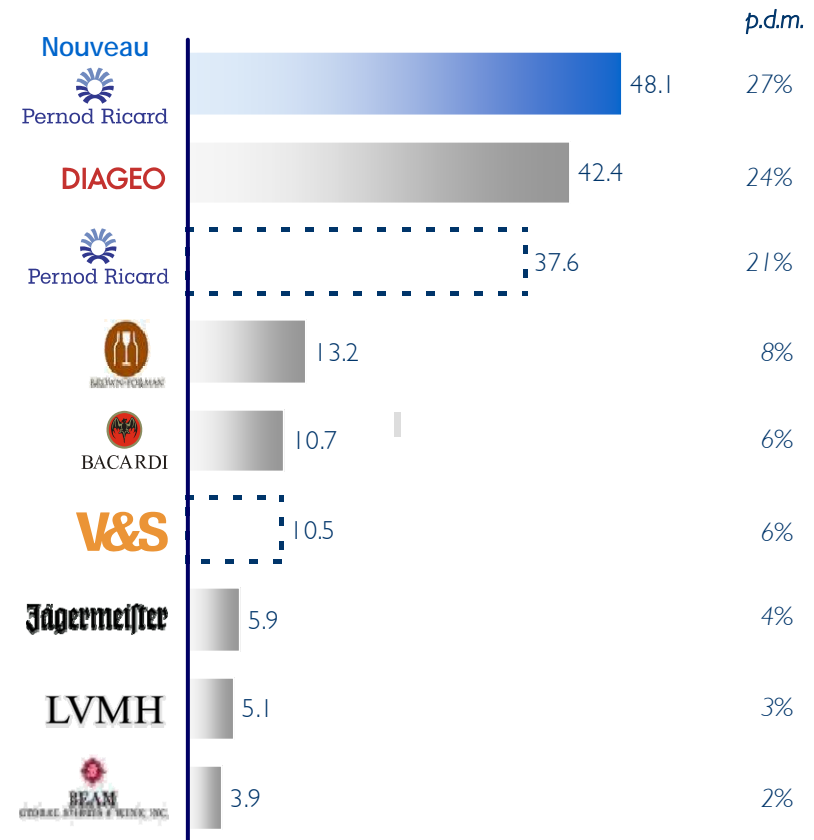
## Répartition du portefeuille par catégorie

(% Vol 2006)



Vision Pernod Ricard du marché: Standard Premium = indice 80 à 119;  
Premium+ = indice >120 (Indice 100 = Prix de JW Red / Ballantine's Finest)

## Principaux acteurs sur le segment des marques 'Premium'<sup>(1)</sup>



Source: IWSR 2006 – Vision du marché Pernod Ricard, "International Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence. International Western Style Spirits = marques avec indice prix >50 (Indice 100 = Prix de JW Red / Ballantine's Finest)

