

Pernod Ricard 1992



# 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

R.C.S. : Paris B 582 041 943 (58 B 4194)



MESSAGE DU PRÉSIDENT



L'ANNÉE EN REVUE



LE GROUPE PERNOD RICARD



L'ACTIVITÉ PAR SECTEUR



LES GRANDS MARCHÉS DU GROUPE



ANNÉE SOCIALE 1992



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

*Couverture : Œuvre originale  
de Jean-Pierre Pophillat*

L'art de Pophillat, tout d'équilibre et de clarté, se situe dans la grande tradition de l'art français.

Un charme singulier, auquel contribue son talent de coloriste, naît de ses paysages et de ses natures mortes, d'une composition très sûre.

Jean-Pierre Pophillat s'est vu décerner plusieurs prix, dont celui de la Casa Velasquez, et a exposé dans de nombreuses galeries françaises et étrangères. Ses œuvres figurent dans d'importantes collections privées et publiques.

*(Huile sur toile - 1993  
Collection Pernod Ricard)*

# CHIFFRES CLÉS 1992



Chiffre d'affaires hors droits et taxes: 14 497 millions de francs

Résultat opérationnel: 1 980 millions de francs

Résultat net: 1 130 millions de francs

Résultat net part du Groupe: 1 100 millions de francs

Marge brute d'autofinancement consolidée: 1 447 millions de francs

## STRUCTURE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

	1975	1991	1992
Vins et spiritueux France	62 %	35 %	27 %
Sans alcool France	24 %	16 %	19 %
Vins et spiritueux Etranger	13 %	27 %	28 %
Sans alcool Etranger	1 %	22 %	26 %

Dividende: 8,50 francs par action

Evolution du titre du 31.12.91 au 31.12.92: + 19,1 %

Résultat net part du Groupe par action  
(hors éléments inhabituels): 21,90 francs

Capitalisation boursière au 31 décembre: 17,2 milliards de francs

Effectif 1992: 9 911 (dont 4 753 hors de France)

Unités de production: 86 (dont 49 hors de France)

Tonnage de fruits et plantes transformés: 1,9 million de tonnes

La stratégie mise en œuvre par Pernod Ricard repose sur deux idées simples. Equilibrer le poids du secteur des boissons alcoolisées et celui des boissons et produits sans alcool. Diversifier les marchés en implantant les marques du Groupe, existantes, acquises ou créées, hors de France partout où sont décelées des opportunités de développement.

Cette stratégie dont la finalité est d'accélérer le développement du Groupe a été conçue en 1975, année de création de Pernod Ricard et période d'expansion économique. L'année 1992 l'a mise à l'épreuve en modifiant profondément l'environnement économique mondial. Sans insister sur les phénomènes liés à la crise, chômage, baisse de la consommation des ménages, hausse des taux d'intérêt, turbulences monétaires avec la dévaluation de la livre sterling, de la peseta et de la lire et l'appréciation générale du franc pesant sur les résultats de Pernod Ricard lors de la consolidation des résultats de nos filiales réalisés en devises, force est de constater que les structures du Groupe Pernod Ricard mises en place ces dernières années ont montré qu'elles étaient solides.

Je ne me contente cependant pas de cette explication qui pour être exacte n'en est pas moins insuffisante. Il fallait aussi savoir saisir les opportunités devenues plus rares, en un mot savoir mériter sa chance.

Nous l'avons fait grâce à notre pragmatisme, rendu possible par la décentralisation du Groupe.

Pernod Ricard fédère des entreprises de taille humaine, avec des dirigeants et des collaborateurs très proches du terrain. Ils ont la possibilité et le devoir de réagir vite à tout changement de la situation, pour exploiter une opportunité ou parfois pour arrêter des mesures d'urgence face à une difficulté imprévue.

Avec cette souplesse, cette adaptation permanente face aux besoins de nos clients et de nos consommateurs, cette obsession de la performance, les collaborateurs du Groupe ont été l'atout décisif. Je leur rends un hommage particulier pour 1992 au nom du Conseil d'Administration.

Les résultats sont là.

A périmètre d'activité comparable et hors effet de variation des devises le chiffre d'affaires progresse de 4,7 %.

Diversification internationale ? Pour la première fois le poids des activités hors de France, avec 54 %, dépasse celui de notre pays d'origine.

Equilibrage alcool/sans alcool ? La part du chiffre d'affaires réalisé avec les boissons et produits sans alcool atteint 45 %, contre 38 % l'année précédente.

