

Pernod Ricard 1989



ORLANDO
JACOB'S CREEK
CLARET
VINE & WINE CO. AUSTRALIA

Camel
ROSE

Mesterson

L'œuvre originale de Maria Mesterou, reproduite en couverture, illustre la série d'acquisitions réalisée par Pernod Ricard en Australie au cours de l'exercice 1989, et notamment celle de la société Orlando Wines, n° 2 sur le marché australien du vin.

Pernod Ricard

Société Anonyme au capital de 939 777 680 francs
Siège social : 142, bd Haussmann, 75008 Paris
Tél. : (1) 40.76.77.78 - Fax : (1) 42.25.95.66 - Télex : 641930
R.C.S. : Paris B 582 041 943 (58 B 4194)

SOMMAIRE

De l'anis au whiskey	3
De l'Europe à l'Australie	7
Le Groupe Pernod Ricard	11
Vins et spiritueux en France	13
Boissons et produits sans alcool en France	17
Vins et spiritueux à l'étranger	21
Boissons et produits sans alcool à l'étranger	25
L'année sociale 1989	29
Assemblée Générale Ordinaire	33

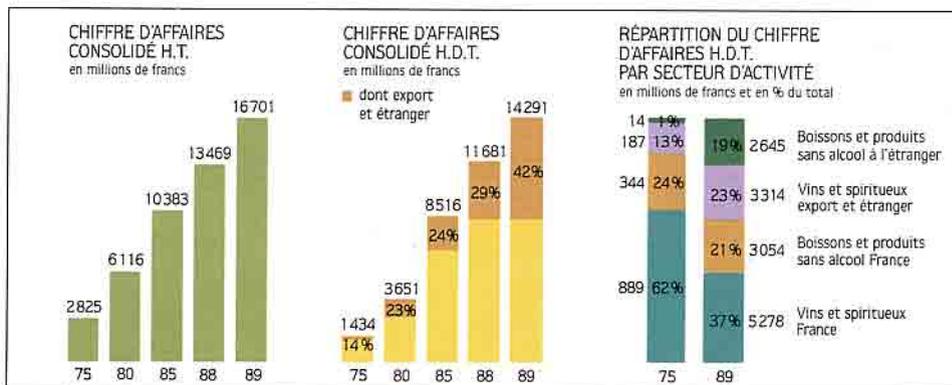


Le Groupe Pernod Ricard est né du rapprochement en 1975 des deux principales sociétés françaises de spiritueux anisés, avec pour objectifs de :

- conforter ses positions sur le marché national des spiritueux au-delà du secteur de l'anis,
- diversifier progressivement les activités vers le secteur sans alcool,
- développer les exportations par création et acquisition de nouvelles implantations hors de l'hexagone, en Europe, et au plan mondial.

C'est ainsi que Pernod Ricard a aujourd'hui renforcé sa présence sur de nombreux marchés :

- Le Groupe est numéro un mondial de l'anis, troisième groupe de vins et spiritueux dans le monde, premier distributeur de spiritueux de la C.E.E., troisième négociant mondial de vins, l'un des principaux producteurs de boissons sans alcool en France et le leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie alimentaire.



Principales marques produites et distribuées par les filiales de Pernod Ricard en France et à l'étranger :

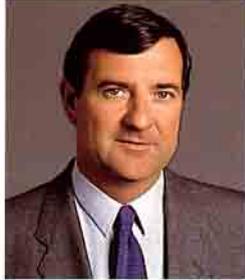
Spiritueux : Ricard, Pastis 51, Pernod, Suze, Dubonnet, Ambassadeur, Vabé, Bartissol, Cinzano, Byrrh, Porto Cintra, Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Jameson, Bushmills, John Power, Tullamore Dew, Wild Turkey, Vodka Huzzar, Cognac Bisquit, Calvados Busnel, Armagnac Marquis de Montesquiou, Amaro Ramazzotti, Zoco, Cooymans Advocaat, Eaux de Vie la Duchesse, Liqueurs Cusenier.

Vins : Champagnes Besserat de Bellefon, Café de Paris, Carlton, Blancs de Fruits, Vieux Papes, Bienvenu, Maîtres Vignoux, La Villageoise, Carré de Vigne, Les Classiques, Cruse, Caneï, Jacob's Creek, Carrington, Wyndham Estate, Dragon Seal.

Boissons sans alcool : Orangina, Orangina Light, Brut de Pomme, Banga, Banga Léger, jus de fruits Pampryl, Fruitam, Pam Pam, Pacific, sirops Cusenier, cidres, jus de pomme et jus de raisin, Yoo-Hoo.

Marques concédées pour la France : Gin Gilbey's, whisky Cutty Sark, Rhum Bacardi, Vodka Stolichnaya.





Patrick Ricard
Président-Directeur Général

C'est en 1975 que Jean Hémard, Président de Pernod et Paul Ricard, mon père, Président Fondateur de la Société Ricard, décidèrent de s'associer pour créer le Groupe Pernod Ricard.

Il ne s'agissait pas pour eux de réaliser une fusion, mais bien de préserver la concurrence entre les sociétés tout en recherchant des synergies pour favoriser le développement en France et surtout à l'étranger.

En 1990, alors que nous célébrons le 15^e anniversaire de ce rapprochement, nous pouvons mesurer l'extrême lucidité et saluer ceux qui tracèrent le chemin d'une stratégie dont le bien-fondé se confirme chaque année.

Depuis la création de notre Groupe, les résultats sont brillants. La croissance externe s'accélère au rythme de plusieurs acquisitions par an. La croissance interne ne se dément pas sur nos principales marques et en particulier l'anis. Les performances financières sont à la hauteur de ce développement commercial pour atteindre, depuis 1975, un taux de croissance annuel moyen de + 18% pour le chiffre d'affaires HDT, + 15% pour le résultat net (hors plus-value de cession de SPBG et si la Compagnie Financière de Suez avait été consolidée en 1989) et + 16% pour le dividende.

“L'esprit de Groupe” s'est conforté au fil des années, positionnant notre fédération d'entreprises à l'échelle humaine au rang des plus grandes multinationales de la boisson.

Cette réussite, nous la devons au dynamisme des hommes, à la qualité de nos produits, à notre souci permanent d'innovation. Mais nous le devons aussi à cette stratégie clairement définie dès l'origine et visant à mieux répartir nos activités alcool et sans alcool, tant en France qu'à l'étranger.

Certes, une stratégie d'entreprise n'est pas une ligne droite. Cependant, nous persévérons à concentrer notre savoir-faire sur un seul et même métier : la transformation de fruits et de plantes pour, principalement, l'élaboration et la commercialisation de boissons.

Le noyau de départ comportait déjà les germes du développement :

- Pernod et Ricard, très solidement implantés en France ;

Avec Cinzano, Dubonnet et Byrrh chez CDC, Ambassadeur et Café de Paris chez Cusenier, le Groupe devenait le n° 2 des apéritifs à base de vin en France.

A côté des sociétés Pernod et Ricard, Cusenier trouvait une place originale : vendre ses propres marques, importer des produits à forte notoriété et assurer la production des apéritifs à base de vin et des vins doux naturels pour l'ensemble du Groupe.

Parallèlement, les Cidreries et Distilleries Réunies ouvraient à Pernod Ricard le champ d'activité nouveau de la pomme avec la production de cidre, de jus de pomme et de calvados. Sopagly faisait de même pour le jus de raisin. Ces deux sociétés ont fusionné en 1988 sous l'appellation de Cidreries et Sopagly Réunies (CSR).

Enfin, Besserat de Bellefon complétait harmonieusement la palette de produits du Groupe avec une gamme renommée de champagnes.



- la SEGM, constituée pour l'exportation des principales marques françaises de spiritueux du Groupe :

- Campbell, apportant l'activité Scotch whisky ;
- SPBG et JFA Pampryl pour les boissons sans alcool.

La première étape de la croissance fut en 1975, celle de l'entrée de CDC et de Cusenier.

A l'étranger, la SEGM se structurait avec l'acquisition de Parkington, son agent au Royaume-Uni, le regroupement de ses activités en Suisse chez Perisem et en Espagne chez Prac S.A., ainsi qu'en RFA avec SEGM Deutschland devenue depuis IGM Deutschland.

En 1980, l'acquisition d'Austin Nichols produisant le bourbon Wild Turkey, permettait au Groupe de franchir une étape importante de

son développement international en affirmant sa présence aux U.S.A.

En 1982, Pernod Ricard faisait l'acquisition de SIAS MPA, premier producteur mondial des préparations de fruits pour l'industrie alimentaire. Une diversification majeure qui aura permis d'amplifier encore la vocation internationale du Groupe, la connaissance des arômes, ainsi que des synergies dans l'achat et le traitement des fruits.

Ce fut ensuite l'acquisition de la Compagnie Française des Produits Orangina (1984) après avoir racheté la marque internationale, permettant ainsi d'aborder une stratégie dynamique de développement à l'étranger.

La prise de contrôle de la Société des Vins de France (1985) ouvrait pour sa part de nouvelles perspectives à l'exportation.

En 1986, la SEGM prenait en Espagne le contrôle d'AVSA qui produit notamment la liqueur de Pacharan, "Zoco".

commerciale. Pernod Ricard Asia Pacific était renforcée peu après par celle de Pernod Ricard Japan à Tokyo, puis à Pékin où le Groupe prenait une participation dans une société mixte "Beijing Friendship Winery" pour produire des vins chinois.

L'événement 1988 fut le succès retentissant de notre OPA amicale lancée sur Irish Distillers. Cette prise de contrôle saluée comme audacieuse et exemplaire par la presse internationale clôturait une année particulièrement riche avec également l'entrée dans le Groupe de la société ISD aux Etats-Unis, spécialisée dans les préparations de fruits, de Yoo-Hoo Industries, le leader américain des boissons chocolatées, ainsi que Canei SpA, société italienne qui commercialise des vins pétillants.

Mais cette croissance soutenue n'a pas altéré notre "soif d'entreprendre". L'exercice 1989 le prouve et nous marquerons de manière exemplaire notre 15^e anniversaire.



Les premiers mois de 1987 étaient marqués par l'intégration de Cooymans, 4^e société hollandaise de spiritueux. Pernod Ricard faisait ensuite l'acquisition de San Giorgio, premier producteur italien de matières aromatiques destinées à l'industrie alimentaire.

Au plan international, l'action de Pernod Ricard se développait encore dans de nouvelles régions : la création à Singapour d'une antenne

puisqu'en 1990, environ 50% de notre chiffre d'affaires sera réalisé hors de France.





Thierry Jacquillat
Directeur Général

1989 aurait pu être une année de "consolidation" pour le Groupe Pernod Ricard. Certains le pronostiquaient, notamment à la suite de l'OPA réussie fin 1988 sur la société Irish Distillers. L'investissement de l'ordre de 2,7 milliards de francs réalisé pour cette opération devait, disait-on, freiner pendant quelque temps nos vellétés de croissance externe.

L'exercice écoulé prouve qu'il n'en a rien été :

- Pernod Ricard a débuté l'année en rachetant les 34% du capital d'Irish Distillers lui permettant ainsi un contrôle total de l'entreprise :
- Les établissements Anée (Normandie) producteur de cidre, jus de pomme et calvados, ont rejoint la société Cidrerries et Sopagly Réunies (CSR), confortant ainsi notre place de leader dans la "filière pomme" :
- Par l'intermédiaire de sa filiale Campbell Distillers, pour répondre au développement rapide de ses ventes de whiskies, Pernod Ricard a dû acquérir une troisième distillerie en Ecosse, dans les Highlands : Glenallachie :
- Au mois de mai, l'offensive du Groupe amorcée en Australie avec l'acquisition de la société Ricowe, principal agent de distribution de Campbell Distillers se confirme avec la prise de contrôle de Mangrove Mountain (préparations de fruits) et South Pacific Foods (S.P.F.) aux îles Fidji, spécialisée dans les fruits tropicaux :

- Dans le même temps que Pernod Ricard crée une antenne de coordination à Sydney portant le nom de "Pernod Ricard Australia", la société prend la majorité du capital d'Orlando Wines, deuxième entreprise du secteur du vin en Australie ;

- En fin d'exercice, c'est à travers Orlando Wines que Pernod Ricard lance une OPA amicale sur la société Wyndham Estate Wines Ltd, qui se révélera une réussite totale en février 1990.

Ainsi donc, tout en assurant avec succès l'intégration d'Irish Distillers et la distribution de ses marques principales par les filiales du Groupe, nous avons poursuivi activement la croissance externe, marquée plus spécifiquement en 1989 par l'entrée de nouvelles sociétés d'origine australienne.

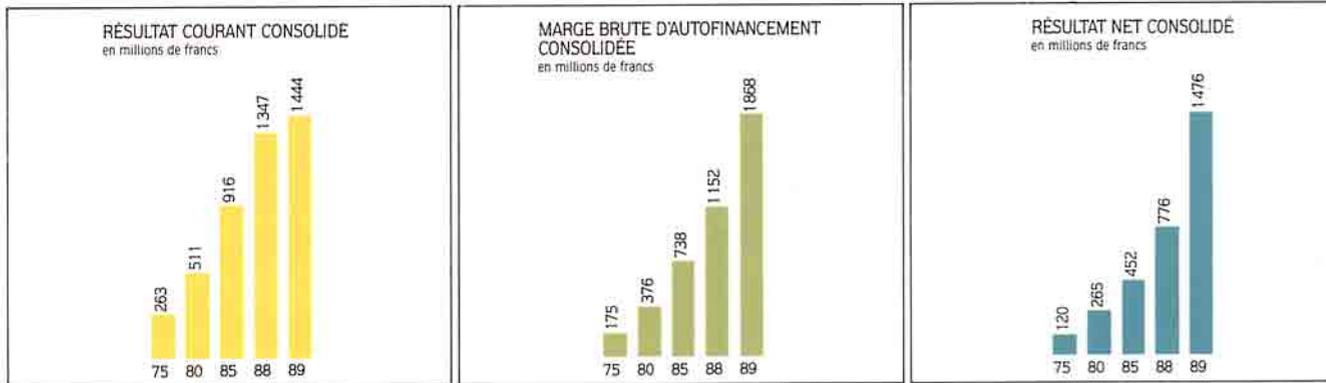
Mais, notre croissance, nous la devons aussi à la bonne tenue des grandes marques du Groupe sur leurs marchés respectifs. Ainsi,

de francs. Comparée à celle de l'année précédente qui était de 745 millions, la progression (hors plus-value SPBG et consolidation de Suez incluse) s'élèverait à + 16,9%.

Certes, l'année 1989 aura été celle de la cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses (SPBG) concessionnaire de Coca-Cola sur l'essentiel du territoire français. En conséquence, le secteur sans alcool du Groupe représente désormais une moindre part.

Soulignons par ailleurs que la cession de la SPBG s'est opérée conformément à nos souhaits : la reprise par la société américaine de l'ensemble du personnel et le versement de compensations financières supérieures à un milliard de francs.

Dans le domaine technologique, le Centre de Recherche a porté ses efforts sur la mécanisation des récoltes de fruits et plus particulièrement des fraises. Cet intérêt s'explique notamment par le développement des préparations



nous pouvons nous prévaloir d'un chiffre d'affaires de 14,3 milliards de francs, hors toute fiscalité, en progression de + 22%.

Le résultat courant s'élève à 1 444 millions de francs, en progression de 7,2%. La part du Groupe dans le résultat net est conforme aux prévisions et s'élève – plus-value sur la cession SPBG incluse mais après déconsolidation de notre participation dans Suez – à 1 451 millions

de SIAS-MPA qui a inauguré, l'an passé, une nouvelle unité de production à Corby en Angleterre.

Au plan de l'innovation, notons à l'actif du Centre de Recherche la mise au point de nouvelles boissons allégées en alcool, actuellement en phase de test.

