

CHIFFRE D'AFFAIRES 1er trimestre 2005



11 mai 2005



Vins & Spiritueux: chiffre d'affaires 1er trimestre 2005

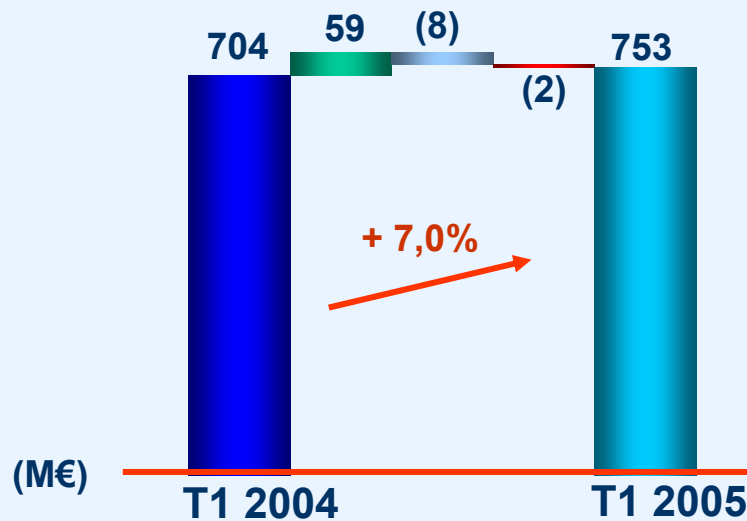
- Un nouveau trimestre de forte croissance interne du CA Vins & Spiritueux : +8,4% (+6,4% hors ventes de vrac spiritueux)
- Poursuite de la premiumisation du portefeuille de marques: Top 12: +3% en volume => +9% de chiffre d'affaires
- Asie / Reste du Monde (+18,5%) moteur de la croissance



Vins & Spiritueux: chiffre d'affaires T1 2005

USD / Euro: (3,7)M€

- Croissance du CA (+7%)
- Effet devises -1,1% ⇒ impact USD/EURO : -3,7 M€
- Faible effet périmètre principalement lié à la cession de l'activité spiritueux locaux aux Pays Bas
- Croissance interne dopée par une très forte hausse des ventes de vrac de spiritueux



■	Croissance interne⁽¹⁾ : +8,4%
■	Effet devises : -1,1%
■	Effet périmètre : -0,3%

(1) Croissance interne hors vrac : +6,4%





Marques



Vins & Spiritueux T1 2005

Chivas : Volumes +18% CA +23%



- **Remarquable croissance sur toutes les zones**
 - **Asie (+31%):** poursuite de la performance exceptionnelle en Asie chinoise grâce à une forte activité pendant le Nouvel An chinois la Chine sera le premier marché de la marque en 2005
 - **Amériques :** volumes poussés par l'Amérique du Sud (+44%)
 - **Europe :** croissance globale avec une forte progression en Grèce (+28%) et en Europe de l'Est (Russie, Pologne, République tchèque)
- **Les volumes de Chivas 18 yo sont en progression de 43%**



Vins & Spiritueux T1 2005

Martell : Volumes +10% CA +18%



- Volumes de Cordon Bleu en progression de +37%
- Asie (+22%): première région de croissance avec un fort développement en Chine et en Malaisie
- USA : poursuite de la tendance positive en « shipments » et « depletions »
- Europe : trimestre en repli en Grande Bretagne (-7%) et forte croissance en Russie (+15%)



Vins & Spiritueux T1 2005

Jameson : Volumes +10% CA +13%



- Progression de la marque sur toutes les zones:
 - USA : Très bon début d'année avec des depletions à +14%
 - Europe : forte croissance en UK (+14%), en Grèce, et en Duty Free (+14%).
 - Doublement des volumes en Afrique du Sud



Vins & Spiritueux T1 2005

- Poursuite d'un développement soutenu des relais de croissance

Volumes 05/04	T1	MAT
Havana Club	+11%	+7%
Jacob's Creek	+16%	+6%
Amaro Ramazzotti	+31%	+15%
The Glenlivet	-3%	+7%

- Forte croissance d'Havana Club en Europe grâce notamment à l'Allemagne (+26%) et à la France (+12%).
- Reprise de Jacob's Creek. Très forte progression en Europe et en Asie, recul aux USA et quasi stabilité en Australie.
- Performance de Ramazzotti artificiellement gonflée au T1 par une hausse de prix à fin mars 2005. Tendence Nielsen: + 26 % sur le Off trade hors Cash and Carry
- The Glenlivet : baisse des stocks chez les distributeurs US (« shipments » : -15%, « depletions » : +3%)



Vins & Spiritueux T1 2005

Volumes marques françaises

Volumes 05/04	T1	MAT
Ricard	-12%	-7%
Pastis 51	-3%	-6%
Clan Campbell	-5%	+2%

- Poursuite de la baisse du marché des anisés en France
- Faiblesse de l'activité promotionnelle sur Ricard au T1 2005 (conflits avec certains distributeurs)
- Clan Campbell pénalisé au T1 par le report des activités promotionnelles sur le second trimestre.