Le bénéfice net, part du Groupe, hors éléments inhabituels, progresse de 7,7 %.

Le Conseil peut proposer un dividende unitaire de 8,50 F, en hausse de 6 %.

Bien que nous ayons, depuis 1980, consacré 7,2 milliards de francs courant à notre croissance externe sans faire appel à nos actionnaires, notre ratio d'endettement, par rapport aux capitaux propres est de 60 %. Pernod Ricard peut poursuivre sa politique d'acquisitions.

A cet égard l'année 1992 a été marquée par un important désinvestissement. La cession de la



Société des Vins de France à Société d'Investissement d'Aquitaine est en ligne avec la politique choisie. Le métier du vin de consommation courante n'est pas le nôtre et les synergies avec les autres filiales du Groupe étaient faibles. Par contre, nous croyons au vin ; nous avons conservé Crus et Domaines de France et développé Orlando Wyndham. En Suisse, Perisem est devenue propriétaire de Vallade, spécialiste des vins fins. En Argentine, Cusenier SAIC a acquis le contrôle d'Etchart, premier producteur de vins fins.

Par acquisition les cidreries Mignard et Duché de Longueville ont intégré le Groupe. Notre volonté déclarée de créer en France un pôle solide dans les métiers du cidre est ainsi concrétisée.

Nous avons renforcé notre implantation à l'étranger, par création de filiales ou d'antennes, dans l'Asie du Sud-Est (Taïwan, Corée, Thaïlande) et l'Europe Centrale (Pologne, Hongrie).

Nous avons créé une filiale spécialisée dans le marché mondial des magasins hors taxes.

Pour 1993, les prévisions sont difficiles face aux incertitudes persistantes. Les hypothèses pessimistes avancées ici ou là ne nous feront pas modifier la ligne : on ne change pas une équipe qui gagne ni une stratégie qui confirme ses succès.

Nous devons cependant être très vigilants et mettre l'accent sur le renforcement de nos marques et la mise en œuvre de nouvelles synergies internes, tout en confortant la maîtrise de notre distribution.

Je suis convaincu, comme de nombreux observateurs extérieurs, que Pernod Ricard est bien placé pour profiter très vite de toute reprise économique, où qu'elle se produise dans le monde.

La répartition géographique de notre activité, notre portefeuille de marques, nos moyens financiers, notre capacité à réagir vite et l'acceptation pour tous de se remettre en cause en permanence donnent à Pernod Ricard des armes efficaces face aux difficultés annoncées et au renforcement de la concurrence qui en résulte.

J'y vois la clé du maintien de la profitabilité du Groupe et de son développement.



Patrick Ricard



# Entretien avec Thierry JACQUILLAT,

Directeur Général de Pernod Ricard

## L'ACTIVITÉ

*Avec respectivement 54 % et 45 %, la part des activités de Pernod Ricard hors de France et celle réalisée avec les produits sans alcool se sont accrues. Pour quelles raisons ?*

Thierry Jacquillat : Pour des raisons stratégiques : à la création de Pernod Ricard en 1975, nous nous étions fixé comme objectif d'accroître le poids du Groupe à l'étranger et celui du sans alcool dans notre chiffre d'affaires : l'un était de 15 % et il a dépassé, pour la première fois de notre jeune histoire, 50 % ; l'autre représentait 24 % et il a atteint 40 % en 1992.

Le développement du commerce mondial, l'internationalisation des grandes marques, l'ouverture prometteuse de nouveaux marchés et la forte croissance de la consommation des boissons sans alcool dans le monde, nous permettent de penser que notre stratégie initiale était bonne et qu'elle le sera encore pour longtemps.

*Quelle a été la physionomie générale de votre activité en 1992 ?*

En France et en Europe, nous avons été affectés par

l'atonie des marchés, particulièrement au deuxième semestre ; cela a été compensé par un retour à la croissance aux Etats-Unis et en Australie et par le développement de certains marchés (Asie, Amérique Latine).

*Quelles en ont été les conséquences pour les sociétés du Groupe en France ?*

Les marques d'anis du Groupe ont légèrement régressé en France, malgré un marché en faible progression, au profit des marques de distributeurs.

Avec plus de 10 millions de caisses commercialisées en France pour 1992, nos marques Ricard, Pastis 51 et Pernod demeurent des modèles de réussite et de dynamisme.

