

# CHIFFRE D'AFFAIRES 2003

5 février 2004

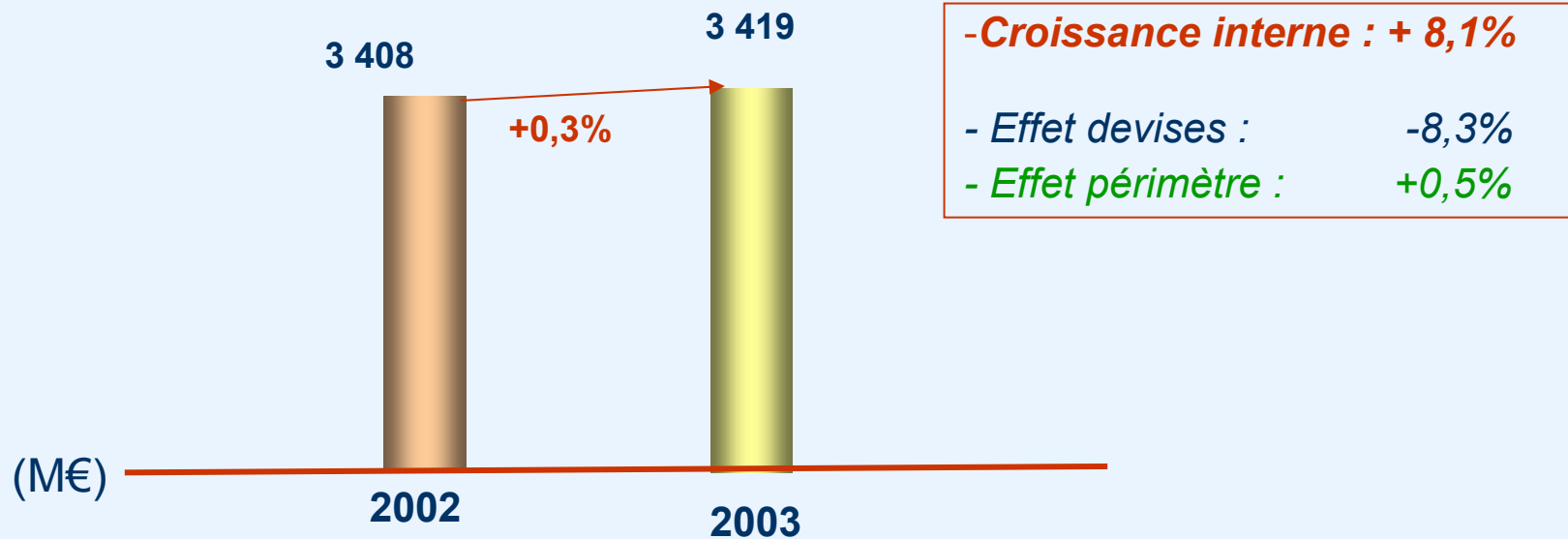
## Vins & Spiritueux :

- Croissance interne : +8,1%
- 12 marques clés : accélération de la croissance S2 : +6,4%
- Chivas, Martell : dynamisme accru au T4



# Vins & Spiritueux

Chiffre d'affaires 2003



► **Accélération de la croissance interne :**

<b>2002</b>	<b>+4,5%</b>	<b>2003</b>	<b>+8,1%</b>
-------------	--------------	-------------	--------------

