

Résultats du 1er semestre 2005

22 septembre 2005



Chiffres clés

- **Forte croissance interne des Vins & Spiritueux**
 - **Ventes : +9,4%**
 - **Investissements Publi-Promo : +13,1%**
 - **Résultat Opérationnel : +7,9%**

- **Croissance du résultat Net Courant : +4,4% (+10,3% hors effet devises)**



Vins & Spiritueux

Compte de résultat synthétique

- Forte croissance de l'activité
- Hors effet devises, vigoureuse progression du Résultat Opérationnel et des investissements Publi-Promo

M€	S1 04	S1 05	△	S1 05 à Tx 04	Croissance interne
Chiffre d'affaires	1 528	1 650	+8%	1 667	+9,4%
Marge Brute	1 019	1 089	+7%	1 109	+9,1%
MB/CA	66,7%	66%		66,6%	
Inv. Publi-Promo	344	384	+11,8%	388	13,1%
PP/CA	22,5%	23,3%		23,3%	
Résultat opérationnel	280	287	+2,4%	301	+7,9%*
RO/CA	18,3%	17,4%		18,1%	

* Inclus un effet périmètre négatif lié à la sortie de Coymans



Vins & Spiritueux

Effet devises

- Poursuite de la dégradation du taux moyen EUR/USD
 - S1 05 : 1€ = 1,286 USD
 - S1 04 : 1€ = 1,227 USD
- Résultat Opérationnel plus impacté que le Chiffre d'affaires (effet de ciseaux entre des coûts en euros et des ventes en dollars : Cognac...)

	Effet devises
Chiffre d'affaires	(17)
Résultat opérationnel *	(15)
*dont :	
USD et assimilées	(8) M€
Autres	(2) M€
Coût des couvertures	(5) M€



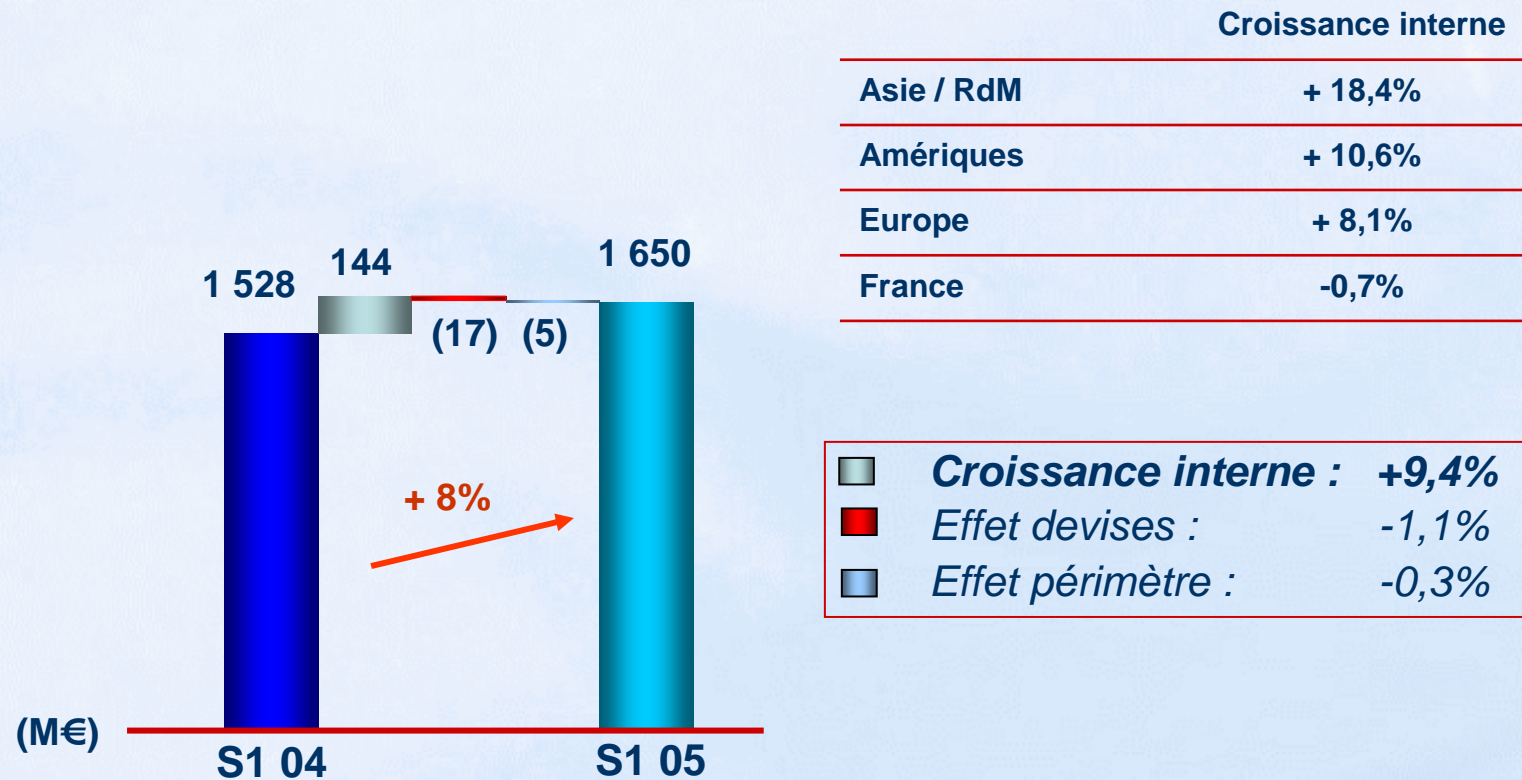
Poursuite de la forte croissance des marques premium