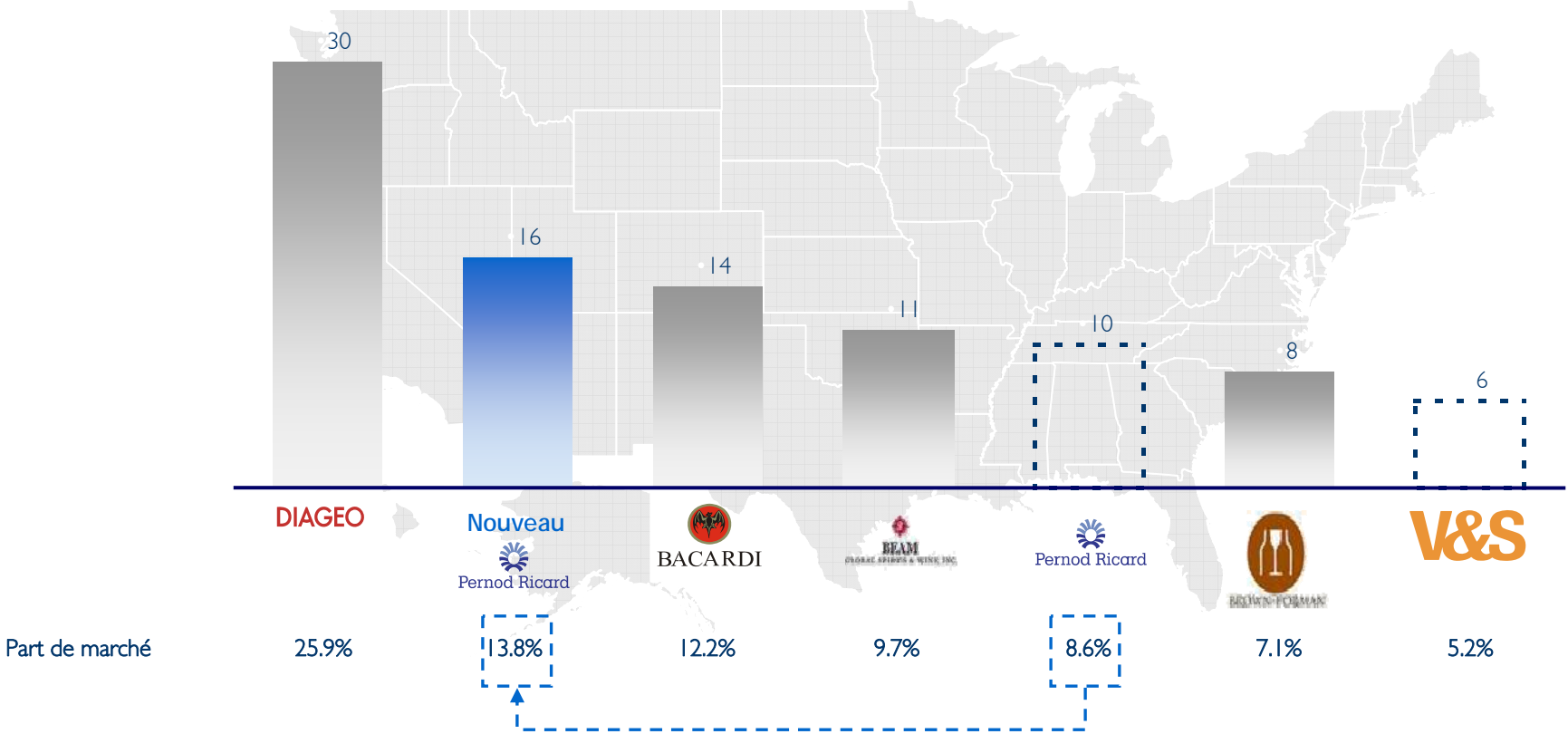
(1) Marques premium définies comme étant les catégories premium standard et au-delà

# Pernod Ricard devient N.2 aux États-Unis



## Marché des spiritueux aux États-Unis

Volumes en millions de caisses de 9L



Source : IWSR 2006 – "International Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence. Vision Pernod Ricard du marché: International Western Style Spirits = marques avec indice prix >50 (Indice 100 = Prix de JW Red / Ballantine's Finest)