L'ANNÉE BOURSIÈRE

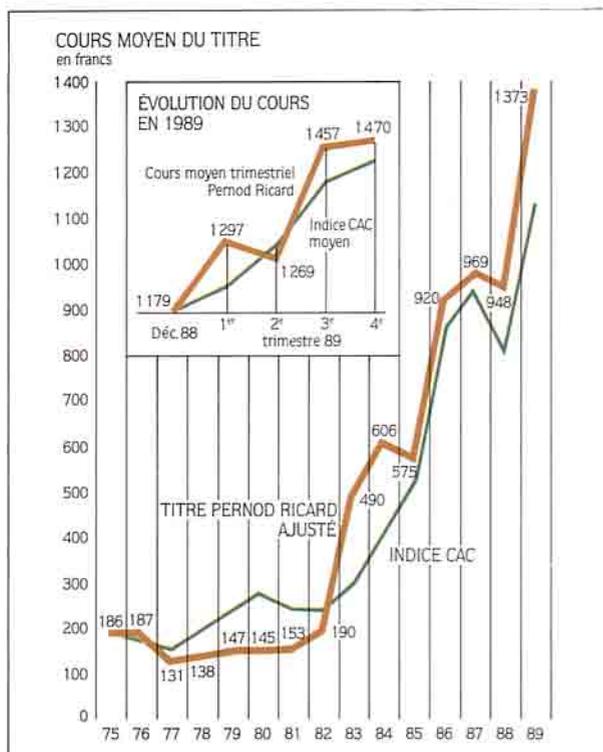
Après l'excellent millésime 1988, l'évolution du titre aura été proche de celle de l'indice.

A fin 1989 le cours s'élevait à 1 525 F, soit +26% par rapport à l'année précédente, alors que l'indice CAC 40 progressait pendant ce temps de 27%. En moyenne annuelle le titre a augmenté de 45%, passant de 948 F à 1 373 F, alors que l'indice CAC a crû de 39%.

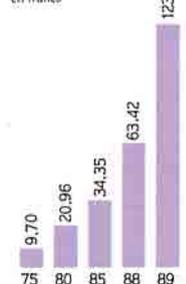
On peut signaler par ailleurs que le titre Pernod Ricard s'est mieux comporté que la moyenne du secteur agro-alimentaire dont la croissance au 31 décembre s'établissait à +20%.

Au cours de l'année, la capitalisation boursière de Pernod Ricard a oscillé entre 11,8 et 15,5 milliards de francs. En fin d'année elle atteignait 14,9 milliards de francs, ce qui situe Pernod Ricard à la 36^e place du marché.

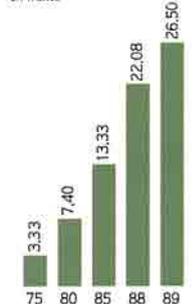
Le nombre de transactions sur le titre a progressé d'environ 18,5% d'une année sur



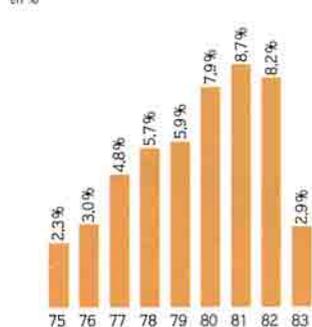
BÉNÉFICE NET AJUSTÉ PAR ACTION (PART DU GROUPE) en francs



DIVIDENDE NET AJUSTÉ PAR ACTION en francs



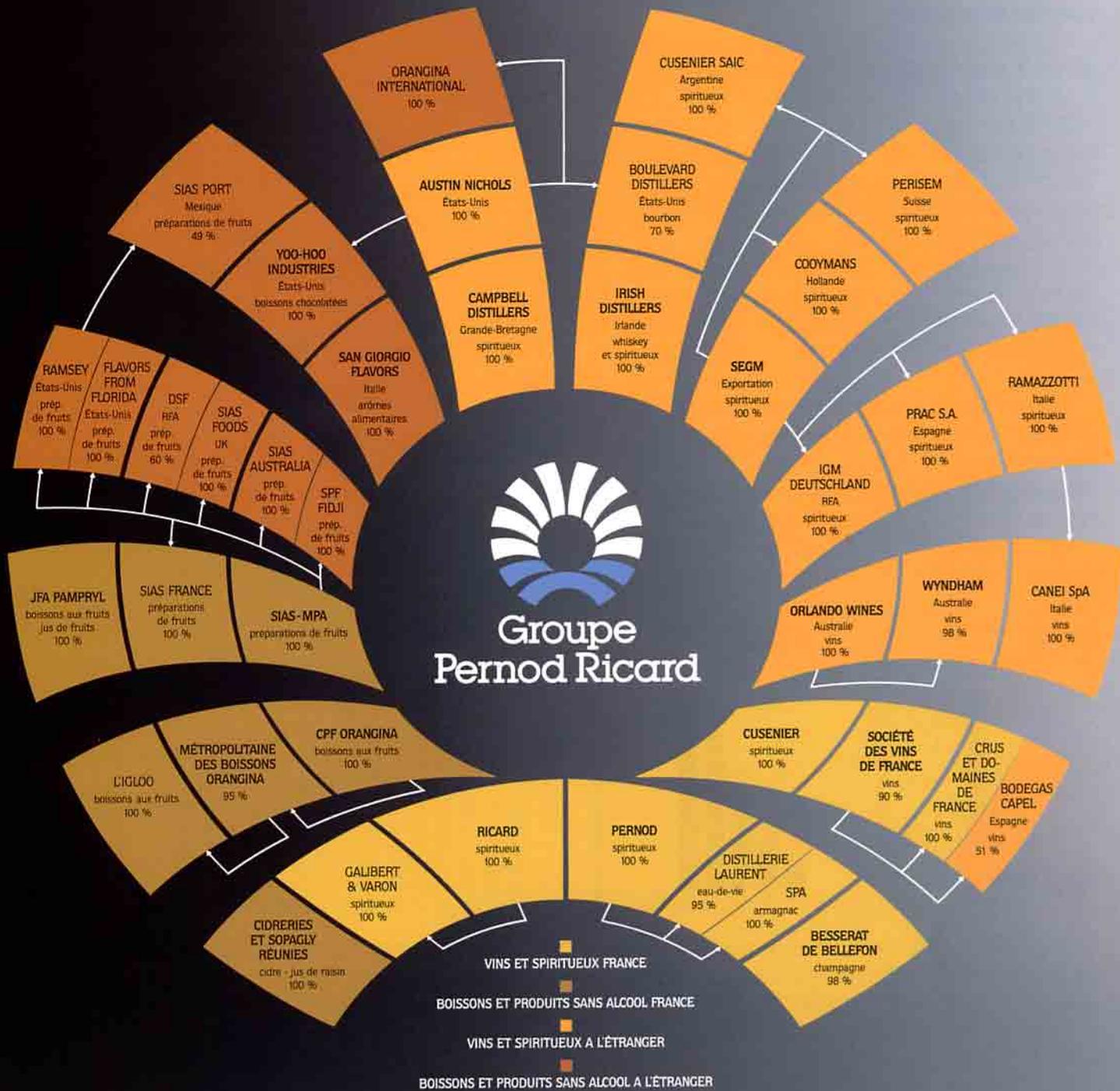
RENDEMENT MOYEN ANNUEL DU TITRE en %



l'autre. En effet près de 4,3 millions de titres ont été échangés en 1989 contre 3,7 en 1988. Ceci place le Groupe au 22^e rang des valeurs les plus actives du marché à règlement mensuel, alors qu'il était au 26^e en 1988.

Après deux années consécutives d'augmentation de 15% du dividende, Pernod Ricard a augmenté son dividende global de 20% pour l'exercice 1989.

En effet, en février 1990, Pernod Ricard a procédé à une augmentation de capital par création d'une action gratuite pour cinq avec jouissance au 1^{er} janvier 1989 tout en proposant de maintenir le dividende unitaire à 26,50 F. Cette progression des dividendes, à l'image des performances commerciales et financières, laisse bien augurer des succès futurs.



Principales antennes à l'étranger

- Pernod Ricard Asia Pacific • Pernod Ricard Japan • Pernod Ricard China
- Pernod Ricard Australia • Pernod Ricard Abidjan

La mission de la Société Holding est de définir la stratégie du Groupe. Elle assure la gestion et la protection de son portefeuille de marques, lesquelles sont concédées aux sociétés filiales qui en assurent la production, la promotion et la commercialisation.

Le style de direction est fondé sur la décentralisation, la structure de la Société Mère étant extrêmement légère avec moins de 50 collaborateurs, tandis que l'ensemble du Groupe en compte 11 000, dont 4 000 hors de France.

La société holding Pernod Ricard conduit la politique de diversification et notamment toutes les opérations de croissance externe. Son rôle consiste aussi à impulser et à coordonner toutes les fonctions de l'entreprise afin de favoriser la recherche et les investissements, d'assurer les meilleures synergies entre les filiales dans le respect de leur identité propre.

Le Groupe compte 86 unités de production dont 42 à l'étranger. En France et à l'étranger, 60 unités élaborent des vins et spiritueux, tandis que 26 se consacrent aux boissons et produits sans alcool.

Les Directions de la Société Holding Pernod Ricard sont confiées à :

<i>Thierry Billot :</i>	<i>Directeur Financier</i>
<i>Jacques Bricout :</i>	<i>Directeur du Centre de Recherche</i>
<i>Bernard Cazals :</i>	<i>Direction des Ressources Humaines</i>
<i>Pierre-Marie Chateauneuf :</i>	<i>Directeur Administratif et Juridique</i>
<i>Jean-Baptiste Cuisinier :</i>	<i>Directeur du Développement</i>
<i>Christian Delclaux :</i>	<i>Directeur attaché à la Direction Générale</i>
<i>Pierre Denetre :</i>	<i>Directeur Industriel</i>
<i>Christine Fildier :</i>	<i>Directeur du Marketing</i>
<i>Jean-Pierre Laurent-Lasson :</i>	<i>Directeur Marketing-Distribution</i>
<i>Philippe Mouton :</i>	<i>Directeur des Affaires Européennes</i>
<i>Claude Risac :</i>	<i>Directeur de la Communication</i>

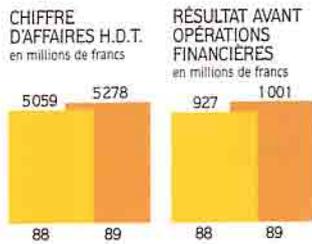
La Direction de la Communication, en charge de l'information interne et externe, est responsable de l'image institutionnelle et financière du Groupe, tandis que les sociétés filiales gèrent directement la communication de leurs produits.



La politique de diversification définie par Pernod Ricard lors de sa création a obtenu l'effet escompté, à savoir le rééquilibrage du secteur vins et spiritueux, qui représente 37 % du chiffre d'affaires en 1989, contre 62 % en 1975.

Historiquement leader des anisés depuis le rapprochement en 1975 des deux principaux producteurs français, le Groupe Pernod Ricard a considérablement renforcé sa présence sur tous les segments du marché des vins et spiritueux.





Avec Ricard, Pastis 51 et Pernod, le Groupe est le leader mondial des apéritifs anisés. Créée en 1936 par Paul Ricard à Marseille, la marque Ricard occupe aujourd'hui le 3^e rang dans le classement international des marques de spiritueux les plus vendues.

Pernod Ricard est le deuxième producteur français d'apéritifs à base de vin et de vins doux naturels avec les marques Vabé, Bartissol, Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano et Byrrh. Ces différents produits sont élaborés à Thuir par la Société Cusenier.

Le Groupe est en première position sur le marché des amers avec Suze. Il est aussi présent sur le marché des Calvados de haut de gamme avec Busnel, sur celui du cassis, sur le marché des liqueurs et des eaux-de-vie avec

sur le marché des vins pétillants avec Café de Paris, ainsi que Carlton et la gamme "Blancs de fruits".

Avec la Société des Vins de France, Pernod Ricard se situe dans les premiers rangs des négociants français de vins de marques avec notamment Vieux Papes, Maîtres Vignoux, La Villageoise, Bienvenu, Carré de Vigne et les Classiques.

Le Groupe assure également la distribution en France de spiritueux étrangers, satisfaisant ainsi la demande des consommateurs :

Il importe de sa filiale écossaise Campbell Distillers, les marques Clan Campbell, Aberlour Glenlivet et White Heather. Pernod distribue le bourbon Wild Turkey d'Austin Nichols, tandis que Cusenier commercialise, sous concession, le whisky Cutty Sark ainsi que le rhum léger Bacardi, la vodka Stolichnaya et le gin Gilbey's.

Enfin, depuis l'acquisition d'Irish Distillers en 1988, le Groupe distribue à travers le réseau de



Cusenier et La Duchesse, et celui de l'armagnac avec Marquis de Montesquiou. Enfin, il possède également le cognac Bisquit, élaboré en Charente au château de Lignères.

Pernod Ricard est présent sur le marché des champagnes avec Besserat de Bellefon, la société appuyant son développement sur des vins de haut de gamme comme la Cuvée Prestige B de B. Le Groupe est fortement implanté

ses filiales, les principales marques de whiskey irlandais : Jameson, Bushmills, Tullamore Dew et John Power.

L'ANNÉE 1989

Une fois de plus en 1989, le marché des anisés, numéro un des spiritueux en France, a enregistré une hausse de l'ordre de 1%, dominée par les marques du Groupe, Ricard et

Pastis 51 qui ont ensemble réalisé des performances supérieures au marché.

De même, les whiskies, 2^e secteur des spiritueux en France, ont vu leurs volumes progresser de 5%, tandis que les marques du Groupe affichaient une croissance plus de trois fois supérieure à celle du marché. La palme revient au bourbon Wild Turkey et aux marques écossaises, Aberlour et Clan Campbell.

Les whiskeys irlandais sont commercialisés depuis le début de l'été par Ricard, Pernod, Cusenier et Besserat de Bellefon. Ces sociétés ont réussi le transfert de leur distribution, l'effort du Groupe portant particulièrement sur les deux principales marques : Jameson et Bushmills.

Autre progression significative : celle des gins qui ont réalisé des ventes en hausse d'environ 10%, parallèlement au marché.

La Société des Vins de France poursuit le recentrage de sa gamme et enregistre un bond

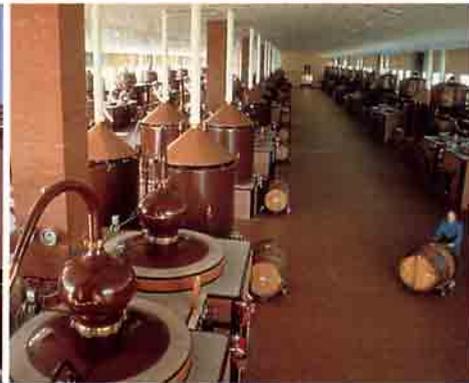
de Fruits", une gamme de vins effervescents aromatisés qui a réalisé le double de ses objectifs, et de Soho, liqueur aux litchis produite par la société Pernod.

PERSPECTIVES 1990

L'année 1990 devrait voir, d'une part la poursuite des efforts publipromotionnels sur les marques d'anis Ricard et Pastis 51, ainsi que sur Suze, et d'autre part le renforcement de la politique entreprise par la Société des Vins de France sur le marché des vins de qualité.

Les synergies inter-filiales, déjà manifestes en 1989, vont se multiplier avec notamment la pleine intégration, sur l'ensemble de l'exercice, des whiskey irlandais, la distribution en France de Canei par Cusenier et de Carlton par la société Pernod.

Les nouveaux produits, Soho et Baroque, respectivement vendus par les sociétés Pernod et Ricard, et d'abord lancés au plan régional,



de plus de 20% des ventes des Vins d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) génériques "Les Classiques", ainsi que de sa gamme de vins de pays, La Villageoise. Par ailleurs, en 1989, la SVF a commercialisé avec grand succès une cuvée spéciale du bicentenaire, vendant près de 3 millions de cols.

Au bilan de l'année 1989, notons enfin le succès du lancement par Cusenier de "Blancs

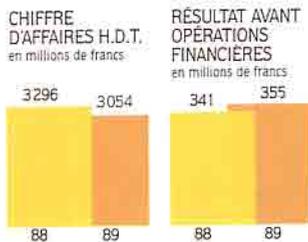
vont maintenant devoir confirmer leur succès au plan national.



Pour la première fois dans le Groupe, la part des ventes de produits sans alcool en France a baissé en 1989, représentant 21% du chiffre d'affaires, hors droits et taxes. Ce secteur se trouve amputé de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses cédée en août 1989 à The Coca Cola Company et dont seul le chiffre d'affaires réalisé au premier semestre a été pris en compte.

Orangina, Brut de Pomme, Banga, Pampryl, Fruidam et Pacific sont les marques phares de Pernod Ricard et ont été particulièrement actives en 1989.





Le Groupe est l'un des premiers producteurs français de boissons sans alcool, confirmant la stratégie définie en 1975.

La cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses concessionnaire de Coca Cola, au mois d'août 1989, n'a pas remis en cause cette politique de diversification dans le secteur du sans alcool.

Avec l'acquisition en 1984 de la Compagnie Française des Produits Orangina, Pernod Ricard est propriétaire de la première marque française de soft-drinks. Depuis 1988, la "Métropolitaine des Boissons Orangina" qui assure la commercialisation de sa marque sur le territoire national, distribue aussi Brut de Pomme, produit faiblement calorique, pétillant, aux extraits naturels de pomme.