Vins & Spiritueux

Chiffre d'affaires

- Croissance interne : + 9,4% (+8,8% hors ventes de spiritueux en vrac)



Vins & Spiritueux

Chiffre d'affaires

- Top 12 : volume + 6% \Rightarrow chiffre d'affaires + 11% (à changes constants)
- Très forte croissance des marques premium \Rightarrow accélération de la croissance du chiffre d'affaires

	Δ volume	Δ CA*
Chivas Regal	+19%	+25%
Martell	+8%	+16%
Jameson	+13%	+15%
The Glenlivet	+6%	+7%
Royal Salute	+8%	+19%

* à changes constants



Vins & Spiritueux

Chivas

Vol	+19%	CA	+25%*
------------	-------------	-----------	--------------

* à changes constants



- **Spectaculaire croissance au S1**
- **Succès du lancement du nouveau packaging de Chivas 18 ans (+70%)**
- **Les volumes de toutes les régions du monde sont en progression**
 - **Amérique du Nord (+5%)**
 - **Amérique Centrale et du Sud (+35%)**
 - **Asie (+33%)**
 - **Europe (+5%)**
- **Chivas représente 1/3 de la croissance de la marge brute**



Vins & Spiritueux

Martell

Vol	+8%	CA	+16%*
------------	------------	-----------	--------------

* à changes constants

**Nouveau
packaging
XO**



- Poursuite de la montée en gamme : volumes +8%, CA et MB +16%
- Forte progression de Cordon Bleu +35% qui représente 17% des volumes de Martell
- Lancement du nouveau packaging XO en juillet 2005

Vins & Spiritueux

Jameson

Vol	+13%	CA	+15%*
------------	-------------	-----------	--------------

* à changes constants



- Poursuite d'une très forte croissance aux USA (+20%), 1er marché de la marque
- Développement spectaculaire en Afrique du Sud (+64%)
- Croissance soutenue en Europe (+8%),
Ex : Portugal, République tchèque, et sur le marché Duty Free
- La contribution après investissements Publi-Promo progresse de 20%

Vins & Spiritueux

Royal Salute



Vol +8% CA +19%*

* à changes constants

- Royal Salute 21 YO : marque ultra-premium
 - 4x le prix de vente consommateur du Chivas Regal 12YO
 - Royal Salute : 85% des volumes en Asie
- Réussite du lancement de « Stone of Destiny » 38YO