Vins & Spiritueux

Volumes marques américaines

Volumes 05/04	T1	MAT
Seagram's Gin	-17%	-6%
Wild Turkey	-1%	0%

- **Seagram's Gin : baisse des stocks chez les distributeurs et effet de vente à la hausse au T1 2004 (rappel croissance T1/04 : +11%)**
- **Wild Turkey : Stabilité aux USA, -11% au Japon.**



Vins & Spiritueux

Volumes marques locales

- Croissance significative de
 - 100 Pipers : +42% (Thaïlande : +50%)
 - Royal Stag : +36% (dépasse le seuil des 3M caisses sur 12 mois)
 - Ruavieja : + 28% Espagne
- Baisse de Montilla au Brésil (-15%) et de Master Blend en Thaïlande (-48%)





Marchés



Chiffre d'affaires par région

Asie – Pacifique – Reste du Monde

Croissance interne : **+ 18,5 %**

- Encore un très bon début d'année en Chine favorisé par un excellent Nouvel An chinois.
- 100 Pipers en Thaïlande et Royal Stag en Inde complètent la croissance de la zone
- Difficultés au Japon et à Taiwan



Chiffre d'affaires par région

Amériques

Croissance interne : - 0,6 %

USA (croissance interne -1,8%)

- Poursuite de la croissance des marques premium masquée par un fort effet technique négatif sur Seagram's Gin.
- Excellente performance de Jameson (depletions +14%)
- Poursuite de la croissance des « depletions » de Martell (notamment Cordon Bleu) et de The Glenlivet

Canada : trimestre très difficile lié à la grève des monopoles au Québec (Spiritueux -10%, Vins -17%)

Amérique du Sud : volumes des spiritueux en croissance de +9%

- Un très bon début d'année au Vénézuéla (Chivas Regal, Something Special, 100 Pipers)
- Croissance soutenue d'Havana Club dont +19% à Cuba



Chiffre d'affaires par région

Europe

Croissance interne : **+ 7,6%**

(+13,2% vente de vrac de spiritueux incluse*)

- Croissance remarquable des 12 marques clés (+16% en volumes)
Jacob's Creek + 34%, Amaro Ramazzotti + 31%, Jameson + 14%,
Chivas Regal + 6%, Havana Club + 6%
- Très bonne performance au Royaume Uni grâce à Jacob's Creek et à Jameson
- Bon trimestre en Allemagne grâce à Havana Club et Ramazzotti (progression toutefois artificiellement gonflée par une hausse de prix)
- Forte croissance des pays d'Europe de l'Est (Chivas, Jameson, Olmeca)
- Trimestre difficile en Irlande et en Italie

** Toutes les ventes de vrac spiritueux sont allouées à la zone Europe.*



Chiffre d'affaires par région

France

Croissance interne : - 6,4 %

- Un marché des anisés toujours déprimé (-3%* à fin mars)
- Mauvaise performance de Clan Campbell (faible activité promotionnelle) dans une catégorie whisky en croissance (+4,2% sur le trimestre)
- Bon résultat d'Havana Club (+12%) de Zubrowka (+31%) et de Wyborowa (+21%)

* Source IRI Sécodip, volumes à fin mars 2005



Vins & Spiritueux

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

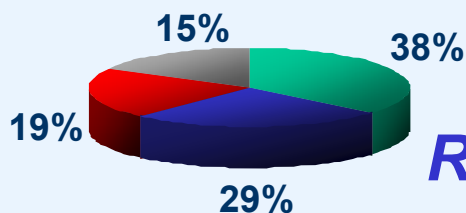
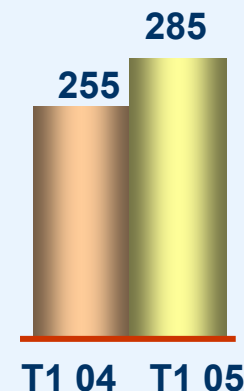
France - 6,4%