Le Groupe occupe des positions solides sur

Pacific, la société Ricard continue à progresser, occupant de loin la première place.

Enfin, avec SIAS-MPA, le Groupe est leader national et mondial des préparations de fruits pour l'industrie alimentaire.

L'ANNÉE 1989

Les boissons sans alcool ont largement bénéficié de la chaleur estivale française : en tête, Orangina, qui a vu ses ventes très fortement progresser sur le marché national. Cependant, l'effet "sécheresse" n'est pas la seule explication à prendre en compte : la performance d'Orangina, sensiblement supérieure à celle du marché des soft-drinks gazeux (+ 15 % en 1989) peut s'interpréter par la nouvelle communication publicitaire, la motivation des forces de ventes, ainsi que par le formidable élan de sympathie, apporté par la "Lambada", danse brésilienne "pulpeuse" sponsorisée durant l'été à la télévision.



les marchés des jus de fruits et des boissons aux fruits avec sa filiale JFA Pampryl. Sur ce même marché et sur celui du cidre, Cidreries et Sopagly Réunies (CSR), occupe également une position dominante. Elle place le Groupe à la tête des producteurs européens de jus et de moût de raisin et approvisionne de nombreuses grandes marques françaises et étrangères.

Sur le marché des anis sans alcool, avec

Lancé en 1988, Orangina light a confirmé son succès en 1989 sur un marché des soft-drinks gazeux légers qui est passé de 2,3 % en 1988 à 5 % du marché total des soft-drinks en 1989.

C'est en 1989 que la Métropolitaine des Boissons Orangina a repris la commercialisation de Brut de Pomme, dont les ventes ont progressé de 23%.

Autre point fort de l'année 1989 pour la Métropolitaine des Boissons Orangina : le développement de la distribution "post mix", dont le nombre d'installations a été décuplé en un an.

Par ailleurs, les tests régionaux réalisés sur Mâtangui, un nouveau tonic, laissent présager du succès de ce produit qui sera lancé cette année au plan national.

JFA Pampryl a enregistré une belle progression de ses principales marques, grâce à ses jus de fruits, ainsi qu'à Banga, présent aussi sur le marché des produits "allégés".

Sur le marché des cidres, CSR a réalisé une belle performance, notamment grâce aux qualités hautes présentées en bouteilles champenoises qui ont augmenté de 18% sur un marché en baisse de 3%.

Quant à Pacific, le leader des anisés sans alcool et sans calorie, ses ventes ont fortement progressé en 1989.

Enfin, les volumes de SIAS-MPA, spécialisée

ciera d'une amélioration de sa distribution, avec l'adaptation constante des formats (petites bouteilles, grands contenants, packs de boîtes, etc...) aux besoins de la clientèle. Un effort particulier sera consenti en faveur du secteur porteur de la distribution automatique et du "post-mix".

L'acquisition de la société l'igloo donne à Orangina un point d'appui solide dans ce domaine.

JFA Pampryl poursuivra sa politique d'innovation. Après les Mill'Fruits, les Diététiques, le Pulp', la société confirmera son engagement sur le créneau des produits haut de gamme, afin de compléter son portefeuille de marques.

CSR poursuivra activement, après avoir intégré les Etablissements Anée, sa politique de cidres de marques et portera ses efforts sur Champomy, jus de pomme pétillant, la boisson de la fête pour les petits.



dans les préparations de fruits pour l'industrie alimentaire, ont poursuivi cette année encore leur croissance aussi régulière que soutenue.

PERSPECTIVES 1990

Sur un marché des soft-drinks en forte croissance, le potentiel d'Orangina reste important en France. Outre un appui publi-promotionnel non négligeable, la marque bénéficie

Enfin, SIAS MPA continuera d'innover en adaptant ses préparations de fruits aux goûts nouveaux des consommateurs de desserts lactés.



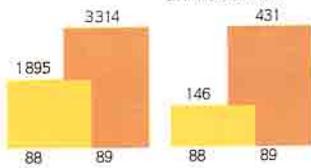
La part de l'activité du Groupe dans le secteur des vins et spiritueux à l'étranger a considérablement augmenté en 1989, passant de 1,7 % du chiffre d'affaires consolidé hors droits et taxes à 2,3 %.

Pernod Ricard s'appuie, d'une part sur ses filiales directes à l'étranger avec notamment en 1989 la consolidation d'Irish Distillers, de Canei et d'Orlando Wines, et d'autre part sur la Société pour l'Exportation de Grandes Marques.

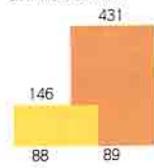
Enfin, le Groupe développe un réseau international d'antennes commerciales dans les régions à fort potentiel de l'Asie et du Pacifique.



CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T. en millions de francs



RESULTAT AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES en millions de francs



Le Groupe assure en partie la commercialisation de ses principaux produits par l'intermédiaire de la SEGM, Société pour l'Exportation de Grandes Marques. La SEGM dispose d'un puissant réseau de filiales implantées dans la plupart des pays européens : en Espagne avec Prac S.A. et AVSA, en Allemagne avec IGM Deutschland, aux Pays-Bas avec Cooymans, en Suisse avec Perisem, en Italie avec Ramazzotti mais aussi en Amérique du Sud avec sa filiale argentine Cusenier SAIC.

C'est ainsi que les principales marques du Groupe sont commercialisées dans plus de 140 pays sur les cinq continents.

Pernod Ricard s'est également assuré le contrôle direct de certaines sociétés implantées à l'étranger : Campbell Distillers en Grande-

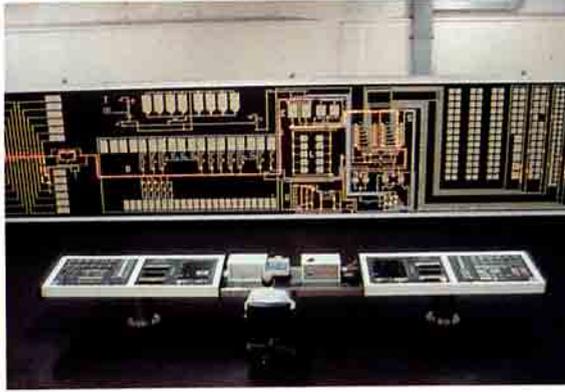
la distillerie est située au cœur du Kentucky.

En 1985, en prenant des participations de 30% dans Heublein do Brasil et Heublein Japan, plusieurs marques du Groupe ont pu faire une percée sur ces nouveaux marchés, notamment le bourbon Wild Turkey au Japon.

Plus récemment en 1988, Pernod Ricard a fermé la boucle sur le marché des whiskies, en prenant le contrôle du producteur de whiskey irlandais Irish Distillers, avec ses distilleries implantées en République d'Irlande comme en Irlande du Nord.

En Italie, l'acquisition de Canei SpA est venue renforcer la présence du Groupe qui contrôle désormais deux sociétés de spiritueux avec :

- Ramazzotti possédant une forte structure commerciale pour la distribution des produits de la SEGM, et une marque réputée : l'Amaro Ramazzotti ;
- Canei SpA fondée en 1831 à Canelli, près d'Asti et qui développe avec succès un nouveau



Bretagne née du rapprochement de JR Parkington et de House of Campbell, qui possède 3 distilleries en Ecosse où sont élaborés des whiskies de très grande qualité et qui assure la distribution au Royaume-Uni des marques du Groupe.

De même, l'acquisition d'Austin Nichols en 1980 a permis au Groupe d'être présent sur le marché du bourbon avec Wild Turkey dont

concept de vin de fantaisie pétillant et faiblement alcoolisé.

En Australie, le Groupe est venu affirmer sa présence par la prise de contrôle d'Orlando Wines n° 2 des vins australiens.

Enfin, Pernod Ricard soutient son développement par l'implantation d'antennes commerciales à Singapour, Tokyo et Sydney. En Chine, avec la prise de participation dans une

société mixte "Beijing Friendship Winery". Le Groupe développe une production de vins chinois élaborés à partir de cépages français.

L'ANNÉE 1989

L'événement marquant de l'exercice a été, moins d'un an après l'entrée dans le Groupe Orlando Wines, n° 2 australien du vin, le lancement de l'OPA sur Wyndham Estate Wines Ltd, la plus ancienne entreprise vinicole du pays, implantée dans l'Hunter Valley.

Ces deux nouvelles filiales disposent d'un réseau complémentaire sur l'ensemble du pays, pour distribuer les grandes marques du Groupe.

Les synergies inter-filiales jouent un rôle de plus en plus important dans le domaine des vins et spiritueux à l'étranger, offrant dans chaque pays une palette de produits des plus complètes par rapport aux concurrents.

Wild Turkey a réalisé une belle performance

prunelles sauvages et d'anis, a confirmé la progression enregistrée en 1988, devenant un véritable succès national.

Pour les vins à l'exportation, la Société des Vins de France continue sa progression à l'étranger avec son département spécialisé "Crus et Domaines de France".

PERSPECTIVES 1990

Anticipant dès sa création en 1975 sur ce qui allait devenir l'Europe aujourd'hui désignée par le Marché Unique, Pernod Ricard a patiemment constitué le plus puissant réseau de production et de distribution de vins et spiritueux de la Communauté Européenne.

En 1990, le Groupe poursuivra son développement en faisant jouer les synergies commerciales et industrielles en faveur de ses marques propres et de celles qu'il exploite.

Par-delà l'Europe, l'avenir du Groupe se situe maintenant dans la compétition mondiale



aux Etats-Unis où le marché ne cesse pourtant de décliner, augmentant ses ventes sur le marché national de près de 6%. Il a par ailleurs entrepris une percée prometteuse en Grèce, en Hollande, en R.F.A. et au Japon.

Clan Campbell pour sa part a enregistré une hausse importante, supérieure à 30%.

Sur le marché espagnol, Zoco, une liqueur de pacharan résultant d'un assemblage de

et se jouera sur ses capacités à réussir aux Etats-Unis, en Asie et en Australie notamment.

L'OPA sur Wyndham, totalement réussie début 1990, permettra sa fusion, au plan technique, avec Orlando Wines, tout en amplifiant la puissance commerciale de la nouvelle entité.

La richesse de la gamme des produits du Groupe est un atout capital pour sa réussite internationale.

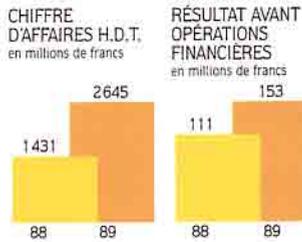


L'activité sans alcool à l'étranger a réalisé un bond spectaculaire en 1989, explicable en partie par la prise en compte de l'activité "cash and carry" de BWG, filiale d'Irish Distillers.

La part du sans alcool à l'étranger qui ne représentait que 12% du chiffre d'affaires consolidé en 1988 compte désormais pour 19%, presque à égalité avec ce même secteur en France.

SIAS-MPA, Orangina International et Yoo-Hoo, boisson chocolatée américaine, sont les principaux opérateurs à l'étranger pour les produits et boissons sans alcool.





C'est en 1982 que le Groupe a affirmé son ambition de développement dans un secteur sans alcool à l'étranger, en prenant le contrôle de SIAS MPA, déjà leader mondial des préparations de fruits pour l'industrie alimentaire.

Cette société qui dispose de filiales en France, en RFA, aux Etats-Unis et au Mexique, réalise 75% de son chiffre d'affaires à l'international et possède 12 unités de production, dont 5 aux Etats-Unis.

En 1988, le renfort d'Ingredient Systems Division, une entreprise américaine spécialisée dans le même secteur, lui a encore permis d'accroître ses moyens de production et de recherche.

En 1985, le Groupe créait Orangina International, filiale à 100% d'Austin Nichols, afin de

loppement sur les marchés étrangers, en Europe, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en Asie.

En 1989, une bouteille d'Orangina sur trois a été consommée hors de France.

En Amérique du Nord, des structures commerciales ont été mises en place à New York, Washington D.C., Boston, en Nouvelle Angleterre, à Philadelphie, San Francisco, mais aussi à Montréal. Quatre unités principales assurent la production sur le territoire nord-américain.

L'Europe est l'autre grand axe de développement d'Orangina, avec pour priorité de couvrir les marchés de la Grande-Bretagne, la Suède, la Belgique, la Suisse et l'Italie.

Orangina est enfin présent sur des marchés beaucoup plus éloignés : en Arabie Saoudite, grand consommateur de soft-drinks, dans le Sud-Est asiatique par le biais d'une structure commerciale basée à Singapour ; depuis 1987, une unité d'embouteillage fonctionne en Malai-



lancer la marque hors de l'hexagone. Déjà la Compagnie Française des Produits Orangina avait implanté la petite bouteille ronde, notamment dans les Départements et Territoires français d'Outre-Mer et en Afrique francophone, Maroc, Tunisie, Côte-d'Ivoire, Cameroun, Gabon, etc.

L'objectif fixé à la nouvelle structure Orangina International est d'accélérer ce déve-

sie, et Orangina est présent à Hong Kong depuis juin 88.

Dans tous ces pays, Orangina s'est associé avec des partenaires dans le cadre d'une politique de franchise de la marque.

Par ailleurs, le Groupe dispose par l'intermédiaire d'Irish Distillers, d'une belle gamme de wines coolers, avec notamment West Coast Cooler qui, lancé en 1984, est très actif sur son

marché intérieur, l'Irlande, mais aussi à l'exportation en Australie, Nouvelle-Zélande, etc.

La filiale irlandaise apporte aussi un nouveau domaine d'intervention tout à fait spécifique, à travers son activité de "cash and carry". 28 centres de vente en gros et 5 entrepôts de distribution sont gérés par B.W.G. (filiale d'Irish Distillers), et approvisionnent principalement les magasins Spar et Mace en République d'Irlande.

Enfin, rappelons que Pernod Ricard contrôle le premier producteur italien de matières aromatiques destinées à l'industrie alimentaire, la Société San Giorgio, qui travaille désormais en étroite collaboration avec le Centre de Recherche du Groupe, lequel est implanté à Créteil, près de Paris.

L'ANNÉE 1989

L'année 1989 a vu se confirmer le succès d'Orangina à l'étranger, en hausse de plus de

sur ce même marché, progressant en volume de 4%.

Deux autres filiales ont été très actives à l'international en 1989: SIAS-MPA et Sopagly ont vu leur activité hors de France progresser d'environ 20%.

SIAS-MPA dispose de trois nouvelles unités de production :

- A Corby en Grande-Bretagne, avec la création de sa filiale SIAS Foods UK.
- En Australie, avec la prise de contrôle de la société Mangrove Mountain.
- Aux îles Fidji, par l'acquisition de South Pacific Foods (S.P.F.).

PERSPECTIVES 1990

Aux Etats-Unis, les synergies entre Yoo-Hoo et Orangina vont se développer encore.

La petite bouteille ronde, lancée en Irlande fin 1989, va renforcer sa présence en Europe du Nord. Elle devrait en outre confirmer son



20% par rapport à l'année précédente. En Europe la progression a atteint 25%. De même en Arabie Saoudite, les ventes ont doublé, tandis qu'Orangina a été lancé dans plusieurs pays d'Asie.

En revanche, sur le marché américain la marque n'a pas connu une telle progression, du fait d'un été très pluvieux.

Yoo-Hoo s'est au contraire bien comporté

succès sur le marché belge et s'implanter progressivement en Italie, en RFA, renforcer ses positions en Afrique et développer de nouveaux débouchés en Indonésie.

En ce qui concerne SIAS-MPA, les efforts consacrés à l'innovation devraient permettre à cette société de se développer encore, d'autant qu'elle projette de s'implanter sur de nouveaux marchés.



En 1989, plusieurs sociétés ont rejoint le Groupe et sont consolidées dans le bilan social. C'est le cas de :

- Orlando Wines en Australie
- Mangrove Mountain, filiale de la SIAS, également en Australie
- SIAS Foods UK, société créée en Grande-Bretagne qui devient filiale de la SIAS - MPA
- Les Établissements Anée qui rejoignent les Cidreries et Sopagly Réunion, ensemble né de la fusion de la Sopagly et de CDR.

Dans la consolidation rentrent aussi Irish Distillers et Canei SpA arrivées dans le Groupe fin 1988 et non comptabilisées dans le bilan social précédent.

La SPBG a quitté le Groupe et n'est plus intégrée à ce bilan.

Ainsi au 31 décembre 1989, les effectifs s'élèvent à 10 839 personnes dont 6 886 en France et 3 953 à l'étranger.