The Glenlivet



Vol +6% CA +7%*

* à changes constants

- 1er single malt vendu aux USA, toujours en forte croissance : depletions +10%
- Excellente croissance en Asie et en Europe
⇒ une future marque mondiale

Vins & Spiritueux

**Progression sur tous les marchés
hors France**



Vins & Spiritueux

Amériques

	M€	%	Δ ⁽¹⁾
CA	348	100	+10,6%
Marge brute	208	60	+10,3%
Contribution après PP	122	35	+12,1%
Résultat opérationnel	59	17	+19,7%

(1) Croissance interne

- Amérique du Nord
 - Croissance des volumes grâce aux marques premium
 - Augmentation régulière des investissements Publi-Promo
 - Croissance des frais commerciaux
 - Maîtrise des frais généraux
- Amérique Centrale et du Sud
 - Poursuite de la très forte hausse des volumes de Chivas (+35%) et Something Special (64%)
 - Augmentation des coûts de structure (création d'une filiale au Chili)



Vins & Spiritueux

Asie & Reste du Monde

	M€	%	$\Delta^{(1)}$
CA	406	100	+18,4%
Marge brute	260	64	+19,2%
Contribution après PP	140	34	+10,6%
Résultat opérationnel	71	18	+8,1%

(1) Croissance interne

- Croissance remarquable du chiffre d'affaires
- Progression du taux de marge brute grâce aux excellentes performances de Chivas, Martell et Royal Salute
- Les investissements publi-promotionnels (+35%) accompagnent cette croissance et préparent le futur
- Les structures s'étoffent (+11,5%) pour assurer la poursuite du dynamisme



Vins & Spiritueux

Europe

	M€	%	Δ ⁽¹⁾
CA	627	100	+8,1%
Marge brute	413	66	+7,9%
Contribution après PP	255	41	+7,7%
Résultat opérationnel	118	19	+8,6%

(1) Croissance interne

- **Persistance d'une croissance vigoureuse du chiffre d'affaires (+6,3% hors vente de vrac) grâce notamment au développement des marchés de l'Europe de l'Est**
- **Les taux de marge brute et de marge opérationnelle continuent de s'améliorer (hors vrac)**
- **Poursuite de la progression des investissements Publi-Promo (+9,2%)**



Vins & Spiritueux

France

	M€	%	Δ ⁽¹⁾
CA	268	100	(0,7%)
Marge brute	208	78	(0,6%)
Contribution après PP	118	44	(2,7%)
Résultat opérationnel	39	15	(9,6%)

(1) Croissance interne

- Quasi stabilité des ventes, le dynamisme des whiskies, vodka et rhum compensant la faiblesse de l'anis
- Maintien des efforts Publi-Promo
- La France reste un marché prioritaire et une terre d'investissement
- Répercussion de ces efforts sur le résultat opérationnel



Vins & Spiritueux

Croissance soutenue de la rentabilité avec un très fort soutien des marques



Vins & Spiritueux

Marge brute

	S1 04	S1 05	S1 05 Tx change 04	Hors effet vrac*
Marge brute	1 019	1 089	1 109	
Taux MB/CA	66,7%	66,0%	66,6%	67%*

*Ventes exceptionnelles de vrac (impact CA+12M€)

- Impact de la forte croissance volume des marques du top 12 (+ 6%)
- Le développement des marques premium a plus que compensé la croissance des activités Vins à plus faible marge brute



Vins & Spiritueux

Accélération des investissements publi-promo : 13,1%*

	S1 04	S1 05	S1 05 Tx change 04
Inv. publi-promo	344	384	388
Taux PP/CA	22,5%	23,3%	23,3%

80pb

- Efforts concentrés sur :
 - les marques du Top 12 : croissance de 16% des investissements Publi-Promo
 - les marchés à fort potentiel d'Asie, d'Amérique et d'Europe
- L'Asie bénéficie de 50% de cette croissance