Effet périmètre	-
Effet devises	-
Croissance courante	-6,4%



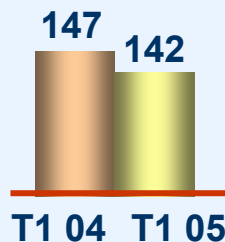
Europe +13.2%

Effet périmètre	-0,9 %
Effet devises	-0,3%
Croissance courante	+11,9%



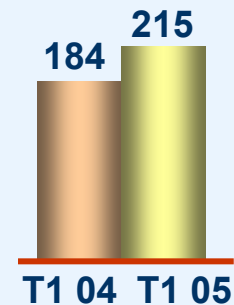
Amériques -0.6%

Effet périmètre	-0,4 %
Effet devises	-2,7%
Croissance courante	-3,7%



Reste du monde + 18.5%

Effet périmètre	0,3 %
Effet devises	-1,6%
Croissance courante	+17,2%



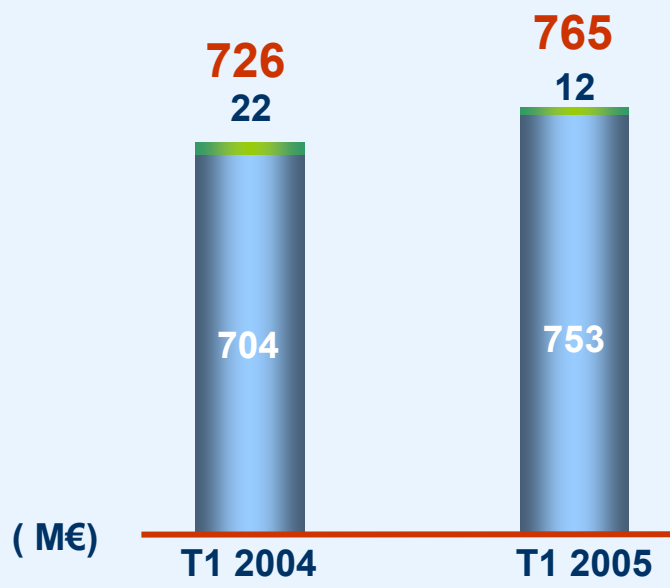


Chiffre d'affaires consolidé



Chiffre d'affaires consolidé

- Désengagement de CFPO le 2/11/04
- Désengagement de Marmande le 16/11/04



- **Croissance interne** : +7,7%
- **Effet devises** : -1,1%
- **Effets périmètres** : -1,2%

■ Autres
■ V&S



Conclusions et Perspectives

Performance très satisfaisante au T1 2005.



permet d'anticiper une croissance interne significative du résultat opérationnel au S1 2005.

Les contraintes réglementaires liées à l'offre sur Allied Domecq empêchent le Groupe de donner une prévision de croissance chiffrée.







Annexes



Chiffre d'affaires T1 2005¹

Détail du CA par activité au 31 mars 2005 (en millions d'euros)

	T1 2004		T1 2005		Variation		Croissance interne		Effet Devises		Effet périmètre	
	CA	%	CA	%	Diff. CA	% Diff.	CA	%	Diff. CA	% Diff.	Diff. CA	% Diff.
Total Vins & Spiritueux	703.8	97%	752.9	98%	49.0	7.0%	59.0	8.4%	-7.8	-1.1%	-2.2	-0.3%
Total Autres activités	21.9	3%	11.7	2%	-10.2	-46.4%	-3.4	-15.7%	0.0	0.1%	-6.7	-30.8%
Total Groupe	725.7	100%	764.6	100%	38.9	5.4%	55.6	7.7%	-7.7	-1.1%	-9.0	-1.2%

Détail du CA Vins & Spiritueux au 31 mars 2005 (en millions d'euros)

	T1 2004		T1 2005		Variation		Croissance interne		Effet Devises		Effet périmètre	
	CA	%	CA	%	Diff. CA	% Diff.	CA	%	Diff. CA	% Diff.	Diff. CA	% Diff.
Vins & Spiritueux France	118.5	17%	110.9	15%	-7.6	-6.4%	-7.5	-6.4%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Vins & Spiritueux Europe	254.8	36%	285.2	38%	30.4	11.9%	33.5	13.2%	-0.9	-0.3%	-2.2	-0.9%
Vins & Spiritueux Amériques	147.0	21%	141.6	19%	-5.4	-3.7%	-0.9	-0.6%	-4.0	-2.7%	-0.5	-0.4%
Vins & Spiritueux Asie/RDM	183.5	26%	215.1	29%	31.6	17.2%	33.9	18.5%	-2.9	-1.6%	0.5	0.3%
Total Vins & Spiritueux	703.8	100%	752.9	100%	49.0	7.0%	59.0	8.4%	-7.8	-1.1%	-2.2	-0.3%

1) Période du 1er janvier 2005 au 31 mars 2005, premier trimestre de l'année calendaire 2005 et 5ième trimestre de l'exercice comptable en cours.