Il faudrait enfin rajouter les effectifs des sociétés Igloo (MBO), F.I.R. (Ricard) et G.O., Euro Equipement, La Duchesse, Sacca S.N.C. (Pernod), soit 33 personnes non prises en compte dans ce bilan. L'effectif total du Groupe devrait donc s'élever à 10 862 personnes.

ACTION SOCIALE

Les actions engagées ces dernières années se sont poursuivies en 1989 tant en France que dans les filiales étrangères du Groupe.

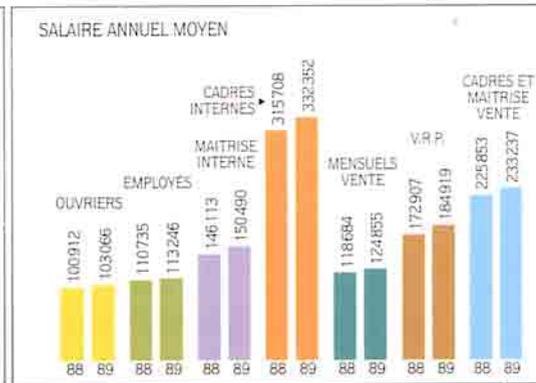
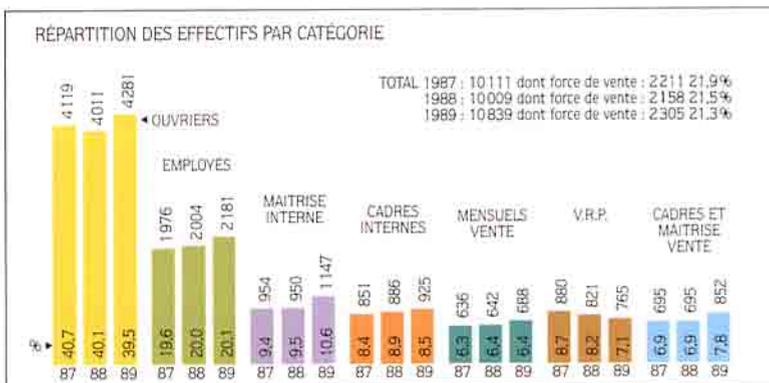
Les principales actions sociales ont porté sur :

- l'amélioration d'un certain nombre de régimes de prévoyance (remboursement maladie, assurance décès, rente éducation) notamment chez Cusenier et Pernod Ricard ;
- le développement de la politique d'intéressement du personnel, c'est-à-dire le renouvellement des accords d'intéressement déjà existant et la mise en place de tels accords dans d'autres entreprises comme CFPO - MBO ou SVF ;
- l'harmonisation des statuts sociaux et des systèmes de retraite au sein des sociétés nées du regroupement de plusieurs entreprises (CSR par exemple) ;
- le lancement d'études sur la gestion prévi-

INFORMATION

Compte tenu du développement du Groupe, notamment à l'étranger, un effort a été entrepris en matière d'information du personnel et de communication interne. On peut en effet signaler :

- la diffusion d'une revue de presse quotidienne et de communiqués sur les événements majeurs auprès de l'encadrement de toutes les filiales,
- l'amélioration constante des divers magazines d'entreprise, diffusés à l'intérieur de chaque société et également échangés entre filiales,
- la création d'une lettre d'information des cadres intitulée "Holding",
- l'adoption de rédactions bilingues, français/anglais, pour toutes les publications émanant de la société holding,
- le développement de campagnes thématiques de communication interne.



sionnelle du personnel dans le cadre du Plan à 5 ans en vue de mieux évaluer les besoins, tant au plan quantitatif que qualitatif.

Dans le cadre du plan d'option d'achat d'actions de la société institué en 1989 par le Groupe Pernod Ricard, le nombre d'actions achetées en 1989 a été de 53470.

LE BILAN SOCIAL CONSOLIDÉ

Le périmètre de consolidation de ce bilan est identique à celui du bilan financier.

Cependant, pour les éléments de rémunération, seules les filiales françaises sont consolidées.

Signalons que les statistiques de 1987 et 1988 ci-dessus correspondent au Groupe tel

qu'il était à ce moment-là (c'est-à-dire avec la SPBG et sans les nouvelles sociétés précitées).

LES EFFECTIFS

En 1989, ils sont en hausse de 830 personnes, soit 8,3% de plus. Ce phénomène s'explique par le fait que les arrivées d'Irish Distillers, de Canei SpA, d'Orlando Wines, de Mangrove Mountain, de Foods UK et d'Anée dépassent largement la perte d'effectifs due au départ de la SPBG.

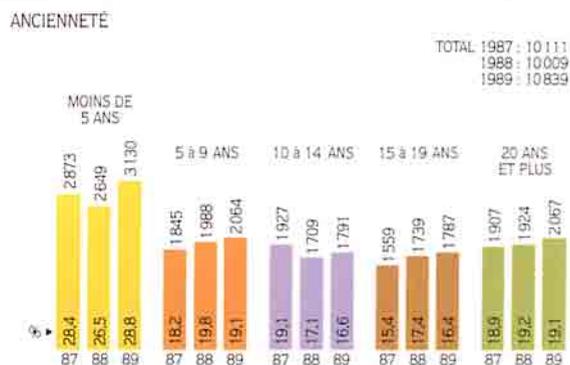
Certaines filiales ont dû aussi faire face à des réductions d'effectifs et des fermetures de sites avec mise en place de plans sociaux et utilisation de F.N.E. (Fonds National de l'Emploi).

L'ÂGE ET L'ANCIENNETÉ

On constate un âge moyen du Groupe de 39 ans et 1 mois légèrement inférieur à celui de l'an dernier. En revanche l'ancienneté moyenne passe à 11 ans et 5 mois.

AGE MOYEN ET ANCIENNETÉ MOYENNE PAR CATÉGORIE

CATÉGORIE	AGE MOYEN	ANCIENNETÉ MOYENNE
OUVRIERS	1987	39 ans 7 mois
	1988	39 ans 11 mois
	1989	38 ans 9 mois
EMPLOYÉS	1987	37 ans
	1988	36 ans 5 mois
	1989	37 ans 9 mois
MAITRISE INTERNE	1987	41 ans 7 mois
	1988	41 ans 6 mois
	1989	40 ans 9 mois
CADRES INTERNES	1987	44 ans 1 mois
	1988	42 ans 10 mois
	1989	43 ans
MENSUELS VENTE	1987	33 ans 3 mois
	1988	32 ans
	1989	31 ans 8 mois
V.R.P.	1987	40 ans 9 mois
	1988	40 ans 3 mois
	1989	40 ans 10 mois
CADRES ET MAITRISE VENTE	1987	42 ans 4 mois
	1988	42 ans 7 mois
	1989	42 ans 1 mois
TOTAL	1987	39 ans 6 mois
	1988	39 ans 4 mois
	1989	39 ans 1 mois



LA RÉMUNÉRATION

Les chiffres indiqués ne concernent que les sociétés françaises. Il serait en effet incohérent d'additionner les rémunérations de pays différents : les effets liés à la fiscalité, aux écarts de niveaux de vie et aux variations des parités étant de nature à fausser toute analyse.

Par ailleurs, les chiffres de 1989 ne peuvent être comparés à ceux de 1987 ou 1988 puis-

qu'ils ne portent pas sur les mêmes effectifs.

Il faut également préciser qu'ils ne comportent pas les sommes versées au titre de la participation (ordonnance de 1967) et de l'intéressement (ordonnance de 1986).

LA FORMATION

Les dépenses de formation s'élèvent à 27,65 millions de francs. Elles ont bénéficié à

3217 personnes, c'est-à-dire à près d'un collaborateur sur trois.

Le pourcentage de la masse salariale consacré à la formation est stable par rapport à 1988 (1.93 %).

FORMATION

	1987		1988		1989	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Nombre d'heures % du temps travail	75 952	0,41	103 863	0,54	109 832	0,53
Nombre de bénéficiaires % de l'effectif total	2 395	23,69	2 802	28,0	3 217	29,7
Nombre d'heures par bénéficiaire	31 h 43		36 h 20		34 h 10	
Dépenses % de la masse salariale	20 775 410	1,48	26 340 025	1,95	27 557 860	1,93

On peut signaler à titre d'exemple :

- les actions de formation à la langue française organisées par les filiales étrangères du Groupe,
- la formation au métier des préparations aux fruits proposée à l'ensemble du personnel de SIAS France,

Ricard. Chez Austin Nichols, l'amélioration des conditions de travail s'est traduite par l'installation du siège dans de nouveaux locaux.

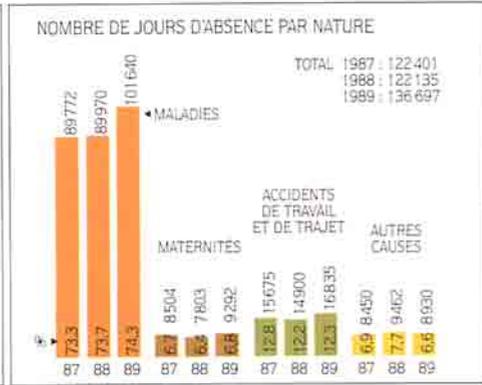
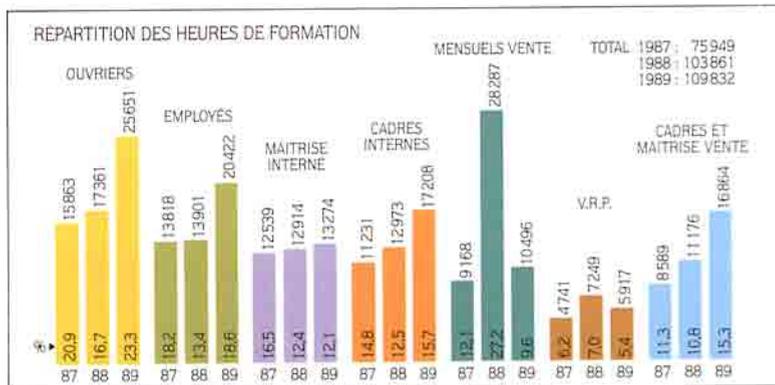
Les efforts déjà entamés en faveur de la diminution du bruit dans les lieux les plus exposés se poursuivent ; de même continuent les investissements concernant l'automatisation industrielle.

ACCIDENTS DU TRAVAIL ET DE TRAJET

	1987	1988	1989
TAUX DE FRÉQUENCE - Nombre d'accidents Million d'heures de travail	40,98	36,04	34,89
Nombre d'accidents avec arrêt	757	707	725
TALIX DE GRAVITÉ Nombre de jours d'arrêt Mille heures de travail	0,84	0,80	0,81
Nombre de jours d'arrêt	15 974	14 787	10 035

L'ABSENTÉISME

Cette année, même si le nombre de jours d'absence s'élève du fait de l'augmentation de



- la formation au management des performances et aux entretiens d'évaluation chez Ricard.

LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Différentes sociétés du Groupe ont procédé à des travaux importants permettant d'améliorer la sécurité, l'hygiène et la qualité. C'est le cas notamment de Cusenier, CSR, SIAS France et

l'effectif total, le taux d'absentéisme est en légère baisse.

Le taux de fréquence des accidents du travail et de trajet diminue avec un taux de gravité qui reste à 0,8 comme l'année précédente.

RAPPORT ANNUEL



Assemblée Générale Ordinaire
du 17 mai 1990

Exercice 1989

SOMMAIRE

Rapport de Gestion	34
Comptes consolidés	39
Rapport des Commissaires aux Comptes	52
Comptes sociaux	53
Rapports des Commissaires aux Comptes	65
Résolutions	67

Président Honoraire
Monsieur Paul Ricard

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président du Conseil
Monsieur Patrick Ricard

Administrateurs
Monsieur Jean-Claude Beton
Monsieur Bernard Cambournac
Monsieur Claude Foussier
Monsieur François Gérard
Madame Françoise Hémar
Monsieur Thierry Jacquillat
Monsieur François Laporte Bisquit
Madame Danièle Ricard
Monsieur Arthur Veil Picard

Société Paul Ricard
Représentant permanent :
Madame Béatrice Baudinet

DIRECTION GÉNÉRALE

Président-Directeur Général
Monsieur Patrick Ricard

Directeur Général
Monsieur Thierry Jacquillat

COMMISSAIRES AUX COMPTES

Monsieur Jean Delquié
Société d'Expertise Comptable
A. et L. Genot
Cabinet Robert Mazars
Commissaires suppléants
Société d'Etudes Economiques
et d'Expertise Comptable
Monsieur José Marette

Conformément à la loi et à nos statuts, nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire pour vous rendre compte de l'activité de votre Société et de ses filiales au cours de l'exercice 1989 et pour soumettre à votre approbation les comptes arrêtés au 31 décembre 1989.

Au cours de l'année 1989, Pernod Ricard a poursuivi avec vigueur sa politique de croissance externe. Ainsi, début 1989, le Groupe Pernod Ricard rachetait le solde des actions Irish Distillers, la société Cidreries et Sopagly Réunies (C.S.R.) procédait à l'acquisition des Etablissements Anée, renforçant ainsi sa place de leader sur le marché du cidre et du calvados, et SIAS-MPA prenait le contrôle de la société australienne Mangrove Mountain, lui donnant ainsi accès au marché australien. Quelques mois plus tard, Pernod Ricard reprenait Oriando Wines, 2^e producteur et négociant de vin en Australie, dans le but de s'implanter solidement sur le marché australien des vins et spiritueux.

La cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses (SPBG), concessionnaire de Coca-Cola sur la plus grande partie du territoire français, pour une contrepartie financière globale supérieure à un milliard de francs, a permis de mettre fin au litige qui nous opposait au propriétaire de la marque dans un sens favorable à l'intérêt des actionnaires de Pernod Ricard.

La croissance interne de nos marques a elle aussi été très satisfaisante. On en retrouve également les effets sur la part du Groupe dans le résultat net qui s'établit à 1 451 millions de francs, en progression de 94,8%, ce résultat incluant bien sûr la plus-value sur la cession des actions SPBG, mais excluant la mise en équivalence de Suez. Hors plus-values sur la cession de SPBG et mise en équivalence de Suez incluse, la part du Groupe dans le résultat net aurait progressé de 16,9%.

GROUPE PERNOD RICARD

RÉSULTATS COMMERCIAUX EN FRANCE

Sur un marché des spiritueux en légère progression, les marques commercialisées par le Groupe Pernod Ricard ont réalisé des performances satisfaisantes comme le montre la poursuite de la croissance des expéditions de Ricard et Pastis 51. Sur le segment des amers qui s'est redressé en 1989, les volumes de Suze sont restés stables.

La consommation des whiskies a progressé en 1989 de près de 5%. Sur ce marché, le Groupe Pernod Ricard a continué à afficher des performances remarquables avec une augmentation des volumes de près de 18%. Cette évolution s'explique d'une part, par le très bon comportement du scotch whisky Clan Campbell, du single malt Aberlour et du bourbon Wild Turkey et, d'autre part, par la reprise de la distribution des whiskies irlandais Jameson, Bushmills, Tullamore Dew et John Power par les sociétés françaises du Groupe.

Nos ventes d'apéritifs à base de vin et de vins doux naturels ont décliné en 1989, suivant ainsi la tendance générale de la consommation de ce type de produit.

Notons enfin la réussite du lancement par Cusenier de Blancs de Fruits, une déclinaison aromatisée de Café de Paris.

Sur le marché des vins dont la baisse a été enrayée en 1989, la Société des Vins de France a récolté les fruits de son redéploiement vers les vins de qualité. C'est ainsi que la gamme "Classiques" de vins AOC a progressé de près de 50% et que l'activité vins fins de Crus et Domaines de France a continué à se développer. Signalons, par ailleurs, la progression de La Villageoise et la quasi-stabilité de Vieux Papes.

Le marché des boissons sans alcool a bénéficié en 1989 de conditions climatiques extrêmement favorables, ce qui a permis d'accélérer le développement des marques du Groupe Pernod Ricard.

Orangina a ainsi vu ses ventes augmenter de 15% en 1989, grâce en particulier au succès d'Orangina Light qui s'est confirmé après son lancement en 1988. La reprise de Brut de Pomme par la Métropolitaine de Boissons Orangina s'est traduite par une augmentation des volumes de 23%. L'année 1989 aura aussi été excellente pour Pacific, Banga et Pampryl.

Enfin, les volumes de préparations aux fruits commercialisées par la SIAS-MPA ont continué à croître en 1989.