Parallèlement, sur un marché français des whiskies en baisse, toutes nos marques de Whiskies,

Scotch, Irish ou Bourbon, ont progressé et pour certaines fortement. Le marché du Whisky est un marché concurrentiel où le marketing doit être précis et pertinent. Je crois que c'est le cas de nos grandes marques : Clan Campbell, Aberlour, Jameson, Bushmill, Wild Turkey.

*Quels enseignements tirez-vous de la progression des marques distributeurs ?*

Ce phénomène n'est pour nous pas nouveau car c'est sur le marché des spiritueux anisés que la part des marques de distributeurs a toujours été une des plus élevées, pour se stabiliser autour de 40 % environ depuis 1985. Ceci est à comparer à une moyenne de parts de marchés de 20 % environ pour des marques "premiers prix" pour l'ensemble du marché agro-alimentaire français.

C'est sur ce dernier que le phénomène est en train de s'accélérer, non seulement en France, mais également à l'étranger, suite particulièrement au développement du "Hard Discount".

C'est une évolution que les entreprises mondiales de biens de grande consommation doivent prendre en compte pour les amener, soit à produire pour



des marques de distributeurs, soit à développer des marques fortes et attrayantes pour le consommateur.

C'est ce que fait le Groupe avec ses grandes marques internationales de spiritueux et Orangina.

### ***La loi Evin a-t-elle eu des effets négatifs sur les ventes des boissons alcoolisées ?***

Cette loi n'a pas encore eu d'effets perceptibles sur l'évolution du marché mais elle gêne les opérateurs car elle n'est pas toujours clairement rédigée et pose de nombreux problèmes d'application, non résolus par la publication, en mars 1993, de deux nouveaux décrets.

Aucun des objectifs de santé publique, que s'était fixés le législateur ne peut être raisonnablement atteint par les voies proposées par ce texte. Tous les observateurs compétents et impartiaux en conviennent. Il faut donc amender la loi pour la rendre plus cohérente et mieux adaptée à ses finalités.

### ***Et à l'étranger ?***

Nos marques de spiritueux anisés ont vu progresser leurs volumes en 1992 et nous sommes déterminés à poursuivre, sans relâche et sans défaillance, leur croissance sur les marchés internationaux.

Nos Whiskies ont réalisé également d'excellentes performances sur la quasi-totalité

des marchés, à l'exception du marché intérieur irlandais.

Il faudrait citer également le succès croissant d'Orangina dans de nombreux pays (une bouteille sur trois d'Orangina est désormais consommée en dehors de France), la réussite du vin australien Jacob's Creek sur de nombreux marchés anglo-saxons et la poursuite du développement de SIAS-MPA, leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire.

### ***La baisse de la consommation des ménages sur de nombreux marchés vous a-t-elle conduit à des actions particulières ?***

Notre politique a toujours consisté à adapter, en cours d'exercice et en permanence, nos moyens aux résultats.

Ce pilotage rigoureux a été particulièrement difficile à mettre en œuvre en 1992 du fait, en particulier, du retournement brutal de la consommation au deuxième semestre.

### ***Comment expliquer que la plupart de vos marques se sont mieux comportées à l'exportation que sur leur marché propre ?***

Parce que le succès des spiritueux importés est une des tendances lourdes des marchés nationaux ! L'une des autres étant l'attrance du consommateur pour les spiritueux consommés en long drink, à plus faible degré d'alcool.

## **LES ÉVÉNEMENTS DE L'EXERCICE**

### ***Quel est l'intérêt, pour Pernod Ricard, de la cession de la S.V.F. ?***

Il n'est pas inutile de rappeler qu'en 1982, à la suite d'une défaillance du principal actionnaire, nous avons pris la responsabilité de la gestion de la S.V.F. et que nous y sommes devenus majoritaire en 1985.

Nous n'avions pas d'autres solutions pour préserver la valeur de la participation de 45 % du capital qui nous avait été apportée quelques années auparavant.

Dès lors, notre objectif a été de restructurer et de redresser la société afin d'affronter la chute des volumes de vins de table. Nous avons, par exemple, créé de nouveaux produits sur le milieu de gamme.

En 1992, la S.V.F. était redevenue suffisamment attractive pour que le Groupe Castel – n° 1 du secteur – s'y intéresse du fait de la complémentarité avec ses propres activités alors qu'il n'y avait aucune synergie, ni en France, ni à l'étranger entre les marques de spiritueux de Pernod Ricard et les vins de table de la S.V.F.