* Croissance interne



Vins & Spiritueux

Coûts d'exploitation maîtrisés +6,5%*

	S1 04	S1 05	S1 05 Tx change 04
Coûts d'exploitation ⁽¹⁾	395	419	420
Taux CE/CA	25,9%	25,4%	25,2%

- 70pb

(1) Coûts de distribution et frais de structure (frais commerciaux, généraux, et autres produits et charges)

- Croissance des frais de distribution logistique liée à la progression des ventes (+7%)
- Les frais de structure (croissance interne +6,4%) continuent à croître moins vite que le Chiffre d'affaires
- Néanmoins, renforcement des équipes en Chine, Inde, création d'une filiale au Chili

* Croissance interne



Vins & Spiritueux

Résultat opérationnel

Résultat Opérationnel	S1 04	S1 05	S1 05 Tx change 04	Hors effet vrac*
RO	280	287	301	
Taux RO/CA	18,3%	17,4%	18,1%	18,2%*

*Ventes exceptionnelles de vrac (impact CA+12M€)

- Marge opérationnelle stable en dépit de la forte croissance des investissements Publi-Promo
- Croissance vigoureuse de l'activité et des profits (à changes constants)
- Capacité de réinvestir les gains de rentabilité dans des investissements qui préparent le futur
 - Les leviers d'amélioration de la rentabilité (taux de marge brute, poids des frais de structure) continuent à jouer
 - Décision de réinvestir ces gains dans la hausse des investissements Publi-Promo ⇒ gage d'une croissance pérenne



Résultats consolidés



Résultats consolidés

Chiffre d'affaires consolidé

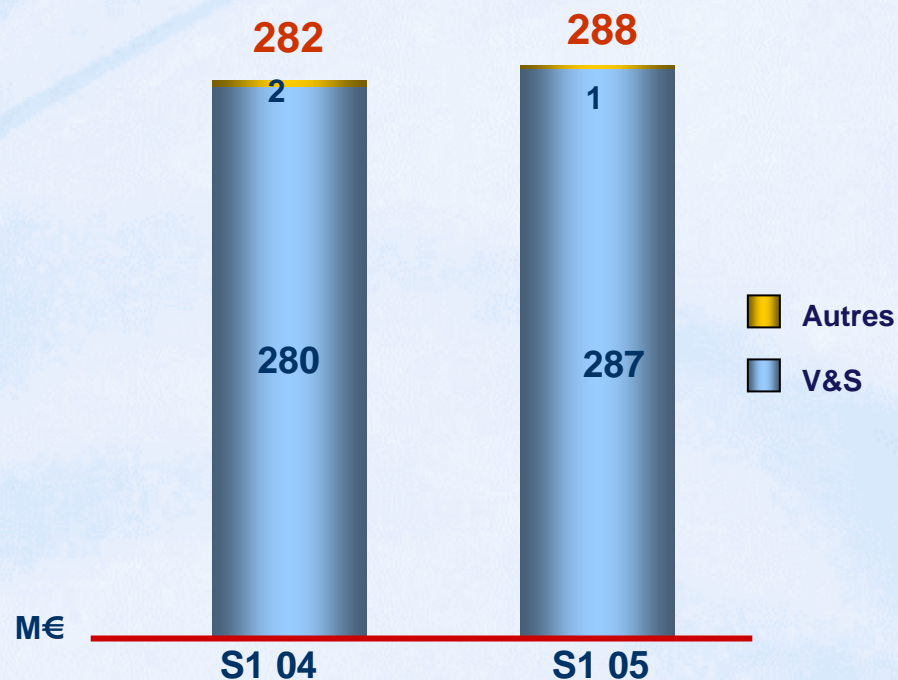
	V & S	Autres activités	Consolidé
Croissance interne	+9,4%	-6,2%	+9%
Effet devises	-1,1%	+0,2%	-1,1%
Effet périmètre	-0,3%	-38%	-1,4%
Croissance courante	+8%	-44%	+6,5%