## Distribution aux États-unis

---

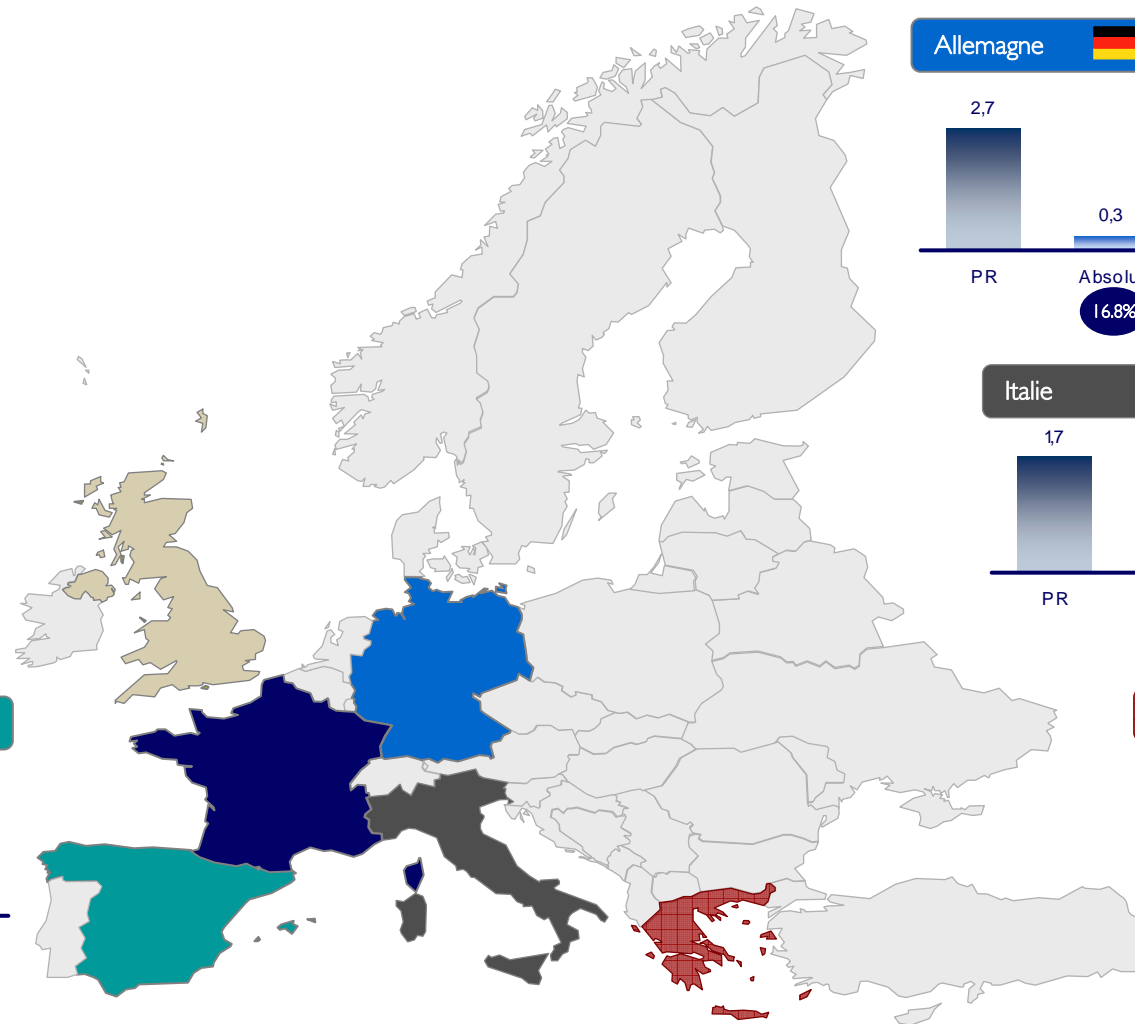
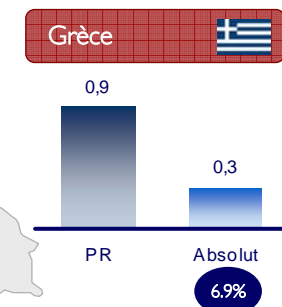
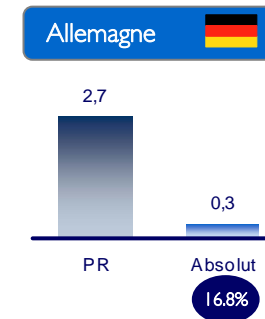
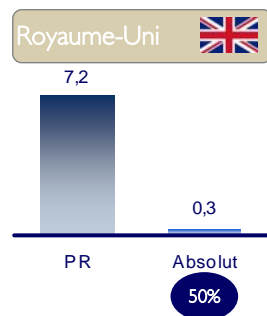
- Future Brands: joint-venture entre V&S (49%) et Fortune Brand (51%) en charge de la distribution des marques du portefeuille de V&S aux États-Unis, dans le cadre d'un contrat de distribution arrivant à échéance début 2012
- Au niveau opérationnel, V&S / Pernod Ricard bénéficie d'un contrôle total sur la stratégie marketing et la promotion de ses marques
- Dans la plupart des États, les distributeurs de V&S sont alignés avec ceux de Pernod Ricard USA



Pernod Ricard tirera immédiatement profit de son nouveau portefeuille aux États-Unis

# En Europe, un profil de croissance renforcé

Volumes en millions de caisses de 9L (vins et spiritueux)