► **Croissance de l'ensemble du portefeuille (marques globales ET locales)**

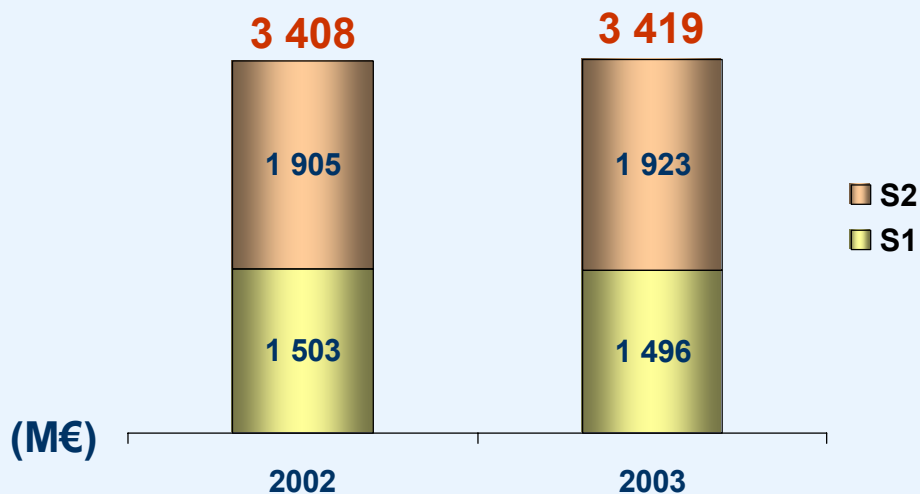


# Vins & spiritueux

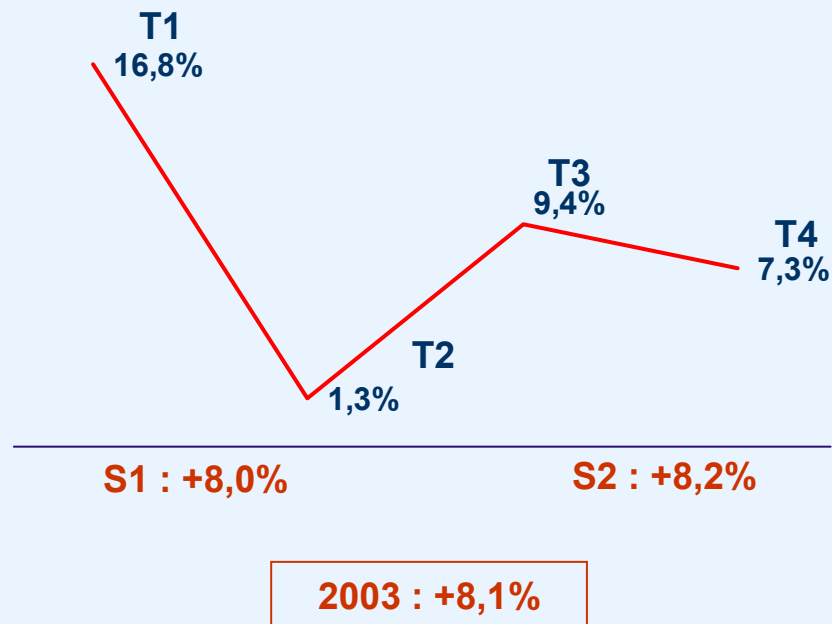
Chiffre d'affaires 2003



## Chiffre d'affaires par semestre



## Croissance interne par trimestre



- ▶ 1er semestre contrasté (T1 base favorable, T2 environnement international)
- ▶ 2nd semestre homogène et en forte croissance



# Vins & Spiritueux

Chivas



- ▶ Forte accélération de la croissance au 2nd semestre
- ▶ L'Asie devient le premier marché :
  - grâce à sa progression en Chine (4ème marché de la marque), Taiwan, Malaisie, Hong Kong
  - en dépit d'un environnement difficile au Japon, en Corée et en Duty Free
- ▶ Europe = 2nd marché : belle progression en Espagne (+11%), en Grèce (+23%) et en Russie
- ▶ USA : amélioration des « depletions » au 2nd semestre, et volumes proches de la stabilité sur l'ensemble de l'année
- ▶ Amérique Centrale et du Sud : année difficile (-4%), mais vif rebond au 4ème trimestre



# Vins & Spiritueux

Martell



Only a few can tell



- ▶ Rebond spectaculaire de la marque qui renoue avec la croissance, accélération au T4 (+10%)
- ▶ Asie (+14%) :
  - ▶ Chine : progression en volume et en parts de marché (1er marché pour Cordon Bleu)
  - ▶ Taiwan, Malaisie : croissance qui compense la morosité du Japon et du Duty Free
- ▶ Forte croissance au Royaume Uni (+25%) et développement prometteur en Russie et en Irlande
- ▶ USA : baisse sur l'ensemble de l'exercice, **MAIS** relancement en S2

Depletions	S1 -10,6%	S2 +3,7%
------------	-----------	----------



# Vins & Spiritueux

## Havana Club



- ▶ **Très forte reprise au 2nd semestre ( +17%) alimentée par :**
  - les marchés traditionnels (Italie, Cuba)
  - de nouveaux pays de croissance (Allemagne, France, UK)
- ▶ **Bon accueil de l'évolution de la gamme**
  - **Nouvel habillage**
  - **Succès de l'Anejo Blanco et Anejo Especial**
- ▶ **Stabilité en Espagne**



# Vins & Spiritueux

Jameson



- ▶ Repli en Irlande (-11%, hausse des droits), mais dynamisme de la marque à l'exportation (+11%)
- ▶ Performance remarquable aux USA (+18%), 1er marché de la marque
- ▶ Nouveaux territoires de conquête : Espagne, Portugal, Afrique du Sud, Australie
- ▶ Fort développement du Duty Free (+23%)
- ▶ Déception en France (-6%)