### ***Vous avez cependant conservé Crus et Domaines de France, le pôle vin fin de la S.V.F. ?***

Crus et Domaines de France, aujourd'hui filialisée par Cusenier, regroupe des enseignes de négociants prestigieux, comme

Alexis Lichine, Cruse ou Pasquier-Desvignes. Il y a une synergie réelle entre la commercialisation des vins fins français, des spiritueux et celle de nos vins argentins, ceux d'Etchart, et australiens d'Orlando Wyndham.



*Malgré l'environnement économique, Pernod Ricard a procédé à quelques acquisitions.*

Les acquisitions de l'exercice 1992, les Cidreries Mignard et Duché de Longueville, le négociant genevois Vallade et les vins Etchart en Argentine, ont toutes constitué de bonnes opportunités. Mais il s'agit d'opérations de taille modeste. Elles ont été réalisées dans le souci de renforcer nos structures existantes.

Nous avons également procédé par croissance interne, avec la création de filiales de distribution en Corée et à Taïwan, d'antenne en Thaïlande pour l'Asie, et de joint-venture en Pologne et en Hongrie pour l'Europe Centrale.

*Vous aviez annoncé l'année dernière la création d'une entité consacrée au marché spécifique du hors-taxes.*

Cette entité, devenue filiale sous le nom de World Brands Duty Free, répond bien à nos attentes et a déjà enregistré quelques succès, notamment aux U.S.A. et en Europe. En 1993, notre réseau, proche des grands opérateurs nationaux et internationaux, continuera à s'étendre.

## RÉSULTATS 1992 ET STRUCTURE FINANCIÈRE

*Êtes-vous satisfait des résultats 1992 ?*

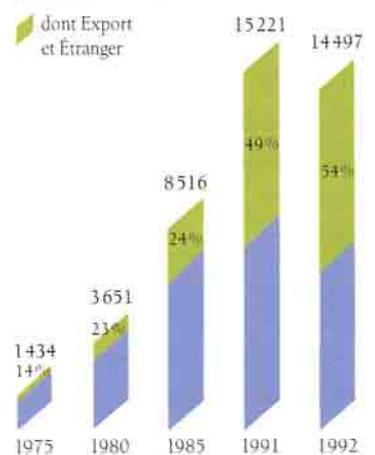
Oui, compte tenu de la difficulté de l'exercice. Notre résultat net nous place parmi les vingt premières sociétés françaises en terme de progression et nous sommes fiers d'avoir été parmi les rares à atteindre les objectifs annoncés à leurs actionnaires.

*D'où vient le différentiel important de progression entre le résultat net (+ 7,7 % hors résultats inhabituels) et le résultat courant (+ 1,8 %) ?*

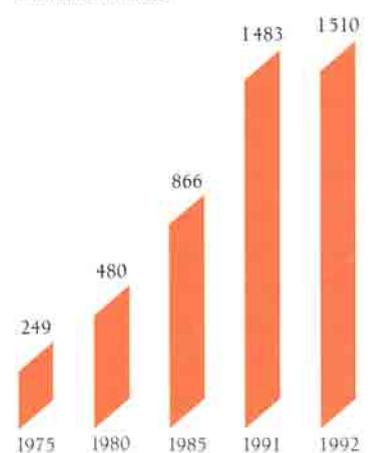
Il provient de la baisse des frais financiers de Pernod Ricard, du cash-flow accumulé au cours de l'exercice, ainsi que de la baisse du taux d'imposition en France des bénéfices distribués, qui est passé de 42 % à 34 %.

*Les éléments inhabituels qui viennent s'ajouter au résultat net*

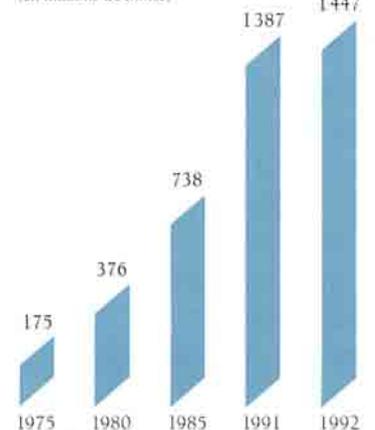
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ H.D.T. (en millions de francs)