Résultats consolidés

Résultat opérationnel

- Effet devises = 5% du résultat opérationnel



	M€	%
Variation totale	5,9	+2,1%
Effet devises	(14,5)	-5,2%
Effet périmètre	(2,1)	-0,7%
Croissance interne	+ 22,5	+ 8%

Marge op.	17,9%	17,2%
-----------	-------	-------



Résultats consolidés

Résultat financier

- Légère dégradation du résultat financier dû à la hausse des frais financiers

M€	S1/04	S1/05	△
Frais financiers nets	(37)	(41)	+9,7%
Dividendes reçus et divers	(2)	(1)	NA
Résultat financier	(39)	(42)	+7,5%



Résultats consolidés

Résultat financier

- Hausse des frais financiers expliquée par :
 - La réduction de la dette libellée en yen remplacée par de la dette en dollar
 - La hausse des taux dollars

M€	S1 05
Effet taux	(6)
Effet assiette	2
Augmentation des frais financiers	(4)

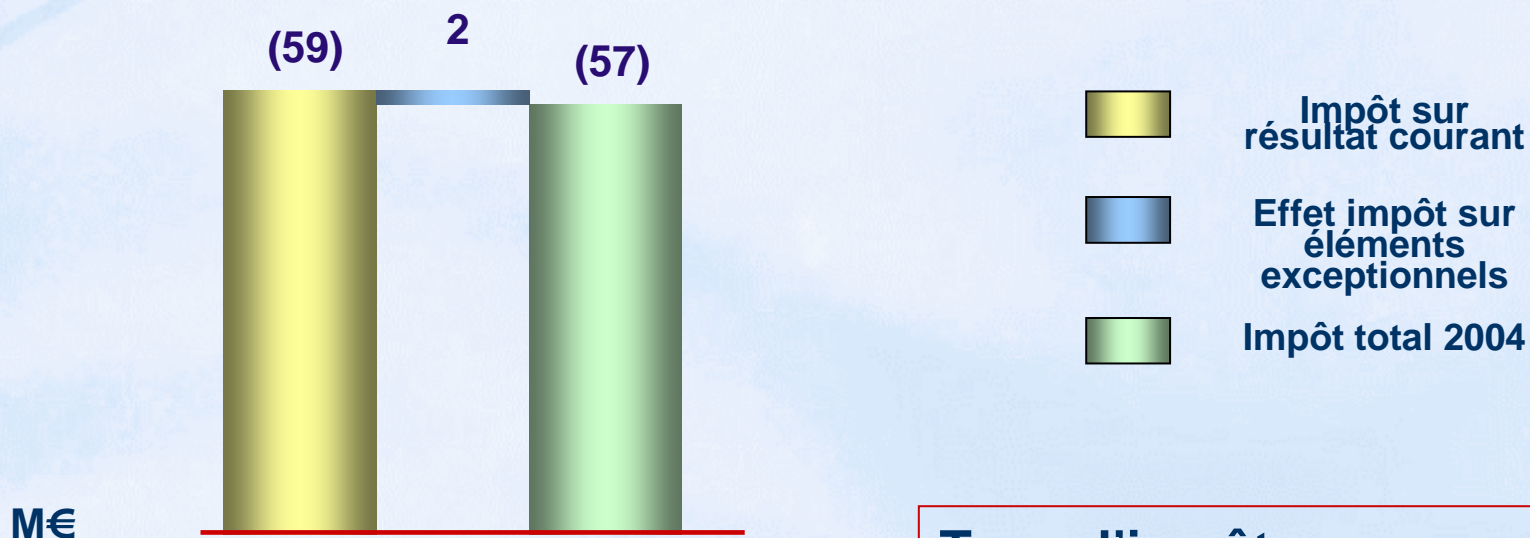
- Coût moyen de la dette (Océane incluse) : 4% env



Résultats consolidés

Impôt sur les sociétés

Impôt total : (57 M€)