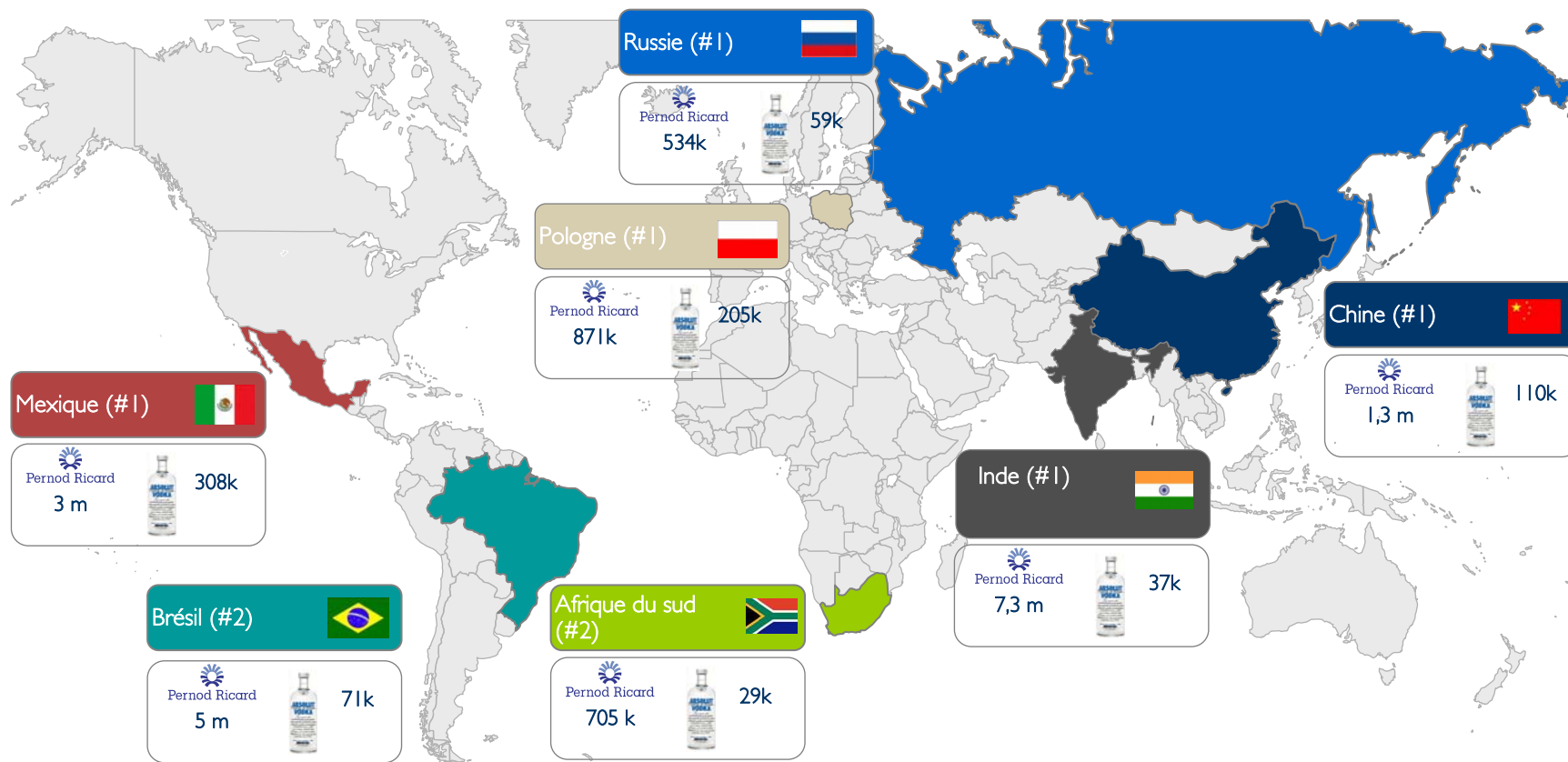


Source : Pernod Ricard reporting année fiscale 2007 et V&S 2007

 Croissance 2006/2007

# Dans le reste du monde, Absolut bénéficiera d'une plateforme de distribution exceptionnelle

Volumes en caisses de 9L (spiritueux uniquement)



Classement parmi les groupes internationaux  
Source : IWSR 2006 – "Western Style spirits" excluant les RTDs, les vins et apéritifs à base de vin. Hors marques d'agence