Chiffre d'affaires T1 2005

Volumes 12 marques clés

Volumes 2005/2004	Δ	MAT
Chivas	+18%	+14%
Jameson	+10%	+9%
The Glenlivet	-3%	+7%
Havana Club	+11%	+7%
Martell	+10%	+8%
Amaro Ramazzotti	+31%	+15%
Jacob's Creek	+16%	+6%
Clan Campbell	-5%	+2%
Wild Turkey	-1%	0
Seagram's Gin	-17%	-6%
Ricard	-12%	-7%
Pastis 51	-3%	-6%
TOTAL	+3%	+2%
Total Spiritueux	+2%	+2%
Total Vins de marque	+5%	+2%



Chiffre d'affaires T1 2005

Effet Devises Vins et Spiritueux

	Effet devises (en M€)	% effet devises
--	-----------------------------	--------------------

		Effet devises (en M€)	% effet devises
Dollar US et Dev. Assimilées	USD	(5.9)	75%
	<i>USD</i>	(3.7)	48%
	<i>MYR, HKD, CNY</i> Dev ass	(2.2)	28%
Bolivar Vénézuéla	VEB	(0.8)	11%
Bath Thaïlandais	THB	(0.5)	7%
Roupie Indienne	INR	(0.1)	2%
Dollar Australien	AUD	(0.8)	11%
Livre Sterling	GBP	(0.7)	9%
Autres devises		1.1	-14%
Total		(7.8)	100%

Principe de comptabilisation du chiffre d'affaires en devises:

Le chiffre d'affaires 15 mois est calculé par addition des périodes 1er janvier 2004 - 30 juin 2004 (6mois) et 1er juillet 2004 - 31 mars 2005 (9 mois) converties chacune aux taux de change moyen de leur période respective.

Les données trimestrielles sont obtenues par différence entre les données cumulées à date et les données cumulés de la période précédente.



Chiffre d'affaires pro forma

Détail du CA par activité au 31 mars 2005 (en millions d'euros)

	31/03/2005 15 mois		31/03/2004 9 mois pro forma		31/03/2005 9 mois pro forma		Variation		Croissance interne		Effet Devises		Effet périmètre	
	CA	%	CA	%	CA	%	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %
Total Vins & Spiritueux	4,242.4	98%	2,626.3	97%	2,714.4	98%	88.0	3.4%	167.5	6.4%	-68.9	-2.6%	-10.6	-0.4%
Total Autres activités	93.8	2%	76.2	3%	48.9	2%	-27.3	-35.8%	-8.0	-10.5%	0.0	-0.1%	-19.2	-25.2%
Total Groupe	4,336.2	100%	2,702.6	100%	2,763.3	100%	60.7	2.2%	159.5	5.9%	-68.9	-2.5%	-29.9	-1.1%

Détail du CA Vins & Spiritueux au 31 mars 2005 (en millions d'euros)

	31/03/2005 15 mois		31/03/2004 9 mois pro forma		31/03/2005 9 mois pro forma		Variation		Croissance interne		Effet Devises		Effet périmètre	
	CA	%	CA	%	CA	%	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %	Diff. CA	Diff. %
Vins & Spiritueux France	690.5	16%	430.8	16%	420.6	15%	-10.2	-2.4%	-9.8	-2.3%	0.0	0.0%	-0.4	-0.1%
Vins & Spiritueux Europe	1,679.0	40%	1,036.1	39%	1,093.5	40%	57.4	5.5%	63.8	6.2%	2.7	0.3%	-9.1	-0.9%
Vins & Spiritueux Amériques	895.3	21%	583.5	22%	570.6	21%	-12.9	-2.2%	34.8	6.0%	-46.0	-7.9%	-1.7	-0.3%
Vins & Spiritueux RDM	977.6	23%	575.9	22%	629.7	23%	53.8	9.3%	78.7	13.7%	-25.6	-4.4%	0.7	0.1%
Total Vins & Spiritueux	4,242.4	100%	2,626.3	100%	2,714.4	100%	88.0	3.4%	167.5	6.4%	-68.9	-2.6%	-10.6	-0.4%