RÉSULTATS COMMERCIAUX A L'ÉTRANGER

Sur le secteur des spiritueux, le fait significatif de l'année 1989 est le très bon comportement des whiskies commercialisés par le Groupe et, en particulier, du bourbon Wild Turkey en Europe et en Extrême-Orient, des whiskies irlandais Jameson et Bushmills aux Etats-Unis et en Europe. L'harmonisation progressive des droits de consommation entre la France, l'Italie et l'Espagne a continué de freiner les achats de Ricard et Pastis 51 réalisés aux frontières en réduisant l'avantage de prix pour le consommateur.

Les produits et boissons sans alcool du Groupe Pernod Ricard se sont comportés de manière très satisfaisante en 1989, avec une évolution significative d'Orangina en Europe, et notamment en Angleterre et en Belgique, ainsi qu'en Arabie Saoudite. Malgré des conditions climatiques extrêmement défavorables sur la côte Est des Etats-Unis, qui ont pesé sur la consommation des boissons sans alcool, Orangina a mieux résisté que l'ensemble du marché. SIAS-MPA a, par ailleurs, poursuivi son développement au Royaume-Uni, où cette société a inauguré en 1989 sa première implantation industrielle, et aux Etats-Unis.

RÉSULTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

En 1989, le périmètre de consolidation du Groupe a été sensiblement modifié. En effet, Irish Distillers, dans laquelle Pernod Ricard a porté sa participation de 65% à 100% en début d'exercice, les sociétés Canei, Anée et Mangrove Mountain ont été consolidées depuis le 1^{er} janvier 1989. Orlando Wines a été consolidée depuis le 15 mai 1989, date de son acquisition par Pernod Ricard.

A l'inverse, plusieurs sociétés ont été déconsolidées. L'importance de la quote-part de Suez dans le résultat consolidé du Groupe, la dilution progressive de notre participation, compte tenu des augmentations de capital de Suez, nous ont amené à décider de ne pas mettre en équivalence notre participation dans la Compagnie Financière de Suez ; seuls les dividendes reçus sont désormais pris en compte. Par ailleurs, SPBG, cédée en août 1989 à Coca-Cola Distribution, n'a été consolidée que sur le premier semestre. Enfin, la situation exceptionnelle de l'Argentine nous a fait décider de déconsolider notre filiale Cusenier Argentine ; en contrepartie, les titres de participation ont été intégralement dépréciés.

Le chiffre d'affaires hors taxes consolidé s'est établi à 16,7 milliards de francs, en progression de 24%, et le chiffre d'affaires hors droits et taxes à 14,3 milliards de francs, en progression de 22,3%. Cette évolution s'explique tant par la croissance interne que par les variations du périmètre de consolidation exposées ci-dessus.

La marge brute a progressé de 17,5% pour atteindre 7,9 milliards de francs. La baisse du taux de marge brute pro-

vient de la consolidation de la filiale de distribution d'Irish Distillers, activité de "Cash and Carry" où les marges sont traditionnellement faibles.

L'augmentation de 20,7% des services extérieurs, poste qui inclut l'ensemble des travaux assurés par des tiers, et de 12,3% des frais de personnel est essentiellement expliquée par l'impact des nouvelles sociétés consolidées. A périmètre de consolidation identique, les services extérieurs auraient globalement suivi l'évolution du chiffre d'affaires hors droits et taxes, tandis que les frais de personnel seraient restés quasiment stables.

Le résultat avant opérations financières s'élève à 1,9 milliard de francs, en progression de 27%. Sa répartition, dont le détail figure en annexe aux comptes consolidés, met en évidence les éléments suivants : hausse de près de 8% du secteur vins et spiritueux en France, consécutive aux bonnes performances commerciales de nos sociétés ; très forte augmentation du secteur vins et spiritueux à l'étranger qui reflète l'entrée de Irish Distillers dans le Groupe ; accroissement de près de 4% de la contribution des boissons et produits sans alcool en France, l'impact de l'évolution extrêmement dynamique des volumes étant en partie compensé par la déconsolidation des activités de distribution de Coca-Cola au deuxième semestre de l'exercice ; résultat avant opérations financières du secteur sans alcool export et étranger, qui inclut l'activité "cash and carry" d'Irish Distillers, en progression de 38%, en raison de l'apport de nouvelles sociétés et de l'évolution des volumes de Yoo-Hoo et d'Orangina.

Les frais et produits financiers nets, qui passent de 178 millions de francs à 496 millions de francs, reflètent le financement des dernières acquisitions, et en particulier Irish Distillers et Orlando Wines. Les frais financiers, qui seraient restés stables à périmètre de consolidation identique, malgré la hausse des taux d'intérêt constatée en 1989, ont représenté en 1989 3% du chiffre d'affaires hors taxes et sont donc restés dans des limites raisonnables, notamment si l'on garde en mémoire qu'il n'a jamais été fait appel aux actionnaires pour financer la croissance externe du Groupe.

En conséquence de ce qui précède, le résultat courant a progressé de 7,2% pour atteindre 1 444 millions de francs. Rappelons que le résultat courant subit l'impact du coût du financement d'Irish Distillers qui est largement atténué au niveau du résultat net par le différentiel de taux d'imposition entre l'Irlande et la France.

Les éléments exceptionnels ont représenté un profit de 608 millions de francs en 1989 contre une charge nette de 145 millions de francs en 1988. La plus-value avant impôts réalisée sur la cession de SPBG, d'environ 800 millions de francs, est l'élément essentiel de l'exercice 1989, compensé partiellement par la provision pour participation légale au bénéfice

dont l'augmentation est la conséquence de la progression des résultats de nos sociétés françaises, par les honoraires liés aux diverses acquisitions, par une provision pour dépréciation des actions Cusenier Argentine et par une provision pour dépréciation des actions détenues par Pernod Ricard dans le cadre du plan d'option d'achat mis en place en 1989.

Le résultat net consolidé, avant amortissement des survaleurs, s'est établi à 1 512 millions de francs, en progression de 90,4%. Hors impôts liés à la plus-value réalisée sur la cession de SPBG, le taux d'imposition aurait baissé de 39,7% en 1988 à 35,4% en 1989, en raison de la fiscalité moins lourde pour certaines filiales étrangères du Groupe, et notamment Irish Distillers, et de la réduction de 42% à 39% de l'imposition des bénéfices non distribués en France. L'évolution du résultat des sociétés mises en équivalence résulte de la déconsolidation de la Compagnie Financière de Suez, compensée par une augmentation sensible du résultat de Heublein do Brazil dans laquelle notre filiale Austin Nichols a une participation de 30%.

Après amortissement des survaleurs, en progression par suite des dernières acquisitions du Groupe, le résultat net consolidé s'établit à 1 476 millions de francs, en progression de 90,2% et la part du Groupe à 1 451 millions de francs, en hausse de 94,8%. Hors plus-value sur la cession de SPBG et si la Compagnie Financière de Suez avait été consolidée par mise en équivalence en 1989, la part du Groupe dans le résultat net aurait augmenté de 16,9%.

RELATIONS HUMAINES

Au 31 décembre 1989, les effectifs du Groupe Pernod Ricard étaient de 10 839 personnes, dont 3 953 travaillaient à l'étranger.

L'effort a porté en 1989 sur l'amélioration de certains régimes de prévoyance et la poursuite du développement de la politique d'intéressement du personnel.

Conformément à l'autorisation qui lui avait été donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1988, le Conseil d'Administration de Pernod Ricard a institué au profit des dirigeants des sociétés du Groupe, un plan d'achat d'actions de la société. Ce plan a porté sur 53 470 actions consenties en option le 15 décembre 1989, au profit de 28 bénéficiaires au prix de 1 165,24 francs l'une. Au cours de l'année 1989, 6 323 et 17 342 actions ont été respectivement acquises dans le cadre des plans d'option d'achat d'actions institués en 1986 et 1988.

PERSPECTIVES D'AVENIR

Les principales tendances observées en 1989 devraient se poursuivre au cours de l'exercice 1990.

En France, le dynamisme des whiskies commercialisés par le Groupe devrait continuer tandis que les positions du Groupe sur le marché des spiritueux anisés devraient être maintenues, sinon améliorées. Dans un contexte difficile en raison de la hausse importante du prix du vin, la politique de recentrage de l'activité de la Société des Vins de France sera poursuivie, rendant cette société de moins en moins dépendante de l'évolution de la consommation de vin de table.

Après une année 1989 exceptionnelle sur le plan climatique, les boissons et produits sans alcool commercialisés par le Groupe devraient augmenter, à un rythme cependant moindre que l'année précédente.

A l'étranger, la forte croissance du bourbon Wild Turkey, des whiskies Aberlour et Clan Campbell, des whiskeys Jameson et Bushmills, devrait se confirmer en 1990, tandis que les achats de spiritueux anisés effectués aux frontières pourraient encore se réduire.

L'évolution du secteur sans alcool restera marquée par la poursuite de l'implantation internationale d'Orangina et du développement de SIAS-MPA sur les marchés étrangers.

Ces perspectives permettent d'envisager une croissance satisfaisante du résultat net du Groupe en 1990.

PERNOD RICARD SOCIÉTÉ

Pernod Ricard, Société-Mère du Groupe, a pour rôle essentiel d'assurer les missions d'intérêt général et de coordination dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication. Son activité commerciale est limitée à la vente de concentré de Brut de Pomme aux sociétés concessionnaires.

Les produits d'exploitation, qui incluent en particulier les ventes de concentré et les redevances perçues au titre des marques appartenant à Pernod Ricard, se sont élevés à 305,3 millions de francs en 1989. L'augmentation de ce poste provient, d'une part de l'augmentation des loyers perçus par Pernod Ricard, de l'étalement des frais d'émission d'un emprunt obligataire sur la durée de celui-ci, et de la répercussion aux sociétés concessionnaires des frais de production du concentré Brut de Pomme autrefois directement facturés par les sociétés productrices.

Les charges d'exploitation s'établissent à 241,6 millions de francs, contre 179,7 millions de francs. Cette évolution provient d'une part de la prise en charge des frais de production du concentré Brut de Pomme et des frais d'émission d'un emprunt obligataire dont il est fait état au paragraphe précédent, et d'autre part du loyer de crédit-bail sur l'immeuble abritant le siège social de votre société.

Le résultat financier s'établit à 392,8 millions de francs, en progression de 5,2%. La forte augmentation des dividendes perçus est compensée par l'accroissement des frais financiers consécutifs aux acquisitions de Irish Distillers, Orlando Wines et Caneï.

Le résultat exceptionnel, d'un montant de 970,4 millions de francs, inclut la plus-value de cession des actions SPBG, pour 866,5 millions de francs, et la plus-value de cession de l'immeuble du Boulevard Haussmann, pour 116,3 millions de francs. En effet, le siège social a fait l'objet en 1989, d'un contrat de cession-bail, ce qui a permis d'améliorer les conditions de financement de Pernod Ricard. A l'inverse, une provision pour dépréciation des actions acquises dans le cadre du plan d'option d'achat d'actions mis en place en 1989 a été constituée pour un montant de 15 millions de francs, pour ajuster la valeur nette comptable des actions sur le prix d'exercice de ces options.

Après effet de l'impôt sur les sociétés, le bénéfice net de l'exercice s'établit à 1 350 millions de francs.

Les immobilisations financières ont augmenté de 2,1 milliards de francs pour s'établir à 7 milliards de francs. Cette évolution résulte essentiellement de la souscription à l'augmentation de capital de Pernod Ricard Australia pour aider cette sous-holding australienne à financer l'acquisition d'Orlando Wines, et la hausse du prêt consenti à Comrie pour lui permettre de financer le solde des actions Irish Distillers.

Pernod Ricard a par ailleurs utilisé l'autorisation que vous lui avez conférée le 10 mai 1988, pour émettre un emprunt obligataire à cinq ans, hors de France, d'un montant de 500 millions de francs au taux nominal de 8,75%.

Enfin, dans le cadre de la couverture du risque de taux, Pernod Ricard a souscrit des options lui permettant de se prémunir contre une hausse du marché monétaire au-delà de 9,5%, et ce sur un montant de un milliard de francs.

AFFECTATION DES RÉSULTATS

Les comptes de l'exercice 1989 sont annexés au présent rapport, nous les soumettons à votre approbation.

Nous vous proposons de fixer à F 26,50 par action nouvelle le montant du dividende. Compte tenu de l'attribution gratuite d'une action nouvelle pour cinq anciennes, ceci correspond à une augmentation du dividende unitaire de 20%.

L'affectation des résultats qui vous est soumise est la suivante :

Résultat de l'exercice	F 1 350 543 611,80
Report à nouveau	F 85 899 963,48
Montant distribuable	F 1 436 443 575,28
• aux actionnaires à titre de premier dividende, une somme égale à 6% du capital social soit :	F 56 386 660,80
• à la réserve spéciale des plus-values à long terme	F 790 203 325,00
• aux actionnaires, à titre de dividende complémentaire la somme de	F 254 914 695,70
• le solde disponible, soit étant reporté à nouveau	F 334 938 893,78
Montant réparti	F 1 436 443 575,28

Au moment de leur mise en paiement, les dividendes prévus pour les actions détenues par Pernod Ricard dans le cadre des plans d'option d'achats institués en faveur de certains Cadres supérieurs et mandataires sociaux, seront déduits du dividende global, et affectés au compte "report à nouveau".

Si vous approuvez ce projet d'affectation, le dividende global rapporté à une action sera de F 39,75

• Dividende distribué	F 26,50
• Impôt déjà payé au Trésor	F 13,25

Nous vous demandons de fixer au 25 mai 1990 la date de mise en paiement, sous déduction de l'acompte de F 13,50 versé en début d'exercice 1990.

Conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code Général des impôts, nous vous rappelons que pour les trois exercices précédents, le montant du revenu global s'est établi comme suit :

Exercices	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1986	10 304 351	F 20,00	F 10,00	F 30,00
1987	9 789 351	F 23,00	F 11,50	F 34,50
1988	9 789 351	F 26,50	F 13,25	F 39,75

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Nous vous demandons de bien vouloir donner quitus de sa gestion pour l'exercice 1989 à votre Conseil d'Administration.

De plus, le mandat de Madame Françoise Hémard et Monsieur François Laporte-Bisquit arrivant à échéance avec la

présente Assemblée, nous vous proposons leur réélection pour une durée de six années.

Le Conseil d'Administration du 7 février 1990 a décidé l'attribution gratuite d'une action gratuite pour cinq anciennes, portant ainsi le capital social de votre société à F 939 777 680 divisé en 11 747 221 actions de F 80 nominal. Les actions nouvelles, portant jouissance à compter du 1^{er} janvier 1989, ont eu droit à l'acompte sur dividende de F 13,50 par action.

En mai 1989, vous aviez autorisé le Conseil d'Administration, qui n'a pas utilisé cette faculté, à acheter les actions de votre Société en vue de la régularisation de leur cours. Nous vous proposons de renouveler cette autorisation, étant entendu que le prix maximal d'achat serait de F 1 500, et le prix minimal de vente de ces actions de F 1 500, et ce, pour une période de 18 mois à compter de la présente assemblée.

Enfin, nous vous informons que d'une part, la Société Paul Ricard détient plus de 10% et, d'autre part la Caisse des Dépôts et Consignations et la Société SIFA plus de 5%, du capital de votre Société. Les actions de Pernod Ricard détenues par ses filiales et sous-filiales représentaient 2,1 % du capital de votre Société au 31 décembre 1989.

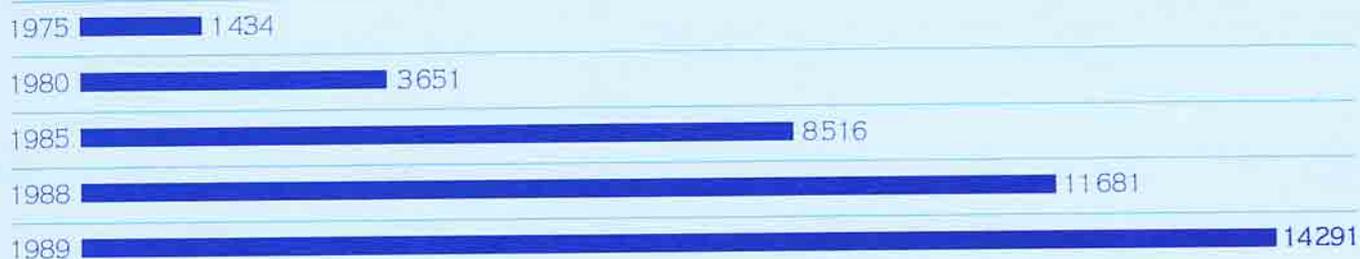
Nous vous demandons de bien vouloir adopter les projets de résolutions qui vont être soumis à votre approbation.