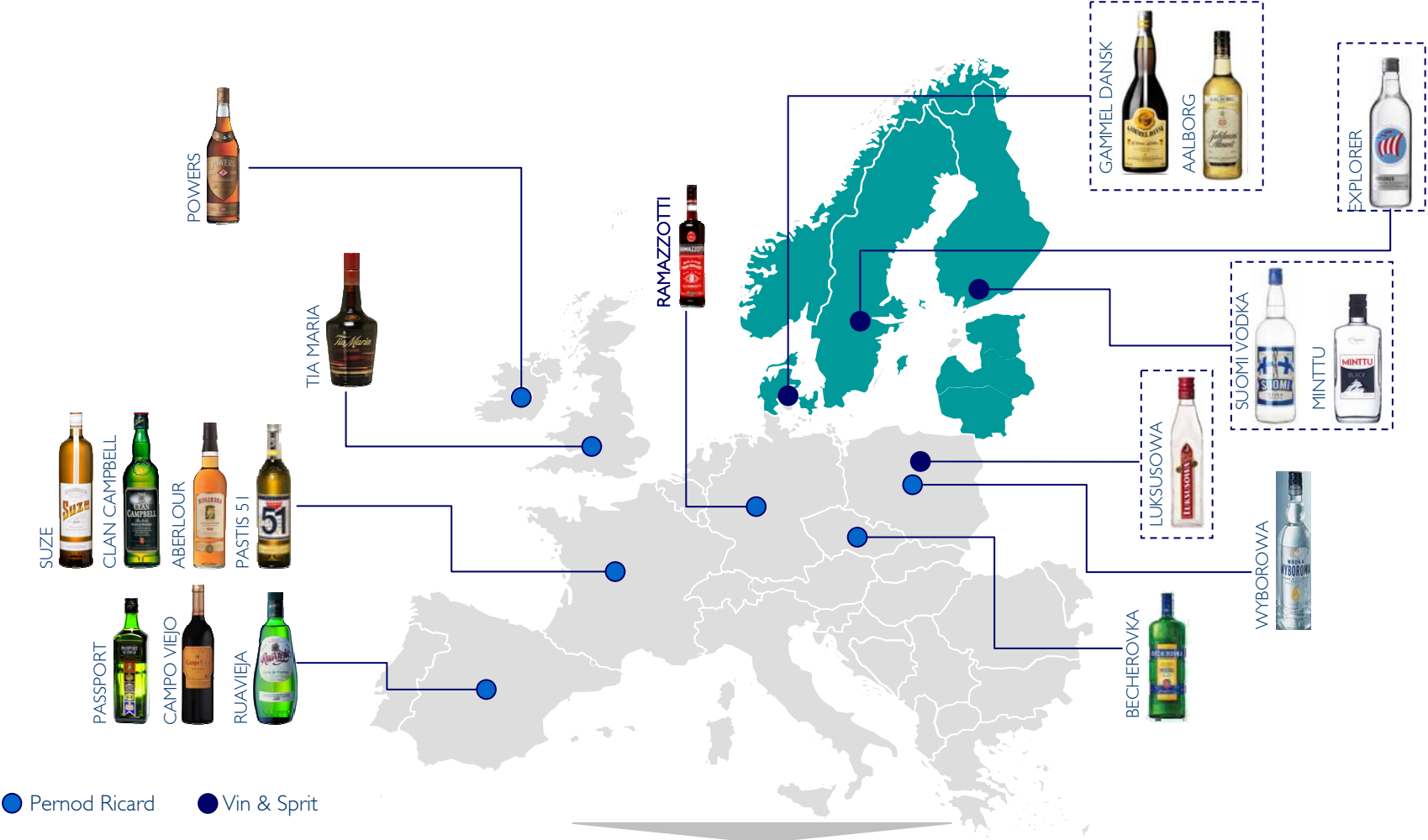


## Distribution hors Etats-Unis et pays nordiques

---

- ➔ Maxxium: joint-venture entre V&S (25%), Fortune Brand (25%), Rémy Cointreau (25%, sortira en 2009) et The Edrington Group (25%) avec des accords de distribution portant sur un grand nombre de marchés
- ➔ Pernod Ricard sortira de Maxxium au plus tard au bout de 2 ans après la clôture de l'opération pour un coût contractuel faible
- ➔ V&S / Pernod Ricard pourra exercer pleinement son rôle de propriétaire de marque tant qu'Absolut sera distribué par Maxxium; Pernod Ricard pourra immédiatement mettre son expertise marketing au service d'Absolut et accélérer la croissance de la marque