Taux d'impôt sur résultat courant : 23,9%

Rappel : Taux IS sur résultat courant

- S1 04 : 26,4%
- Année 04 : 26,2%



Résultats consolidés

Analyse du résultat exceptionnel

- Coûts de restructuration USA, Irlande
- Impact négatif de la préparation de l'acquisition Allied Domecq (coût des options de change pour garantie de financement AD et autres frais)

M€	S1 05
Restructurations	(8)
Cession d'actifs et deprec. excep. et autres	3
Préparation de l'acquisition AD	(15)
Résultat exceptionnel	(20)



Résultats consolidés

Résultat net

- Une progression du résultat net pénalisée par les coûts exceptionnels liés à l'acquisition Allied Domecq

M€	S1 04	S1 05	
Résultat courant	243	246	+1,2%
Résultat exceptionnel	0,3	(20)	
Impôts sur les sociétés	(63)	(57)	
Amortissement des survaleurs	(7)	(7)	
Autres	(4)	(5)	
Résultat net part du Groupe	169	157	-7,2%



Résultats consolidés

Résultat net courant

- Forte progression du résultat net hors éléments exceptionnels

M€	S1 04	S1 05	S1 05 taux de change 2004	
Résultat opérationnel	282	288	302	
Résultat financier	(39)	(42)	(43)	
Résultat courant	243	246	259	
IS	(64)	(59)	(62)	
Droit des tiers	(4)	(5)	(5)	
Résultat net courant	175	182	193	+4,4% +10,3%



Résultats consolidés

Tableau de financement (1)

- Évolution favorable du BFR d'exploitation liée aux effets de saisonnalité (encaissement des ventes de fin d'année)
- Amélioration du BFR non opérationnel qui compense la croissance des investissements (réorganisation de l'embouteillage chez Chivas et Martell)
- Free Cash Flow comparable à celui de l'année précédente

M€	S1 04	S1 05
Résultat net retraité des mises en équivalence	173	161
Dotations aux amortissements sur immobilisations	45	46
Plus-values sur cessions d'immobilisations	(4)	5
Provisions pour risques, amortissement des marques et survaleurs	(9)	(16)
Variation du BFR opérationnel	129	138
Variation du BFR non-opérationnel et impôts différés	(102)	(80)
Investissements nets	(45)	(64)
Free Cash Flow	187	190



Résultats consolidés

Tableau de financement (2)

- Deux éléments majeurs :
 - Investissements financiers : financement des frais d'acquisition Allied Domecq (106 M€)
 - Écarts de conversion : effet devises pénalisant sur la dette
 - USD/EUR = 30.06.05 : 1,2092 (-11%)

M€	S1 04	S1 05
Free Cash Flow	187	190
(Investissements financiers) /désinvestissements + effet périmètre	3	(111)
Dividendes (yc précompte)	(150)	(139)
Ecart de conversion	(33)	(87)
Diminution (augmentation) de l'endettement	7	(147)
Dette nette à fin juin	(2 102)	(1 991)



Dividendes

	12/02	△	12/03	△	2004/2005
Dividendes proposés (€)	1,80	+ 8,9%	1,96	NA	3,22
Taux de distribution*	29%		30%		34%

* Dividendes/Résultat Net Courant

(1)

Acompte 1	0,98 €	Payé le : 11 janvier 05
Acompte 2	1,16 €	Payé le : 07 juin 05
Solde	1,08 €	A payer le : 17 Novembre 05

- **Croissance du dividende payé au titre des 12 mois 2004 : +9,2%**
⇒ reflet de la performance des 12 premiers mois de l'exercice
- **Solde : 1,08 €**
- **Solde payé après approbation de l'Assemblée Générale (10/11/05)**