Le Conseil d'Administration

COMPTES CONSOLIDÉS

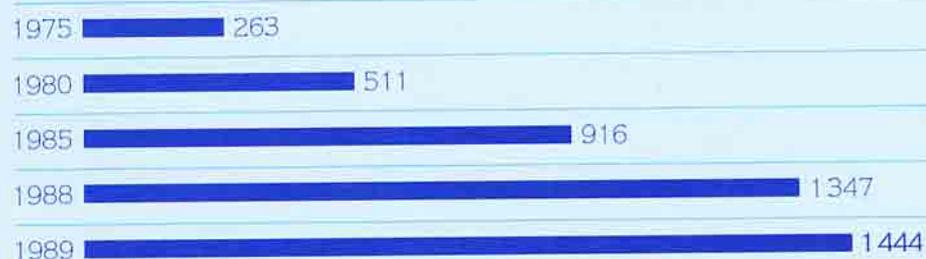
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ H.D.T.

(en millions de francs)



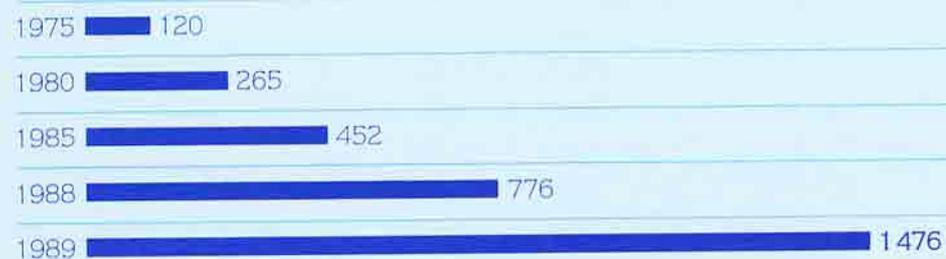
RÉSULTAT COURANT CONSOLIDÉ

(en millions de francs)



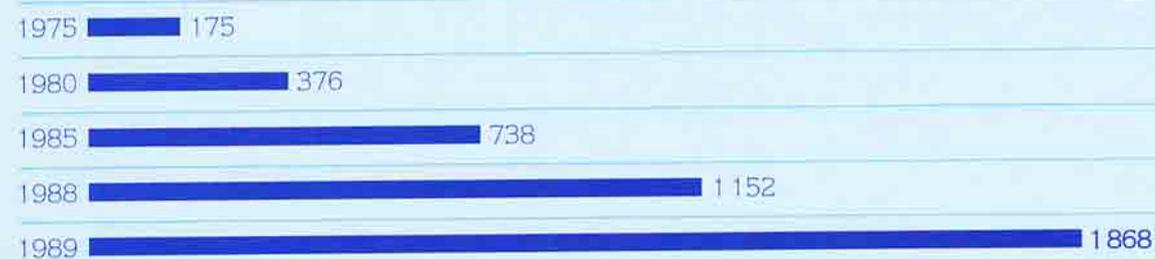
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ

(en millions de francs)



MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT CONSOLIDÉE

(en millions de francs)



COMPTES DE RÉSULTAT CONSOLIDÉS

(en millions de francs)

	1989	1988	Variation en %
Chiffre d'affaires hors taxes	16 701	13 469	24,0
Droits et taxes	(2 410)	(1 788)	
Chiffre d'affaires hors droits et taxes	14 291	11 681	22,3
Achats consommés	(6 373)	(4 942)	
Marge brute	7 918	6 739	17,5
Services extérieurs	(3 033)	(2 513)	
Valeur ajoutée	4 885	4 226	15,6
Impôts et taxes	(235)	(234)	
Frais de personnel	(2 397)	(2 134)	
Excédent brut d'exploitation	2 253	1 858	21,3
Autres produits de gestion courante	191	142	
Autres charges de gestion courante	(131)	(118)	
Amortissements	(373)	(357)	
Résultat avant opérations financières	1 940	1 525	27,2
Frais financiers nets	(496)	(178)	
Résultat courant	1 444	1 347	7,2
Provision pour participation des salariés	(97)	(86)	
Plus et moins-values de cessions d'actifs	836	44	
Autres charges et produits exceptionnels	(131)	(103)	
Résultat avant impôt et amortissements de survaleurs	2 052	1 202	70,7
Impôt sur les bénéfices	(567)	(477)	
Résultat des sociétés mises en équivalence	27	69	
Résultat net avant amortissements de survaleurs	1 512	794	90,4
Amortissements de survaleurs	(36)	(18)	
Résultat net	1 476	776	90,2
Droits des tiers dans le résultat	25	31	
Droits du groupe dans le résultat	1 451	745	94,8
Marge brute d'autofinancement	1 868	1 152	62,2

BILAN CONSOLIDÉ

(en millions de francs)

ACTIF	1989		1988	
	Valeur brute	Amortissements et provisions	Valeur nette	Valeur nette
Actif immobilisé	10 322	2 766	7 556	6 409
Immobilisations incorporelles	2 450	321	2 129	1 453
Immobilisations corporelles	4 794	2 314	2 480	2 440
Survaleur	1 140	79	1 061	716
Immobilisations financières	1 938	52	1 886	1 800
Actif circulant	8 469	212	8 257	7 809
Stocks	3 829	47	3 782	3 442
Créances d'exploitation diverses	4 136	133	4 003	3 871
Valeurs mobilières de placement	243	32	211	169
Disponibilités	261	-	261	327
Compte de régularisation Actif	157	-	157	128
Ecart de conversion Actif	4	-	4	2
TOTAL ACTIF	18 952	2 978	15 974	14 348

	1999	1988
PASSIF		
Capitaux propres du Groupe	5 529	4 686
Dont droits du Groupe dans le résultat	1 451	745
Droits des tiers dans les capitaux propres	210	572
Dont droits des tiers dans le résultat	25	31
Provisions pour risques et charges	248	226
Impôt différé Passif	31	2
Dettes	9 934	8 847
Dettes financières	6 359	4 922
Emballages consignés	208	294
Dettes d'exploitation	3 153	3 209
Dettes diverses	214	422
Compte de régularisation Passif	17	12
Ecart de conversion Passif	5	3
TOTAL PASSIF	15 974	14 348

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES DU GROUPE

(en millions de francs)

	Capitaux propres du Groupe
Au 1^{er} janvier 1988	3 835
Dividendes payés aux actionnaires	(241)
Réduction de capital	(349)
Changement de périmètre de consolidation	14
Mouvement des provisions réglementées	(2)
Mouvement des subventions d'investissements	2
Variation des réserves consolidées	525
Variation de la différence de conversion	157
Résultat net consolidé 1988 - part du Groupe	745
Au 31 décembre 1988	4 686
Dividendes payés aux actionnaires	(288)
Changement de périmètre de consolidation	(170)
Mouvement des provisions réglementées	(2)
Mouvement des subventions d'investissements	-
Variation des réserves dans les filiales	75
Variation de la différence de conversion	(223)
Résultat net consolidé 1989 - part du Groupe	1 451
Au 31 décembre 1989	5 529

Au cours de l'exercice 1988, dans le cadre de la prise de participation croisée avec la Société Générale, la plus-value après impôts réalisée par Santa Lina sur la cession de 50,1 % du capital de SIFA a été inscrite directement dans les capitaux propres du Groupe. En effet, les actions Pernod Ricard détenues par SIFA étaient, auparavant, éliminées du bilan consolidé par imputation sur la situation nette ; cette opération a donc été assimilée à une augmentation des capitaux propres.

TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDÉ

(en millions de francs)

	Fonds de roulement	Besoin en fonds de roulement	Trésorerie
Situation au 1^{er} janvier 1989	1569	3893	(2324)
EXPLOITATION			
Excédent brut d'exploitation	2077		2077
Variation du besoin en fonds de roulement d'exploitation		664	(664)
Autres charges et produits de gestion courante	68		68
Ressources d'exploitation			1481
Autres charges et produits exceptionnels	(56)		(56)
Ressources internes			1425
RÉPARTITION			
Frais et produits financiers nets	(329)		(329)
Impôt sur les bénéfices	(471)		(471)
Participation des salariés	(97)		(97)
Dividendes	(289)		(289)
Variation des créances et dettes de répartition		(90)	90
INVESTISSEMENTS			
Investissements Industriels nets	(423)		(423)
Investissements financiers nets	(106)		(106)
Variation des créances et des dettes sur Immobilisations		43	(43)
Total des emplois			(1668)
Excédent (besoin) de financement			(243)
FINANCEMENTS			
Variation de l'écart de conversion	(93)		(93)
Variation du droit des tiers	4		4
Variation des dettes financières à long terme	441		441
Variation des autres dettes à long terme	66		66
Augmentation des fonds propres	164		164
Financement stable			582
Variation de trésorerie			339
Situation au 31 décembre 1989 à périmètre identique	2525	4510	(1985)
Effet du changement de périmètre	(1139)	182	(1321)
Situation au 31 décembre 1989	1386	4692	(3306)

1) PRINCIPES ET MÉTHODES COMPTABLES

1.1 PRINCIPES DE CONSOLIDATION

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis conformément aux dispositions de la Loi n° 85-11 du 3 janvier 1985 et du décret d'application n° 86-221 du 17 février 1986.

Les états financiers consolidés regroupent, par intégration globale, les filiales d'importance significative dans lesquelles le Groupe Pernod Ricard contrôle, directement ou indirectement, plus de 50 % du capital.

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont mises en équivalence.

Toutes les transactions d'importance significative entre les sociétés intégrées ainsi que les résultats internes au Groupe sont éliminés.

La liste des sociétés consolidées figure à la note 12.

1.2 CONVERSION DES ÉTATS FINANCIERS ÉTABLIS EN DEVICES ÉTRANGÈRES

La conversion des comptes établis en devises étrangères est effectuée selon les principes suivants :

- les comptes de bilan sont convertis en utilisant les cours officiels de change à la fin de l'exercice.
- les comptes de résultat sont convertis en utilisant pour chaque devise le cours moyen de l'exercice.
- l'écart de conversion résultant, d'une part de l'impact de la variation du taux de change entre le 31 décembre 1988 et le 31 décembre 1989 sur les capitaux propres d'ouverture et, d'autre part de l'utilisation de taux différents pour le compte de résultat et le bilan, est inclus dans les réserves consolidées.

1.3 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût d'entrée. Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

En application de la loi du 3 janvier 1985, les fonds de commerce dégagés à l'occasion de fusions antérieures à l'exercice 1987, ont été amortis en 1987 par imputation de leur valeur nette sur les capitaux propres.

1.4 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition ou, s'il y a lieu, à une valeur réévaluée en application des dispositions légales.

L'amortissement est calculé selon le mode linéaire ou, le cas échéant dégressif, appliqué à la durée d'utilisation estimée.

Les durées moyennes d'amortissement retenues pour les principaux types d'immobilisations sont les suivantes :

Constructions : 15 à 50 ans

Installations, matériel et outillage : 5 à 15 ans

Autres immobilisations : 3 à 5 ans

Les biens immobiliers d'un montant significatif qui sont acquis au moyen d'un contrat de crédit-bail sont capitalisés et amortis selon la durée de vie économique du bien.

Les immeubles ayant fait l'objet de cession-bail font l'objet d'un retraitement similaire. La plus-value dégagée lors de ces opérations est éliminée des résultats de l'exercice.

Les emballages consignés sont évalués au prix de revient. Sur la base des statistiques de chaque entreprise, un retraitement est effectué pour, d'une part, ajuster la valeur d'actif des emballages en fonction des pertes découlant de la casse, d'autre part, comptabiliser le profit éventuel résultant de la freinte en clientèle. Lors de tout changement des taux de consignation, la dette correspondant aux emballages en clientèle est évaluée aux nouveaux taux et la perte éventuelle constatée en résultat.

L'obsolescence est prise en compte par voie d'amortissement.

1.5 IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les titres de participation non consolidés sont évalués à leur coût d'acquisition. S'il y a lieu, une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute.

1.6 ÉCARTS D'ACQUISITION

Depuis le 1^{er} janvier 1986, les écarts d'acquisition sont affectés aux actifs et en particulier aux marques s'il y a lieu.

L'écart résiduel (survaleur) est amorti selon le mode linéaire sur une durée n'excédant pas 40 ans et appropriée à la nature de l'acquisition effectuée.

1.7 STOCKS

Les stocks sont évalués au prix de revient ou au prix de marché, si ce dernier est inférieur.

La majeure partie des stocks est évaluée selon la méthode des coûts moyens pondérés.

Le prix de revient des stocks à cycle long est calculé, de façon uniforme, en incluant les coûts de distillation et de vieillissement hors frais financiers ; ces stocks sont classés en actif circulant selon les usages de la profession, bien qu'une part substantielle de ceux-ci ne soit destinée à la vente qu'après un délai de stockage supérieur à 1 an.

1.8 EMPRUNTS EN LIVRES IRLANDAISES

Les effets de la variation du cours de change sur les remboursements à l'échéance des emprunts en livres irlandaises, contractés pour l'acquisition du groupe Irish Distillers, ont été éliminés dans les résultats consolidés pour être imputés sur la différence de conversion, ces emprunts étant la contrepartie d'actifs en livres irlandaises.

1.9 PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Le poste enregistré l'ensemble des provisions pour risques et charges comptabilisées par les sociétés du Groupe, et en particulier la provision pour indemnités de mise à la retraite hors charges sociales.

Les sociétés étrangères du Groupe provisionnent dans leurs comptes les engagements de retraite en fonction des dispositions nationales en vigueur. Les sociétés françaises du Groupe enregistrent dans leurs comptes les indemnités de mise à la retraite acquises à la clôture de l'exercice.

1.10 IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Depuis le 1^{er} janvier 1977, le groupe Pernod Ricard bénéficiait du régime de l'intégration fiscale pour les sociétés françaises détenues à plus de 95%. A compter du 1^{er} janvier 1988, le Groupe a opté pour le nouveau régime fiscal des groupes ; la charge fiscale consolidée a été établie en conséquence.

Les écarts temporaires entre résultat fiscal et résultat comptable donnent lieu à la comptabilisation des impôts différés actifs ou passifs qui en résultent ; il s'agit principalement des provisions et amortissements exceptionnels à caractère fiscal, qui seront réintégrés ultérieurement au bénéfice fiscal, et des provisions non déductibles l'année de leur comptabilisation. Le poste Impôt Différé Passif enregistre la charge latente nette d'impôt tant à long terme qu'à court terme.

2) PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

En 1989, le périmètre de consolidation s'est agrandi comme suit :

- Groupe Irish Distillers, dont le bilan et le compte de résultat ont été consolidés sur tout l'exercice ; au 31.12.1988, seul le bilan avait été consolidé, l'acquisition ayant eu lieu en fin d'année ;
- Canei, société italienne ;
- SIAS Australia (nouvelle raison sociale de la société Mangrove Mountain) ;
- South Pacific Foods, située aux Iles Fidji ;

- SIAS United Kingdom, société créée par SIAS-MPA ;
- Anée, société française fusionnée avec les Cidreries et Sopagly Réunion au cours de l'exercice ;
- Pernod Ricard Australia, société de droit australien ayant acquis les titres Orlando Wines mi-mai 1989 ; le compte de résultat a donc été consolidé sur 7,5 mois.

D'autre part, à la suite de la cession par le Groupe des sociétés concessionnaires du produit Coca Cola, les sociétés SPBC, SRBC, SVBC et GLV ont été consolidées jusqu'au 30 juin 1989.

Par ailleurs il a été décidé de ne plus consolider la société Cusenier Saic (Argentine).

Enfin la participation détenue dans le capital de la Compagnie Financière de Suez n'est plus mise en équivalence à compter de l'exercice 1989.

3) IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles qui figurent à l'actif du bilan en fin d'exercice sont principalement constituées de marques. La valeur des marques acquises est déterminée en fonction du secteur d'activité de la société et de l'importance de leur diffusion internationale.

L'augmentation significative provient de la valorisation des marques des sociétés acquises au cours de l'exercice : Irish Distillers (complément), Orlando Wines, Canei.

4) IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	1989		1988	
(en millions de francs)	Valeur brute	Amortissements et provisions	Valeur nette	Valeur nette
Terrains	269	(11)	258	229
Constructions	1 653	(585)	1 068	1 106
Installations techniques, matériel et outillage	1 938	(1 222)	716	698
Autres immob. corp.	840	(496)	344	337
Immob. corp. en cours	88	—	88	66
Avances et acomptes	6	—	6	4
Total	4 794	(2 314)	2 480	2 440

La variation de l'exercice est principalement due au changement de périmètre.

5) IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

(en millions de francs)	1989		1988	
	Valeur brute	Provisions	Valeur nette	Valeur nette
Titres mis en équivalence	172	—	172	914
Autres titres de participation	1 667	(34)	1 633	787
Prêts et créances	83	(18)	65	83
Autres immobilisations financières	16	—	16	16
Total	1 938	(52)	1 886	1 800

Les titres mis en équivalence représentent les sociétés suivantes : Heublein do Brazil, Heublein Japan, SIAS Port, Edward Dillon et Malting Company of Ireland.

Les autres titres de participation comprennent les titres Société Générale (2,42% du capital), les titres Compagnie Financière de Suez (2,15% du capital) ainsi que ceux de sociétés immobilières.

6) STOCKS ET EN-COURS (montant nets)

La répartition de stocks et en-cours à la clôture des exercices 1989 et 1988 est la suivante :

(en millions de francs)	1989	1988
Matières premières	825	739
En-cours de biens et services	1 837	1 645
Stocks de marchandises	260	262
Produits finis	860	796
Total	3 782	3 442

L'augmentation des en-cours correspond à la consolidation des stocks de vins australiens en cours de vieillissement.

7) PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

(en millions de francs)	1989	1988
Provisions pour indemnités de mise à la retraite	101	103
Provisions pour risques divers	147	123
Total	248	226

8) IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

(en millions de francs)	1989	1988
Impôts courants	(602)	(505)
Impôts différés	35	28
Total	(567)	(477)

Hors plus-value SPBG, le taux d'impôt réel aurait été de 35,4%.

Les impôts différés au bilan se décomposent de la façon suivante :

(en millions de francs)	1989	1988
Impôt différé actif (1)	187	144
Impôt différé passif (2)	(218)	(146)
Impôt différé net au bilan	(31)	(2)

(1) Correspond essentiellement à des provisions non déductibles l'année de leur comptabilisation.

(2) Correspond essentiellement à des provisions et amortissements qui seront réintégrés ultérieurement au bénéfice fiscal.

9) DETTES FINANCIÈRES

La répartition des dettes financières par date d'exigibilité est la suivante :

(en millions de francs)	1989	1988
Court terme (moins de 1 an)	3 778	2 822
Moyen terme (de 1 à 5 ans)	1 207	856
Long terme (plus de 5 ans)	1 373	1 244
Total	6 358	4 922

10) ENGAGEMENTS FINANCIERS

(en millions de francs)	1989	1988
Engagements donnés		
Crédit-bail	39	30
Cautions données aux banques	1090	1165
Engagements d'achat aux fournisseurs	340	234

La caution donnée à la Société Générale par Comrie Plc afin de garantir les obligations (loans notes) émises pour financer en partie l'acquisition du Groupe Irish Distillers a été réduite de 1096 à 1 027 millions de francs entre 1988 et 1989.

11) EFFECTIFS MOYENS

Les effectifs moyens de l'exercice 1989 s'élèvent à 10 744 personnes, hors SPBG et ses filiales et y compris le groupe Irish Distillers et Orlando Wines.

12) LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

I.G. : Intégration globale
M.E.E. : Mise en équivalence

Sociétés	Siège	% de consolidation	Méthode de consolidation	Numéro Siren
Pernod Ricard	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	Société Mère		582041943
Ricard	4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	100	I.G.	303656375
• Galibert et Varon	7, quai de l'Orangerie, 16200 Jarnac	100	I.G.	457208437
Pernod	120, avenue du Maréchal Foch, 94015 Créteil	100	I.G.	302208301
• GMC	90, avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris	100	I.G.	562017905
• Distillerie Laurent	11, rue de Grammont, 70300 Luxeuil	95,0	I.G.	675750368
• SPA	Route de Cazaubon, 32800 Eauze	99,9	I.G.	395820087
• Euro-Équipement	120, avenue du Maréchal Foch, 94015 Créteil	100	I.G.	302208319
SEGM	2, rue de Solférino, 75007 Paris	100	I.G.	302453592
• Prac SA (Espagne)	Avenida Diagonal Planta 14, Barcelone 36	100	I.G.	
• A.V. SA (Espagne)	Poligono Industrial de Landaben, 31012 Pamplona	100	I.G.	
• Perisem (Suisse)	44, route de St-Julien, 1227 Carouge - Genève	100	I.G.	
• Ramazzotti (Italie)	9, via San Pietro All, Orto, 20121 Milan	100	I.G.	
• IGM Deutschland (R.F.A.)	Poststrasse n8, 5400 Coblenze	100	I.G.	
• Koninklijke Coymans BV (Pays-Bas)	'S-Hertogenbosch	100	I.G.	
Cusenier	5, rue Dosne, 75116 Paris	100	I.G.	308198670
Austin Nichols (U.S.A.)	156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017	100	I.G.	
• Orangina International (U.S.A.)	156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017	100	I.G.	
• Boulevard Distillers (U.S.A.)	156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017	70,0	I.G.	
• Yoo Hoo Industries (U.S.A.)	156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017	100	I.G.	
• Heublein do Brazil (Brésil)	655, rue Araporé, São Paulo	30,0	M.E.E.	
• Heublein Japan	Roppongi Bldg 3 F, 4-11-4 Roppongi Minceto-Ku, Tokyo 106	30,0	M.E.E.	
JFA Pampryl	12, rue François Mignotte, 21700 Nuits-Saint-Georges	99,9	I.G.	035680016
SPBG (jusqu'au 30 juin 1989)	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	99,8	I.G.	582027827
• SRBG (jusqu'au 30 juin 1989)	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	51,0	I.G.	765201082
• SVBG (jusqu'au 30 juin 1989)	3, boulevard de l'Hôpital, 03200 Vichy	100	I.G.	975520883
• GLV (jusqu'au 30 juin 1989)	3, boulevard de l'Hôpital, 03200 Vichy	100	I.G.	975520891
CSR	102, avenue Henri Barbusse, 92700 Colombes	99,0	I.G.	552024275
Campbell Distillers (Grande-Bretagne)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	I.G.	
• White Heather Distillers (G.B.)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	I.G.	
• Aberlour Glenlivet Distillery (G.B.)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	I.G.	
• Campbell Whisky Holding (G.B.)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	I.G.	
Besserat de Bellefon	Allée du Vignoble, BP 301, 51061 Reims	98,1	I.G.	335780128
Santa Lina	Rue du Soleil levant, 20000 Ajaccio	100	I.G.	045920105
SIAS-MPA	5, rue Dosne, 75116 Paris	100	I.G.	436380521
• SIAS France	17, avenue du 8 Mai 1945, 77290 Mitry-Mory	100	I.G.	341826006
• Ramsey Laboratories (U.S.A.)	2742 Grand Avenue, Cleveland, Ohio 44104 3191	100	I.G.	
• DSF (R.F.A.)	Lilienthalstrasse 1, 7750 Konstanz	60,0	I.G.	
• Agrota (R.F.A.)	Lilienthalstrasse 1, 7750 Konstanz	60,0	I.G.	
• SIAS Port (Mexique)	Labastida 912B 59650 Zamora, Michoacan	49,0	M.E.E.	
• SIAS Australia	CNR, George Downs Drive & Wisermans Ferry road, Central Mangrove, NS W 2250, Australia	100	I.G.	
• South Pacific Foods	Old Queens Road, Sigatoka, Fidji.	100	I.G.	
• SIAS UK	Oakley Hay Lodge, Great Fold Road, Corby NN 189 AS	100	I.G.	
• FFF (U.S.A.)	Build, 203, Park Highway, 17, North Bartow, Florida 33830	100	I.G.	
Compagnie Française des Produits Orangina	1, La Canebière, 13001 Marseille	100	I.G.	061801254
• Métropolitaine des Boissons Orangina	7, Première Avenue, 13127 Vitrolles	95,0	I.G.	056807076
Société des Vins de France	25/29 route Principale du Port, 92231 Gennevilliers	89,8	I.G.	651621013
• Crus et Domaines de France, SVF et Cie	124, quai des Chartrons, 33000 Bordeaux	89,8	I.G.	457205987
• Bartissol Cruse Diffusion	25/29, route principale du Port, 92231 Gennevilliers	89,8	I.G.	572207173
• Bedhet Lafon	25/29, route principale du Port, 92231 Gennevilliers	89,8	I.G.	552044059
• Compagnons Gourmets	7/9, avenue de la Redoute, 92390 Villeneuve-La-Garenne	89,8	I.G.	562015248
San Giorgio Flavors	Via Fossata 114, 10147 Turin	99,9	I.G.	
Comrie Plc (Irlande)	61 Fitzwilliam Square, Dublin 2 (siège statutaire)	100	I.G.	
Distillerie de Haute-Provence	ZA des Bas Chalus, 04300 Forcalquier	100	I.G.	705850204
Irish Distillers Group (Irlande)	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	I.G.	
• Irish Distillers Ltd	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	I.G.	
• BWG Limited	Greehills Road, Walkinstown, Dublin 12	100	I.G.	
Pernod Ricard Australia (à partir du 15 mai 1989)	Grosvenor Place 225 George Street, Sydney, NS W 2000 Australia	100	I.G.	
• Orlando Wines (à partir du 15 mai 1989)	P.O. Box 2248 Adelaide, 100 South Australia 5001	100	I.G.	
• G. Gramp & Sons (à partir du 15 mai 1989)	P.O. Box 2248 Adelaide, 100 South Australia 5001	100	I.G.	

13) INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

Volumes commercialisés (en millions de bouteilles)	400
Effectifs	5205

31 centres de production en France

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod, Alizé,
- Suze,
- Ambassadeur, Gold Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano, Byrrh, Américano 505, Vabé, Bartissol,
- Whiskies Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Cutty Sark*, House of Lords,
- Whiskeys Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Power,
- Bourbon Wild Turkey,
- Vodkas Stolichnaya* et Karinskaya,
- Calvados Busnel et Lancelot,
- Cognac Bisquit et Armagnac de Montesquiou,
- Portos Cintra, Warre et Feist,
- Rhums Bacardi,* Vana et Naura,
- Liqueurs et eaux-de-vie blanches la Duchesse et Cusenier,
- Gins Gilbey's,* Epsom, Black Jack,
- Carlton,
- Café de Paris, Blancs de fruits,
- Champagnes Besserat de Bellefon, Morlant, de Monerat,
- Batida de Coco, Peach Boy, Baroque, Soho,
- Vieux Papes, La Villageoise, Le Bien Venu, Carré de Vigne, Classiques des Vins de France,

*Concession

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- Ricard et sa filiale : Galibert et Varon
- Pernod et ses filiales : SPA, Distillerie Laurent, GMC, Euro-Équipement,
- Cusenier
- Cidretries et Sopagly Réunis
- Besserat de Bellefon
- Société des Vins de France
- Distillerie de Haute-Provence

Vins et spiritueux France

(en millions de francs)	1989	1988	Variation en %
Chiffre d'affaires H.T.	6 300	6 151	+ 2,4
Droits et taxes	(1 022)	(1 092)	- 6,4
Chiffre d'affaires H.D.T.	5 278	5 059	+ 4,3
Achats consommés	(1 743)	(1 633)	+ 6,7
Marge brute	3 535	3 426	+ 3,2
Frais de personnel	(1 185)	(1 183)	+ 0,2
Autres charges et produits	(1 197)	(1 167)	+ 2,6
Dotations aux amortissements	(152)	(149)	+ 2,0
Résultat avant opérations financières	1 001	927	+ 8,0

VINS ET SPIRITUEUX EXPORT ET ÉTRANGER

Volumes commercialisés (en millions de bouteilles)	276
Effectifs	2508

29 centres de production et d'embouteillage :

- U.S.A. : Lawrenceburg Kentucky,
- Royaume-Uni : Aberlour, Edradour, Kilwinning, Airdrie Glenalachie,
- Irlande : Bushmill's, Waterford, Cork, Midleton, Fox and Geese,
- Australie : Rowland Flat, Griffith, Morris Wine,
- Espagne : Barcelone, Pampelune,
- Suisse : Genève,
- Argentine : Buenos Aires,
- Italie : Milan, Canelli,
- Pays-Bas : 's Hertogenbosch, Almelo, Oud-gasten,

Marques principales :

- Pernod, Ricard, Pastis 51,
- Suze,
- Dubonnet,
- Carlton, Cruse, Canel, Orlando,
- Bisquit,
- Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Wild Turkey,
- Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Paddy, Power,
- King's Ransom, House of Lords, Glenforres,
- Amaro Ramazzotti, Fior di Vite,
- Zoco,
- Advocaat de Korenaer, Surfers,

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

SEGM et ses filiales : Persem (Suisse), Pracsá (Espagne), A.V.S.A. (Espagne), Ramazzotti (Italie), IGM Deutschland (R.F.A.), Cooymans (Pays-Bas).

Austin Nichols et sa filiale : Boulevard Distillers

Campbell Distillers

Irish Distillers

Cusenier

Besserat de Bellefon

Galibert et Varon

SPA

Cidretries et Sopagly Réunies

Société des Vins de France

Distillerie de Haute-Provence

Orlando Wines

Canel

Vins et spiritueux export et étranger

(en millions de francs)	1989	1988	Variation en %
Chiffre d'affaires H.T.	4 611	2 585	+ 78,4
Droits et taxes	(1 297)	(690)	+ 88,0
Chiffre d'affaires H.D.T.	3 314	1 895	+ 74,9
Achats consommés	(1 277)	(852)	+ 49,9
Marge brute	2 037	1 043	+ 95,3
Frais de personnel	(544)	(302)	+ 80,1
Autres charges et produits	(992)	(561)	+ 76,8
Dotations aux amortissements	(70)	(34)	+ 105,9
Résultat avant opérations financières	431	146	x 2,9

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

Volumes commercialisés* 393
(en millions de litres et hors Coca-Cola)

Effectifs 1866

13 centres de production en France

Marques principales :

- Banga,
- Pampryl, Fruildam,
- Coca-Cola**,
- Fanta**,
- Sprite**,
- Finley**,
- Sirops Cusenier,
- Pam Pam,
- Cidres Joyeux Normands, La Cidraie, Cidre-Quart, Doma,
- Raison, Anée,
- Pacific,
- Orangina, Mâtangi, Oscar,
- Brut de Pomme.

* Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

** Concession, jusqu'au 30 juin 1989.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

SPBG et ses filiales : SRBG, SVBG (jusqu'au 30 juin 1989)

JFA Pampryl

SIAS-MPA et sa filiale : SIAS France

Cidreries et Sopagly Réunion

Cusenier

Ricard

CFPO et sa filiale : MBO

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL EXPORT ET ÉTRANGER

Volumes commercialisés* 209
(en millions de litres)

Effectifs 1165

13 centres de production à l'étranger

- Allemagne : Constance,
- Royaume-Uni : Oakley Hay Lodge,
- Australie : Killara
- Arabie Saoudite : Jummum,
- U.S.A. : Santa Maria (Californie),
Cleveland (Ohio),
Winter Haven (Floride),
Fort Worth (Texas),
Carlstadt (New Jersey),
Hialeah (Floride),
Opelousas (Louisiane),
- Mexique : Zamora,
- Italie : Turin.

* Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

SIAS-MPA et ses filiales : DSF et AGROTA (R.F.A.), Ramsey (États-Unis),
SIAS Foods UK (Royaume-Uni), SIAS Australia (Australie), SPF Fidji (Fidji)

JFA-Pampryl

Cidreries et Sopagly Réunion

CFPO et sa filiale : MBO

Orangina International

San Giorgio Flavours

Yoo-Hoo Industries

B.W.G.

Boissons et produits sans alcool France

(en millions de francs)	1989	1988	Variation en %
Chiffre d'affaires H.T.	3 056	3 298	- 7,3
Droits et taxes	(2)	(2)	NS
Chiffre d'affaires H.D.T.	3 054	3 296	- 7,3
Achats consommés	(1 532)	(1 656)	- 7,5
Marge brute	1 522	1 640	- 7,2
Frais de personnel	(405)	(465)	- 12,9
Autres charges et produits	(659)	(702)	- 6,1
Dotation aux amortissements	(103)	(132)	- 22,0
Résultat avant opérations financières	355	341	+ 4,1

Boissons et produits sans alcool export et étranger

(en millions de francs)	1989	1988	Variation en %
Chiffre d'affaires H.T.	2 734	1 435	+ 90,5
Droits et taxes	(89)	(4)	NS
Chiffre d'affaires H.D.T.	2 645	1 431	+ 84,8
Achats consommés	(1 821)	(801)	+ 127,3
Marge brute	824	630	+ 30,8
Frais de personnel	(263)	(184)	+ 42,9
Autres charges et produits	(360)	(293)	+ 22,9
Dotation aux amortissements	(48)	(42)	+ 14,3
Résultat avant opérations financières	153	111	+ 37,8

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Mesdames, Messieurs,

En exécution de notre mission de Commissaires aux Comptes de votre Société, confiée par vos Assemblées Générales des 11 juin 1987 et 13 juin 1986, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la Société Pernod Ricard tels qu'ils sont présentés aux pages 41 à 51.
- la vérification du rapport de gestion,

relatifs à l'exercice couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 1989.

I. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes consolidés sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

II. VÉRIFICATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes consolidés des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Paris, le 10 avril 1990

Les Commissaires aux Comptes :

Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable
A. et L. Genot
Louis Genot
Alain Genot

Cabinet Robert Mazars
Patrick de Cambourg
Frédéric Allilaire

COMPTES SOCIAUX

Pernod Ricard, Société Mère du Groupe, a pour rôle essentiel d'assurer des missions d'intérêt général dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing-développement, de la recherche, des relations humaines, et de la communication. Pernod Ricard exerce en outre, depuis 1984, une activité directement opérationnelle avec Brut de Pomme et le financement de l'effort publicitaire de lancement de ce produit.

Ses ressources sont donc constituées :

- des dividendes reçus des filiales,
- des redevances ou des marges sur cession de concentré perçues au titre des marques qui lui appartiennent,
- des prestations de services.

PREMIÈRE RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, lecture entendue du rapport de gestion et des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice clos le 31 décembre 1989, et après que lui aient été présentés le compte de résultat, le bilan et les annexes afférents à cet exercice, et faisant apparaître un solde bénéficiaire de F 1350 543 611,80, approuve tels qu'ils sont présentés ces comptes, bilan, annexes et toutes les opérations qu'ils traduisent.

DEUXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale approuvant l'affectation des résultats proposée par le Conseil d'Administration constate que le bénéfice distribuable de l'exercice se calcule comme suit :

• résultat bénéficiaire de l'exercice	F 1 350 543 611,80
• report à nouveau créditeur	F 85 899 963,48
Montant distribuable	F 1 436 443 575,28

et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante, constatation faite que la réserve légale atteint le maximum fixé par la loi à :

• dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme	F 790 203 325,00
• somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende, une somme égale à 6% du capital social, soit	F 56 386 660,80
• somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire la somme de	F 254 914 695,70
• le solde étant reporté à nouveau, soit	F 334 938 893,78
Montant affecté	F 1 436 443 575,28

Elle fixe donc à F 26,50 pour chacune des 11 747 221 actions composant le capital social, le dividende de l'exercice, ouvrant droit à un avoir fiscal de F 13,25 par action. Le dividende total de l'exercice s'élève à F 39,75. Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'options d'achat d'actions, seront déduits du dividende global et seront affectés au compte "Report à Nouveau."

L'Assemblée Générale décide que ce dividende, correspondant au coupon n° 66, sera mis en paiement le 25 mai 1990 :

- par chèque barré pour les actions inscrites en compte "Nominatif Pur";
- par crédit en compte auprès des banques, sociétés de bourse et établissements financiers dépositaires des titres pour les actions au "Porteur" ou inscrites en compte "Nominatif Administré";

et ce, pour le montant sus-indiqué de F 26,50 par action, diminué de l'acompte de F 13,50 mis en distribution le 4 janvier 1990 pour les actions anciennes et le 26 février pour les actions nouvelles.

L'Assemblée Générale donne acte au Conseil d'Administration que, conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code Général des Impôts, il lui a été précisé que le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant, ont été les suivants :

Exercices	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1986	10 304 351	F 20,00	F 10,00	F 30,00
1987	9 789 351	F 23,00	F 11,50	F 34,50
1988	9 789 351	F 26,50	F 13,25	F 39,75

TROISIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, statuant sur le rapport spécial présenté par les Commissaires aux Comptes, en application des dispositions légales en la matière, approuve les conventions visées dans ce rapport et intervenues ou dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice 1989.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1989.

CINQUIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Madame Françoise Hémard, en qualité d'Administrateur, pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 1995.

SIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Monsieur François Laporte Bisquit, en qualité d'Administrateur, pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 1995.

SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, en application des dispositions visées aux articles 217-2 et suivants de la loi du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales, après avoir entendu la lecture du rapport de gestion,

- 1) autorise la Société, pour une durée de dix-huit mois à compter du jour de la présente assemblée, à acheter en Bourse 587 000 actions Pernod Ricard, au prix maximum de F 1500, et les vendre en Bourse au prix minimum de F 1500 en vue de régulariser leur cours.

(en francs)

PASSIF	31.12.1989	31.12.1988
Capital	783 148 080	783 148 080
Primes d'émission, de fusion, d'apport	355 304 743	355 304 743
Écarts de réévaluation	50 292 025	50 292 025
Réserves	813 293 931	274 685 254
Réserve légale	82 434 808	82 434 808
Réserves réglementées	730 859 123	192 250 446
Report à nouveau	85 899 963	365 365 019
Résultat de l'exercice	1 350 543 612	515 045 983
Provisions réglementées	25 329 356	43 380 958
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	3 463 811 710	2 387 222 062
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	9 096 447	8 788 201
Dettes financières	3 042 397 220	2 034 522 235
Emprunts obligataires non convertibles	880 000 000	380 000 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	2 073 225 928	1 576 044 334
Emprunts et dettes financières diverses	89 171 292	78 477 901
Dettes d'exploitation	38 755 916	37 992 027
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	16 550 324	16 295 565
Dettes fiscales et sociales	22 205 592	21 696 462
Dettes diverses	1 116 895 777	990 899 650
Dettes fiscales (impôts sur les bénéfices)	50 958 135	73 992 077
Autres	1 065 937 642	916 907 573
TOTAL DES DETTES	4 198 048 913	3 063 413 912
Produits constatés d'avance	—	—
Écart de conversion - passif	54 355	—
TOTAL COMPTES DE RÉGULARISATION	54 355	—
TOTAL GÉNÉRAL	7 671 011 425	5 459 424 175

RAPPORT GÉNÉRAL

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales des 13 juin 1986 et 11 juin 1987, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Société Pernod Ricard, tels qu'ils sont annexés au présent rapport.
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1989.

I - OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons procédé au contrôle des comptes annuels en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires, selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de votre Société à la fin de l'exercice.

II - VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la Loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur

- la sincérité
- et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Nous vous indiquons que les informations relatives à l'identité des détenteurs du capital prévues à l'article 356-3 de la loi du 24 juillet 1966 figurent dans le rapport de gestion.

Fait, à Paris le 10 avril 1990.

Les Commissaires aux Comptes

Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot
Louis Genot
Alain Genot

Cabinet Robert Mazars
Patrick de Cambourg
Frédéric Allilaire

RAPPORT SPÉCIAL

Mesdames, Messieurs,

En application de l'article 103 de la Loi du 24 juillet 1966, nous portons à votre connaissance les conventions visées à l'article 101 de cette Loi et préalablement autorisées par votre Conseil d'Administration.

I - CONVENTIONS CONCLUES AU COURS DE L'EXERCICE

Afin de financer l'acquisition de la société Canei, votre Conseil d'Administration a autorisé dans sa séance du 23 mars 1989 :

- l'avance des fonds nécessaires à la Société pour l'Exportation de Grandes Marques : SEGM (administrateurs communs : M. Patrick Ricard, M. Claude Foussier et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard) pour un montant de F 86 400 000 sans intérêt au cours de l'exercice.

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 décembre 1989, dont le total est de F 7 671 011 425 et au compte de résultat de l'exercice, qui fait apparaître un bénéfice de F 1 350 543 612.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 1989.

Les notes N^{os} 1 à 14, ci-après, présentées en milliers de francs font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 30 mars 1990 par le Conseil d'Administration.

NOTE 1 - RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

A) IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations), à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont fait l'objet d'une réévaluation.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue :

Constructions	50 ans linéaire
Agencements et aménagements des constructions	10 ans linéaire
Matériel et outillage	5 ans dégressif
Matériel roulant	5 ans linéaire
Mobilier, matériel de bureau	10 ans linéaire ou 5 ans dégressif

B) PARTICIPATIONS, AUTRES TITRES IMMOBILISÉS, VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

La valeur brute est constituée par la valeur d'apport ou par le coût d'achat hors frais accessoires. Dans le cadre des dispositions légales certains titres ont été réévalués selon leur valeur au 31 décembre 1976.

Les titres de participation et les autres titres immobilisés sont évalués à leur valeur d'usage. Les titres acquis dans le cadre de plans d'option d'achat d'actions ont été inscrits en valeurs mobilières de placement et évalués au prix d'achat des actions par les bénéficiaires.

C) CRÉANCES

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

D) PROVISIONS RÉGLEMENTÉES

Les provisions réglementées figurant au bilan comprennent la provision pour implantation à l'étranger constituée lors de l'investissement de Pernod Ricard dans Austin Nichols, l'amortissement exceptionnel des titres de participation dans des sociétés d'innovation et la provision spéciale de réévaluation des biens amortissables.

E) OPÉRATIONS EN DEVICES

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contre-valeur à la date de l'opération. Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en "écart de conversion". Les pertes latentes de change font l'objet d'une provision pour risques, pour leur valeur totale.

F) PROVISIONS D'EXPLOITATION

Outre les provisions habituellement constatées au titre des charges à payer, Pernod Ricard constitue chaque année une provision pour faire face au paiement des indemnités de départ à la retraite.

G) IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

En application de l'article 209 sexies du CGI, Pernod Ricard bénéficiait d'un agrément d'intégration fiscale depuis le 1^{er} janvier 1977.

À compter du 1^{er} janvier 1988, la société a opté pour le nouveau régime fiscal des groupes.

Les économies et les pertes transférées par les filiales en application de ce régime :

- sont constatées en impôt sur les sociétés lorsqu'elles sont définitives,
- sont inscrites en créances diverses pour les surcoûts et en provisions pour risques et charges, pour les économies, lorsqu'elles sont provisoires.

En revanche, les gains et les surcoûts d'intégration provenant de la société mère sont constatés dès l'exercice où ils naissent en impôt sur les sociétés.

RÉSULTATS FINANCIERS

AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en francs)	1985	1986	1987	1988	1989
Situation financière en fin d'exercice					
Capital social	659 478 480	824 348 080	824 348 080	783 148 080	783 148 080
Nombre d'actions émises	8 243 481	(1) 10 304 351	10 304 351	(2) 9 789 351	(3) 9 789 351
Nombre d'obligations convertibles en actions	-	-	-	-	-
Résultat global des opérations effectuées					
Chiffre d'affaires hors taxes	17 355 267	21 112 173	20 277 244	21 856 257	54 467 733
Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	238 312 061	318 445 158	443 031 519	457 705 460	1 401 128 896
Impôt sur les bénéfices	(13 381 573)	(54 250 546)	(48 431 663)	12 475 372	(76 386 659)
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	192 687 434	319 294 485	428 224 770	515 045 983	1 350 543 612
Montant des bénéfices distribués	164 869 620	206 087 020	230 305 073	259 417 802	311 301 356
Résultat des opérations réduit à une seule action					
Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	27,29	30,90	38,29	48,03	135,32
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	23,37	30,99	41,56	52,61	137,96
Dividende versé à chaque action	20,00	20,00	23,00	26,50	26,50
Personnel					
Nombre de salariés	44	44	42	44	43
Montant de la masse salariale	16 512 602	18 122 048	17 022 629	20 235 523	21 573 060
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	6 100 617	7 135 763	5 542 108	7 540 628	8 511 149

(1) Attribution d'une action gratuite pour quatre.

(2) Rachat par la société de 515 000 titres.

(3) Avant attribution d'une action gratuite pour cinq le 26 février 1990.

NOTE 3 - ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

	au 1.1.89	Augmentations	Diminutions	au 31.12.89
Immobilisations incorporelles	339	111	—	450
Immobilisations corporelles	19 104	1 384	6 101	14 387
Total	19 443	1 495	6 101	14 837

NOTE 4 - ÉTAT DES PROVISIONS

	Montant au 1.1.89	Augmentations	Diminutions	Montant au 31.12.89
Provisions réglementées				
Amortissements dérogatoires	5 704	119	351	5 472
Provision pour implantation à l'étranger	35 485	—	17 743	17 742
Provision spéciale de réévaluation	2 192	—	77	2 115
Total 1	43 381	119	18 171	25 329
Provisions pour risques et charges				
Provisions pour pertes de change	—	102	—	102
Provisions pour impôts	6 613	—	818	5 795
Autres provisions	2 175	1 024	—	3 199
Total 2	8 788	1 126	818	9 096
Provisions pour dépréciation				
Sur immobilisations incorporelles	6 000	—	—	6 000
Sur immobilisations financières	100 111	—	22 311	77 800
Autres	20 551	15 026	3 991	31 586
Total 3	126 662	15 026	26 302	115 386
TOTAL GÉNÉRAL	178 831	16 271	45 291	149 811

PROVISION POUR IMPLANTATION À L'ÉTRANGER

La provision pour implantation à l'étranger, constituée lors de l'acquisition de la société Austin Nichols en 1980 par Pernod Ricard, est rapportée aux résultats par cinquième depuis l'exercice 1986.

PROVISIONS POUR IMPÔTS

Le poste provisions pour impôts représente les impôts différés en application du régime fiscal des fusions ou de l'intégration fiscale.

Les taux d'imposition retenus sont ceux en vigueur pour l'exercice 1989.

PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION

• Immobilisations financières

La provision sur les titres de participation JFA Pampryl a été reprise pour partie en raison de la poursuite de l'amélioration de la situation de cette société.

• Autres

Les titres acquis dans le cadre du plan d'option d'achat mis en place en 1989 ont été évalués par référence à la valeur d'achat des titres par les bénéficiaires.

Les titres levés dans le cadre des plans d'option d'achat antérieurs ont fait l'objet d'une reprise de provision.

NOTE 8 - PRODUITS À RECEVOIR

Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
Créances rattachées à des participations	12 268
Créances clients et comptes rattachés	71 292
Autres créances	8 249
Disponibilités	845
Total	92 654

CHARGES À PAYER

Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	56 503
Dettes financières diverses	2 014
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	8 625
Dettes fiscales et sociales	7 936
Autres dettes	22 036
Total	97 114

NOTE 9 - COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 31.12.1989, le capital social se compose de 9 789 351 actions de valeur nominale F 80 soit F 783 148 080.

NOTE 10 - VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

	Total	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	1 426 930	456 458	970 472
Impôt avant intégration	(75 372)	62 208	(137 580)
Gain net d'intégration fiscale	14 847	N/A	N/A
Supplément d'impôt sur distribution	(15 862)	N/A	N/A
Résultat après impôt	1 350 543		

NOTE 11 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

ENGAGEMENTS DONNÉS	Montant
Cautions concernant les filiales	1 035 558
Autres	16
Total	1 035 574
CONTRAT DE CESSION-BAIL	
Valeur de cession de biens	140 000
Durée du contrat	15 ans
Redevances cumulées payées au 31.12.1989	19 867
Redevances restant dues	186 307
• dont à moins d'1 an	31 860
• de 1 an à 5 ans	82 494
• à plus de 5 ans	71 953
Valeur de rachat en fin de contrat	nulle
Amortissements économiques en 1989	768

NOTE 12 - ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS

Nature des différences temporaires	Montant d'impôt
Accroissements	
Provisions réglementées :	
• Implantation à l'étranger	6 919
Provisions pour impôts :	
• Plus-value de fusion 1976	2 640
Charges à répartir sur plusieurs exercices :	
• Frais d'émission d'emprunt	1 692
Accroissement de la dette future d'impôts	11 251

Allègements

Provisions non déductibles l'année de comptabilisation :	
• Organlc	135
• Indemnités de départ à la retraite	828
Allègement de la dette future d'impôts	963

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 1989, soit 39%.

NOTE 13 - EFFECTIF MOYEN 1989

	Personnel salarié	Personnel mis à disposition de l'entreprise
Cadres	23	–
Agents de maîtrise et techniciens	4	–
Employés	16	3
Total	43	3

Conception, rédaction :
Direction de la Communication Pernod Ricard

S.D.E.
Conseil en Information
64, rue de la Rochefoucault - 75009 Paris - Tél. : 42.85.71.11

Illustrations :
Service photographique Pernod Ricard