# V&S complète le portefeuille de marques locales leaders de Pernod Ricard



V&S renforce la position de Pernod Ricard dans les pays nordiques

# V&S apporte également d'autres marques dynamiques et complémentaires

- Positionnement prix
- Volume<sup>(1)</sup> (milliers cs 9L)
- Chiffres clé
- Intérêt stratégique



Standard premium

753

- Etats-Unis (75% des volumes vendus) (marque de rhum N°5 aux US)
- Canada
- Lancement en Espagne en 2007
- Marque à très forte croissance présente sur un marché dynamique



Super premium

level  
115

- Etats-Unis (4ème plus importante marque de vodka super premium aux US)
- Europe
- Un des leaders du marché de la vodka ultra premium

(1) 2007  
Source : V&S



Une transaction fortement créatrice de valeur

## Valeur de la transaction


---

- ➔ Prix payé pour les actions de V&S : 6 050 mUS\$ plus 1 450 m€ (équivalent à 5 280 m€ <sup>1)</sup>)
  
- ➔ Valeur d'entreprise<sup>1</sup> de 5 626 m€ dont 346 m€ de dette au 31/12/2007
  
- ➔ V&S acheté sur la base de comptes clos au 31/12/2007
  - V&S paiera à l'État Suédois un dividende de 85 millions d'Euros avant la clôture de l'opération
  - Pernod Ricard devra payer un intérêt de 2% de la valeur des actions entre le 1/1/2008 et la clôture de l'opération
  - En contrepartie Pernod Ricard bénéficiera des cash flows générés par V&S entre le 1/1/2008 et la clôture de l'opération

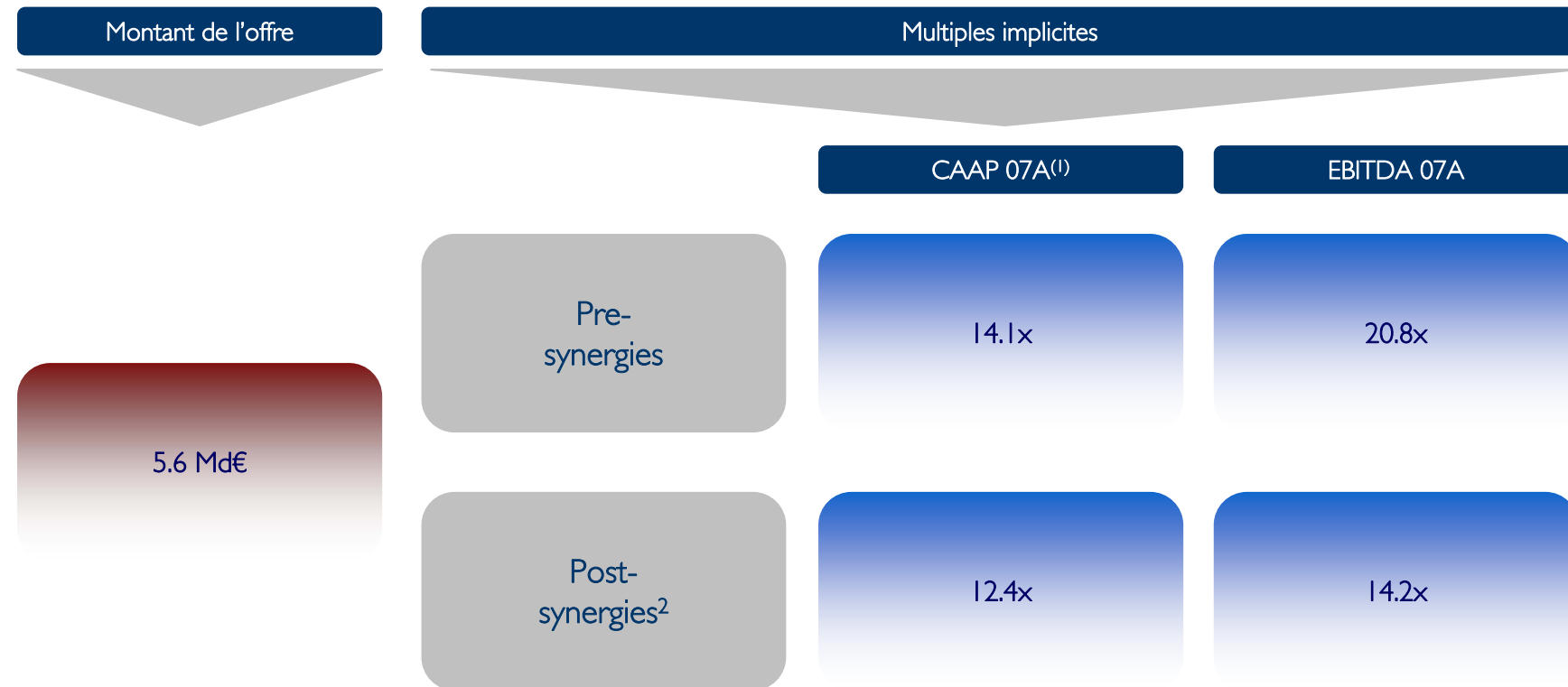
*(1) Calculée sur la base des taux actuels*