# Vins & Spiritueux

Jacob's Creek



- ▶ Dans un environnement difficile pour les vins du nouveau monde (pression sur les prix), Jacob's Creek poursuit sa croissance à deux chiffres
- ▶ UK : belle performance de la marque (+10%) dans un marché très concurrentiel
- ▶ USA : très forte croissance en volume (+26%) et en valeur (1/3 de la croissance = gamme Reserve)
- ▶ Australie : Accélération de la croissance (+20% sur l'année, vs 12% au S1) en partie liée à la coupe du monde de rugby



# Vins & Spiritueux

## Marques françaises

	Volume (Mc)	Variation	S1	S2
Ricard	6,2	-5%	-9%	-1%
Pastis 51	1,9	-7%	-12%	-2%
Clan Campbell	1,5	-5%	-9%	0%



### France

- ▶ Sur un marché très difficile (consommation, effet Sarkozy), le Groupe a défendu ses parts de marché\* sur les anis (56,6%) et les whiskies (16%)
- ▶ Incertitudes sur les conditions de marchés pour 2004

### Belgique

- ▶ Remarquable performance de Ricard (+19%)

\* Parts de marché valeur – Source: IRI au 28.12.03

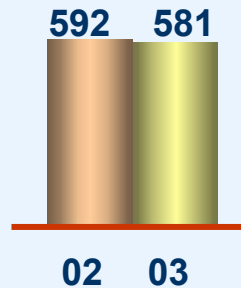


# Vins & Spiritueux

Chiffre d'affaires par région (M€) et **croissance interne**

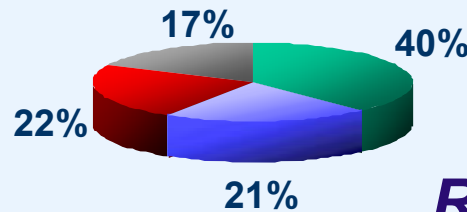
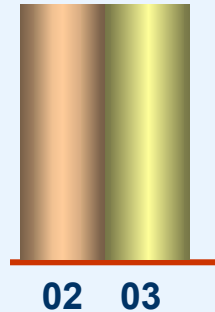
**France - 1,1%**

Effet périmètre	-0,9%
Effet devises	-
<b>Croissance courante</b>	<b>- 2%</b>



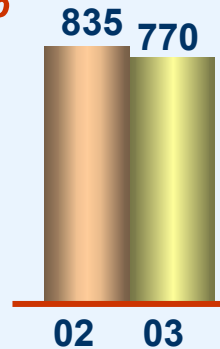
**Europe + 4,7%** 1 330 1 360

Effet périmètre	+ 1,1%
Effet devises	- 3,5%
<b>Croissance courante</b>	<b>+2,2%</b>



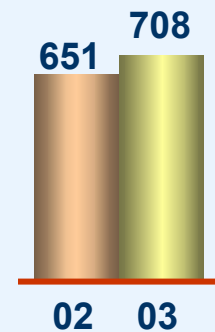
**Amériques + 12,4%**

Effet périmètre	-0,4 %
Effet devises	-19,7%
<b>Croissance courante</b>	<b>-7,7 %</b>



**Reste du monde + 17,9%**

Effet périmètre	+ 1,9%
Effet devises	-11,1%
<b>Croissance courante</b>	<b>+8,8%</b>



# Vins & Spiritueux

## Chiffre d'affaires par région



### ▶ Europe

- ▶ Progression de l'activité (+4,7%) dans un environnement difficile
- ▶ Italie, UK, Allemagne, Grèce, Russie ont montré un fort dynamisme
- ▶ Espagne : stabilité des volumes et performance contrastée selon les segments
  - Déclin pour le gin
  - Stabilité pour le rhum
  - Croissance pour les whiskies et liqueurs
- ▶ Irlande et Pologne : marchés très difficiles au T4 qui ont pesé sur la croissance de la zone (croissance annuelle hors ces deux marchés : +6,8%)



# Vins & Spiritueux

## Chiffre d'affaires par région

### ▶ Excellente performance sur le marché US

- ▶ Croissance interne soutenue sur l'ensemble de l'année

S1

+5,7%

S2

+7,2%



- ▶ Croissance spectaculaire de Jameson (+18% ), Jacob's Creek (+26%)
- ▶ Fort développement de The Glenlivet (+6%) avec accélération au S2
- ▶ Seagram's Gin, Wild Turkey, Chivas sont en légère croissance ou proches de la stabilité.
- ▶ Succès du lancement de Seagram's Vodka (0,5 Mc)
- ▶ Relancement prometteur de Martell



# Vins & Spiritueux

## Chiffre d'affaires par région



### ▶ Amérique Centrale et du Sud

- ▶ Forte croissance au 2nd semestre :
  - Retournement de tendance au Venezuela et en Argentine
  - Développement des ventes à Cuba (reprise de la distribution en direct de nos marques)
- ▶ Progression des ventes sur les marques locales (Blenders Pride, Dunbar) **ET** les marques importées (Chivas, Something Special, 100 Pipers)
- ▶ Hausses de prix au Venezuela (= 2 pts de croissance interne sur la zone Amériques )