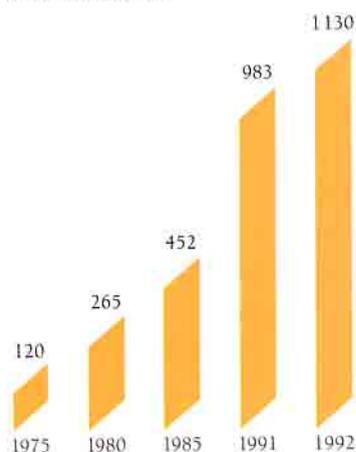
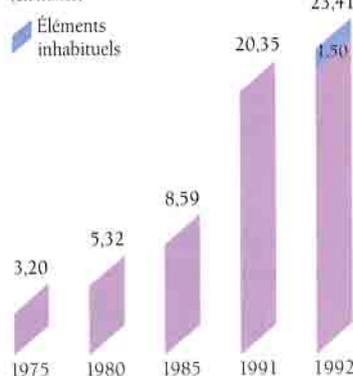
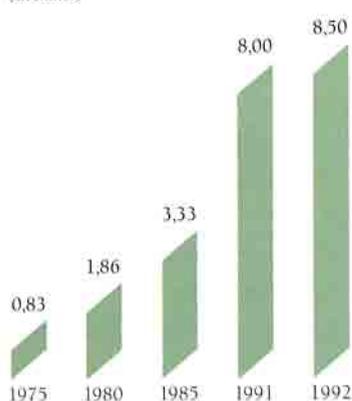


RÉSULTAT COURANT CONSOLIDÉ (en millions de francs)



CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT CONSOLIDÉE (en millions de francs)



**RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ**  
 (en millions de francs)

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

**DIVIDENDE NET AJUSTÉ PAR ACTION\***  
 (en francs)


\* Les chiffres de 1975, 1980, 1985 et 1991 ont été retraités pour permettre une comparaison avec 1992 suite à la division du nominal de l'action par 4 le 1<sup>er</sup> juillet 1992.

**sont-ils constitués par la plus-value de cession de la S.V.F. ?**

Non, car cette plus-value a été amputée d'importantes provisions et d'amortissements de survaleurs correspondant à des acquisitions antérieures qui viendront alléger celles que nous aurons à effectuer dans les années à venir.

**Les variations monétaires ont-elles affecté le résultat ?**

L'appréciation du franc par rapport aux principales devises étrangères ne nous a pas été favorable. Elle nous a fait perdre 291 millions de chiffre d'affaires et 32 millions de résultat. L'année 1993 ne devrait pas être très différente à cet égard. Mais d'autres éléments, la baisse des taux d'intérêt et la poursuite de notre désendettement, devraient plus que compenser les dévaluations compétitives de certaines monnaies européennes.

**Quelle est l'évolution de la structure financière ?**

Après les opérations d'acquisition des années 1988 et 1989, en particulier celles d'Irish Distillers et d'Orlando Wyndham, notre ratio taux d'endettement sur capitaux propres était supérieur à 100 %.

En 1991, ce ratio a baissé à 78,8 %. Fin 1992, il est de 60 %.

**Quel est le poids de votre politique d'investissement et de croissance interne en 1992 ?**

Un poids réduit. En 1992, nos investissements ont baissé sauf sur les couples produits/marchés en croissance, l'activité sans alcool en particulier.

**PERSPECTIVES 1993**
**Comment voyez-vous l'année 1993 ?**

Dans un environnement difficile et incertain, toute prévision est aléatoire. Nous continuerons à piloter au plus près.


**L'Acte Unique, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1993, modifiera-t-il la donne sur le marché européen ?**

L'acte unique n'a malheureusement pas permis d'harmoniser les fiscalités des pays européens. Les taux de TVA et d'accises n'ont pas été unifiés, et les disparités restent considérables (1 à 7 entre l'Italie et le Danemark) et une véritable harmonisation ne peut être envisagée avant longtemps.

Par contre, le consommateur européen peut, pour ses besoins personnels et depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1993, faire le plein de ses valises et de son coffre de voiture avec des vins et

spiritueux achetés dans les pays à faible niveau de droits (Espagne, Italie en particulier).

L'ouverture et le développement de nouveaux marchés, comme ceux de l'Europe Centrale et de l'Asie du sud-est, auront probablement plus d'impact pour Pernod Ricard que l'Acte unique, auquel nous sommes préparés depuis longtemps.



*Est-ce sur ces zones que votre effort va porter en 1993 ?*

Sur celles-là et sur d'autres, car il y a sans cesse de nouveaux couples produits/marchés à défricher.