# Des synergies importantes avec un risque d'exécution limité

- ➔ Le montant total de synergies annuelles est estimé entre 125 et 150 m€ (pro forma avant impôts) et proviendra essentiellement de la réduction des coûts de structure et de l'intégration des marges de distribution
  - Environ 40% du total des synergies proviendra de synergies de « distribution », impactant la CAAP (intégration des marges aval, réduction des coûts logistiques et de production, optimisation des investissements publi-promotionnels...)
  - Les autres synergies proviendront essentiellement de synergies de « coûts de structure » (structures, commissions, achats)
- ➔ En fonction du calendrier de sortie des JV et des accords de distribution, la pleine réalisation des synergies sera atteinte entre l'année 2 et l'année 4

- 
- ➔ Une intégration de V&S facilitée par le modèle d'organisation décentralisée de Pernod Ricard
    - V&S deviendra un propriétaire de marque majeur ainsi qu'une plateforme de distribution importante dans les pays nordiques au sein du Groupe Pernod Ricard
  - ➔ Des coûts de structure additionnels en ligne avec les transactions précédemment réalisées
  - ➔ Bénéfice de l'expérience acquise lors des transactions Seagram et Allied Domecq, associé à un niveau de risque d'exécution plus faible
  - ➔ Pernod Ricard restera distributeur de Stolichnaya pendant une période de transition

# Multiples d'acquisition implicites



➔ Ces multiples se comparent favorablement à ceux observés dans les transactions récentes