ACTUALITES



Point sur l'avancement de l'intégration Allied Domecq



Processus qui se déroule conformément aux attentes

- **Stolichnaya** : reprise confirmée de la distribution au niveau mondial, hors Russie (accord avec SPI)
- **Transfert des marques vers Fortune Brands**
 - Courvoisier, Larios déjà réalisés
 - Date limite des autres transferts : 26 janvier 2006
- **Filiales de distribution**
 - Processus de reprise engagé mondialement dès le 27 juillet 2005 – déjà très avancé dans un grand nombre de pays
- **Propriétaires de marques :**
 - Chivas Brothers reprend Beefeater et Ballantine's
 - Martell reprend Mumm et Perrier Jouet
 - Création réalisée d'un propriétaire de marques, liqueurs « Malibu-Kahlua International » basé en Amérique du Nord, opérationnel au 01.01.06
- **Dette nette à fin août 2005** : 8,6Mds€ environ ⇒ inférieure à la dette d'ouverture estimée en dépit d'un effet devises fortement négatif



Trading update

- **Bonnes performances générales depuis mars 2005 des marques de spiritueux stratégiques reprises**

	Mars-août 05	Sept 04.-Fév. 05
• Ballantine's	+2%	-4%
• Malibu	+14%	+13%
• Kahlua	-2%	-1%
• Stolichnaya	+5%	+1%
• Beefeater	-5%	-9%
• Total	+3%	-1%

- **Des niveaux de stocks élevés sur certains marchés**
 - **Espagne**
 - **USA**
 - **Mexique**
- **Une revue marketing complète de la situation de chacune des marques clés est en cours**



Synthèse des cessions

- **Bushmills vendu à Diageo le 25 août 2005**
- **QSR**
 - Phase 1 du process lancée le 19 septembre
 - « Non binding offers » attendues pour le 20 octobre
 - Phase 2 (revues en data room, visites de sites) terminée pour le 22 novembre 2005
 - Date cible pour le closing : mi janvier 2006
- **Montana**
 - Diageo procède actuellement aux due diligences
 - Décision sur l'option attendue pour le 4ème trimestre 2005
- **Glen Grant**
 - Début du process de cession



IFRS



IFRS

- Principal impact sur le résultat des activités courantes : coût des stocks option

12 mois	Normes FR	IFRS
MB/CA	65,8%	59,7%
PP/CA	22,6%	16,4%
RO/CA	20,4%	20,2%

- BNPA en norme IFRS > 6,1% BNPA normes françaises



IFRS

M€	Normes Françaises	Ajustements IFRS	IFRS	Δ
Sur 12 mois	30.06.2005		30.06.2005	
Chiffre d'affaires HDT	3 674	(62)	3 611	(1,7)%
Marge Brute	2 418	(261)	2 156	(12,1)%
% marge brute (MB/CA)	65,8%		59,7%	
Frais publi-promotionnels	(830)	238	(592)	(40,2)%
PP/CA en %	22,6%		16,4%	
Résultat des activités courantes	748	(20)	729	(2,7)%
% « Marge Opérationnelle »	20,4%		20,2%	
Résultat net part du Groupe	475	9	484	1,8%
Résultat net part du Groupe par action dilué €	6,44		6,86	6,1%



Conclusion



Conclusion

- **Un nouveau semestre dont les performances de croissance et de rentabilité confirment la pertinence de la stratégie de « premiumisation » retenue par Pernod Ricard**
- **L'intégration d'Allied Domecq se déroule conformément aux attentes et aux annonces**





Annexes



Liste des annexes

- **Compte de résultat consolidé synthétique**
 - 6 mois
 - 12 mois proforma
 - 18 mois

- **Bilan résumé consolidé au 30.06.05**

- **Tableau de financement**
 - 12 mois proforma
 - 18 mois

- **Volumes premier semestre 2005**



Compte de Résultat consolidé synthétique

6 mois 1/2

M€	6M 30.06.05	△
Chiffre d'affaires (HDT)	1 675	+6,5%
Marge brute*	1 096	+6,4%
Frais de distribution	(73)	4,8%
Frais publi-promo	(385)	11,2%
Contribution après publi-promo	638	+4%
Frais commerciaux et frais généraux**	(351)	+5,5%
Résultat opérationnel	288	+2,1%
Résultat financier net	(42)	+7,5%
Résultat courant	246	+1,2%