# Vins & Spiritueux

## Chiffre d'affaires par région



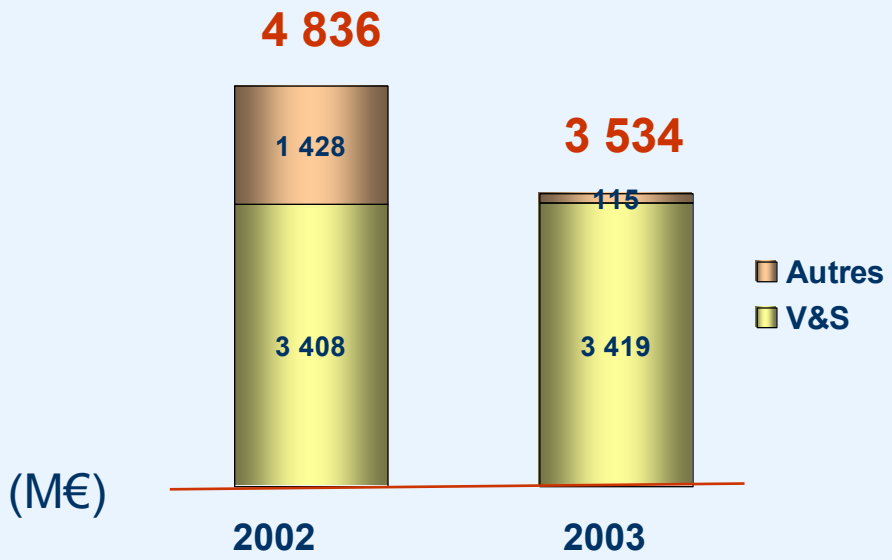
### ▶ Asie Pacifique +17,9%

- ▶ Un nouveau trimestre en très forte croissance (+20%)
- ▶ Chine, Taiwan, Malaisie : poursuite de la vigoureuse croissance observée au cours des trimestres précédents grâce au développement de Chivas et Martell.
- ▶ Relancement réussi de Royal Salute
- ▶ Vif rebond de l'activité Duty Free (+34% au T4, toutes marques confondues)
- ▶ Pas de signe d'amélioration pour le Japon et la Corée



# Chiffre d'affaires consolidé 2003

- **Croissance interne : + 5,5%**
- Effet devises : - 5,9%
- Effet périmètre : - 26,6%



# Chiffre d'affaires consolidé 2003

## Conclusions et perspectives

- ▶ Ces très bonnes performances commerciales devraient se traduire dans les résultats financiers de l'exercice et permettent d'envisager pour 2003 :
  - ▶ Un dépassement des objectifs de croissance interne du résultat net courant déjà communiqué
  - ▶ Une progression du résultat courant consolidé d'environ +5% vs 2002, en dépit des effets devises et périmètre très défavorables
- ▶ Pernod Ricard a par ailleurs, poursuivi son rapide désendettement au 2nd semestre







# Annexes



# Chiffre d'affaires 2003

## Volumes

	Volumes Mc	Année 03	S1	S2
Jacob's Creek	6,7	+14%	+11%	+15%
Ricard	6,2	-5%	-9%	-1%
Seagram Gin	3,3	+3%	+1%	+4%
Chivas Regal	2,9	+7%	+4%	+8%
Havana Club	1,9	+11%	+4%	+17%
Pastis 51	1,9	-7%	-12%	-2%
Jameson	1,6	+8%	+7%	+8%
Clan Campbell	1,5	-5%	-9%	0%
Amaro Ramazzotti	1,2	+9%	+16%	+3%
Martell	1,1	+8%	+9%	+7%
Wild Turkey	0,7	0%	-1%	+1%
The Glenlivet	0,4	+7%	+3%	+10%
<b>Total des 12 marques clés</b>	<b>29,4</b>	<b>+3,6%</b>	<b>0,2%</b>	<b>+6,4%</b>

**Total Spiritueux**  
**Total Vins et ABV**

**+5%**  
**+7%**



# Chiffre d'affaires 2003

## Effet devises

Devises		Variation	Effet devises (en M€)	% effet devises
Dollar US et Dev.associées	USD	-20%	-150	53%
Livre Sterling	GBP	-10%	-30	11%
Bath Thaïlandais	TNB	-40%	-14	5%
Real Brésilien	BRL	-24%	-14	5%
Bolivar Venezuela	VEB	-63%	-25	9%
Autres devises	Autres devises		-51	18%
<b>Total</b>			<b>-283</b>	<b>100%</b>