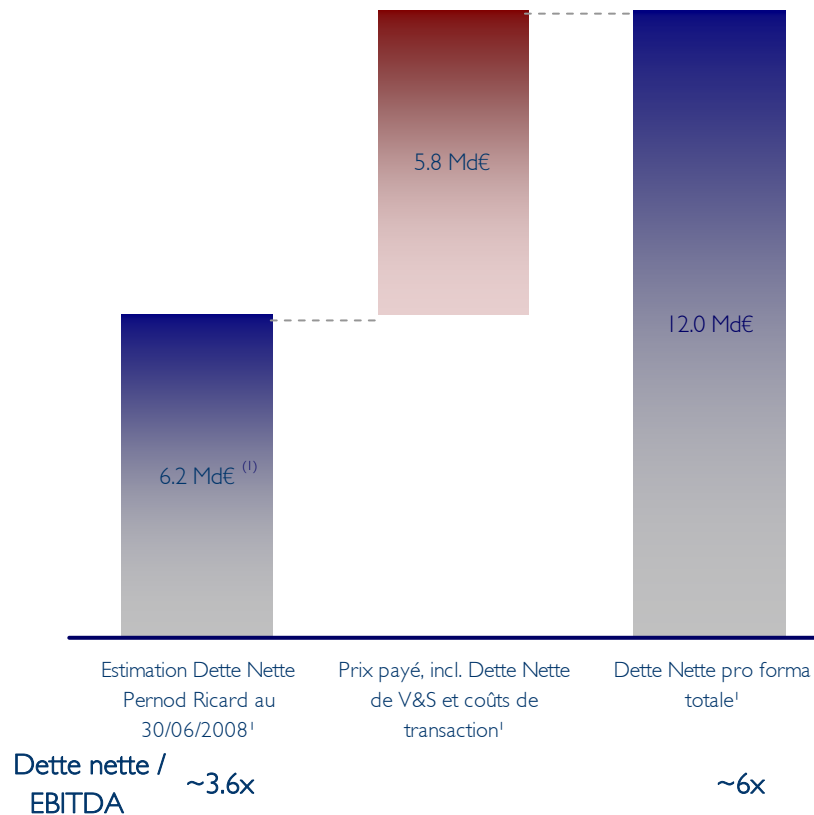
(1) Estimation Pernod Ricard

(2) Niveau de synergies basé sur le bas de la fourchette: 125 m€

Note : Multiples basés sur les éléments financiers de V&S au 31 Décembre 2007 convertis au taux €/SEK moyen sur 2007

# Financement de l'acquisition

## Dettes nette d'ouverture et levier



Note : dette nette telle que reportée sous IFRS, chiffres arrondis à la centaine la plus proche  
 (1) Basé sur les taux de change actuels

## Considérations de financement

- ➔ Acquisition entièrement financée en dette
- ➔ Ratio initial de Dette nette/EBITDA d'environ 6x en ligne avec les acquisitions de Seagram et d'Allied Domecq
- ➔ Forte génération de cash, mise en œuvre des synergies et croissance de l'EBITDA permettant le remboursement rapide de la dette

## Un package de financement global

---

- ➔ Crédit syndiqué de 12 Md€ garanti par un groupe composé de 6 banques internationales de premier rang
  - BNP Paribas, Calyon, JPMorgan, Natixis, The Royal Bank of Scotland plc et Société Générale
- ➔ Couvrant les besoins de financement de Pernod Ricard
  - Financement de l'acquisition
  - Refinancement de la dette bancaire existante et ligne de crédit pour couvrir les échéances court terme
  - Marge de manoeuvre suffisante via des lignes de crédit « revolving »
- ➔ Financement *pari passu* avec les obligations
- ➔ Répartition de la dette totale par devise pour coller au profil des cash-flows du groupe
  - environ 55% USD
  - environ 45% EUR
- ➔ Charge d'intérêt initiale estimée à environ 5%

## BNPA et ROI cibles

### → BNPA et ROI positivement impactés par

- Une forte croissance des ventes
- Un niveau élevé de synergies avec une mise en œuvre dès l'année 1
- Des taux d'intérêts peu élevés (en particulier les taux US\$)
- Un taux d'imposition du groupe réduit après l'acquisition

### → BNPA cible

- Impact neutre sur le BNPA en année 1<sup>(1)</sup>, nettement positif par la suite

### → ROI cible

- Le ROI devrait être supérieur au coût moyen pondéré du capital de 7% au plus tard 4 ans après la clôture de l'opération

*(1) Hors éléments non récurrents*

- ➔ Feu vert des autorités de la concurrence et clôture de l'opération prévus durant l'été 2008



# Conclusion

# Une opportunité d'acquisition unique marquant un tournant stratégique majeur

- ➔ Avec l'acquisition de V&S et d'Absolut, Pernod Ricard devient le co-leader mondial de l'industrie des vins et spiritueux
  
- ➔ Pernod Ricard devient le leader mondial du segment des spiritueux premium avec
  - Un portefeuille d'une richesse et d'une diversité uniques
  - Une très grande complémentarité et homogénéité de portefeuille
  - Une concentration sur les segments luxe, haut de gamme et "on trade"
  
- ➔ Cette acquisition renforce le profil de croissance du Groupe
  - Pernod Ricard devient un puissant numéro 2 aux États-Unis, et pourra faire bénéficier Absolut de sa force sur les marchés européens
  - Sur les marchés émergents, Pernod Ricard accélérera la croissance d'Absolut
  - À l'échelle mondiale, l'intégration d'Absolut nous permettra de renforcer la présence de l'ensemble des marques de notre portefeuille sur le segment du « modern on trade »
  
- ➔ L'acquisition de V&S sera fortement créatrice de valeur pour les actionnaires de Pernod Ricard
  - Perspectives de croissance accrues
  - Forte génération de synergies
  - Financement optimisé et impact fiscal positif



# Questions