*après frais de production

** incluent les autres produits et charges



Compte de Résultat consolidé synthétique

6 mois 2/2

M€	6 M 30.06.05	△
Résultat courant	246	+1,2%
Résultat exceptionnel	(20)	N/A
Impôt sur les sociétés	(57)	-9,2%
Résultat des sociétés mises en équivalence	0	-
Amortissement des survaleurs	(7)	-0,8%
Droit des tiers	(5)	+17,1%
Résultat net part du Groupe	157	-7,2%



Compte de Résultat consolidé synthétique 1/2

M€	18 M 30.06.05	12M 30.06.05	△
Chiffre d'affaires (HDT)	5 246	3 674	+3,5%
Marge brute*	3 447	2 418	+3,6%
Frais de distribution	(221)	(151)	1,1%
Frais publi-promo	(1 176)	(830)	7,8%
Contribution après publi-promo	2 050	1 436	+1,6%
Frais commerciaux et frais généraux	(1 020)	(688)	+1,8%
Résultat opérationnel	1 030	748	+1,5%
Résultat financier net	(131)	(92)	+6,3%
Résultat courant	899	656	+0,8%

*après frais de production



Compte de Résultat consolidé synthétique 2/2

M€	18 M 30.06.05	12 M 30.06.05	△
Résultat courant	899	656	+0,8%
Résultat exceptionnel	17	16	-72,8%
Impôt sur les sociétés	(236)	(173)	+0,5%
Résultat des sociétés mises en équivalence	0	0	-
Amortissement des survaleurs	(22)	(15)	-74,5%
Droit des tiers	(13)	(9)	+2,1%
Résultat net part du Groupe	644	475	+0,8%



Résultats consolidés

Tableau de financement (1)

M€	18 M 30.06.05	12 M 30.06.05
Résultat net retraité des mises en équivalence	656	484
Dotations aux amortissements sur immobilisations	146	101
Plus-values sur cessions d'immobilisations	(56)	(52)
Provisions pour risques, amortissement des marques et survaleurs	(31)	(21)
Variation du BFR opérationnel	80	(49)
Variation du BFR non-opérationnel et impôts différés	(87)	15
Investissements nets	(141)	(97)
Free Cash Flow	567	381



Résultats consolidés

Tableau de financement (2)

M€	18 M 30.06.05	12 M 30.06.05
Free Cash Flow	567	381
(Investissements financiers) /désinvestissements + effet périmètre	(116)	(120)
Dividendes (yc précompte)	(290)	(140)
Ecart de conversion	(42)	(9)
Diminution (augmentation) de l'endettement	119	111
Dette nette à fin juin	(1 991)	(1 991)



Bilan résumé consolidé

Actif (M€)	31.12.03	30.06.05	Passif (M€)	31.12.03	30.06.05
Immobilisations corporelles et financières	994	963	Fonds propres	2 756	3 135
Immobilisations incorporelles et survaleurs	2 155	2 201	Provisions	519	488
Besoin en fonds de roulement	2 235	2 450	Océane*	508	523
Total	5 384	5 614	Endettement net	1 601	1 468
			Total	5 384	5 614

*Nette de prime de remboursement



Volumes 1er semestre 2005

	S1 2005/2004	Année mobile 2005/2004 À fin juin 2005
Chivas	+ 19%	+ 16%
Havana Club	+ 17%	+ 12%
Jameson	+ 13%	+ 10%
Jacob's Creek	+ 12%	+ 6%
Amaro Ramazzotti	+ 11%	+ 11%
Wild Turkey	+ 10%	+ 3%
Martell	+ 8%	+ 7%
The Glenlivet	+ 6%	+ 7%
Clan Campbell	- 1%	+ 2%
Seagram's Gin	- 2%	- 2%
Pastis 51	- 3%	- 6%
Ricard	- 6%	- 4%
Total des 12 marques clés	+ 6%	+ 4%
Total spiritueux	+ 4%	+ 3%
Total vins de marque	+ 8%	+ 4%