*En dix ans, Pernod Ricard a réalisé de nombreuses acquisitions de toutes tailles. L'heure semble être à la mise en œuvre de synergie à l'intérieur de l'ensemble ainsi constitué.*

*De quoi s'agit-il ?*

Synergie signifie gisements de croissance et d'économies dans les domaines industriels et logistiques, administratifs et commerciaux. Il ne s'agit nullement d'un changement de cap dans le management décentralisé du Groupe, mais de la prise en compte, par les filiales du Groupe, d'intérêts communs.

Les synergies représentent aussi, et surtout, un potentiel de développement. C'est-à-dire la possibilité pour telle ou telle filiale d'aider puissamment au développement d'une marque d'une autre société du Groupe.

En considérant l'exemple des vins australiens d'Orlando Wynndham ou des whiskies de Campbell Distillers, d'Austin Nichols ou d'Irish Distillers, on voit bien que nous disposons là d'un levier de plus en plus porteur.

*Attendez-vous un impact important pour Orangina de l'accord qui a été conclu avec Pepsi Cola ?*

Précisons qu'il s'agit d'un accord croisé. En France, Orangina prend en charge la commercialisation de Pepsi en C.H.R. et sa distribution en V.A.E. En Allemagne, notre filiale I.G.M. se charge des C.H.R., mais c'est Pepsi Cola qui développe Orangina en V.A.E. Si cet accord consolide la position des deux marques sur ces marchés, il ne faut pas attendre, en 1993, d'impact important de cet accord, néanmoins riche de potentiel pour l'avenir.

## **PERNOD RICARD ET LA BOURSE**

*L'année boursière de Pernod Ricard a été riche en événements.*

En hausse de plus de 50% du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre 1992, le cours s'est ensuite détendu en octobre après que nous ayons eu confirmé nos prévisions de résul-

tats pour l'exercice, alors que certains escomptaient une progression beaucoup plus forte.

Mais, au total, la Bourse ne s'est pas trompée sur la qualité du titre Pernod Ricard. Du 31 décembre 1991 au 31 décembre 1992, il a progressé de 19,1%, superformant l'indice CAC 40, qui progresse de 5,2%, et les valeurs du secteur agro-alimentaires à 2,3%.

Notre progression est l'une des cinq plus fortes du CAC 40. Par ailleurs, une étude récente montre que Pernod Ricard est une des deux valeurs préférées des gérants de SICAV, puisqu'elle figure dans la composition de 111 d'entre elles, largement devant les autres actions françaises.

*D'où vient cette confiance des professionnels ?*

Cette confiance des professionnels, comme d'ailleurs de tous nos actionnaires s'appuie d'abord sur une référence historique, puisque depuis 1975 à 1991, nous avons réalisé une progression moyenne de 14% du résultat net (hors éléments exceptionnels).

Elle prend ensuite en considération nos atouts : qualité exemplaire et dynamisme des hommes, force et diversité de nos marques, perspectives de croissance à l'étranger, capacité à réagir rapidement aux fluctuations des marchés.

Des atouts que nous entendons bien continuer à cultiver.

La Bourse de Paris a débuté l'année 1992 comme elle avait terminé l'année 1991 : en janvier, le marché est fondamentalement acheteur et, pour la première fois depuis sa création, l'indice CAC 40 clôt le mois boursier sur une hausse historique de 13,23 %. La morosité économique qui avait caractérisé l'année 1991 jusqu'au dernier trimestre semble en effet n'être plus qu'un mauvais souvenir : la consommation des ménages français apparaît soutenue, les perspectives de croissance sont jugées satisfaisantes, notamment pour les exportations portées par "l'après-guerre du Golfe" et la dynamique créée par la réunification de l'Allemagne.

Le mouvement est confirmé par le retour des investisseurs étrangers, comme par la bonne tenue de Wall Street qui se maintient à ses plus hauts niveaux. Résultat, hormis une consolidation logique enregistrée en mars, l'indice CAC 40 progresse de façon quasi ininterrompue pour toucher son plus haut le 11 mai à 2 080,80 points, en hausse de 17,8 % sur son début à 1 765,66 points.

L'annonce surprise du "non" au référendum danois sur le traité de Maastricht apporte le signal de la baisse. Après l'optimisme du début d'année, l'absence de confirmation d'une baisse des taux et de signes tangibles d'une reprise économique outre-atlantique pousse à la prudence et certains analystes commencent à revoir à la baisse leurs prévisions de résultats sur l'ensemble de l'année.

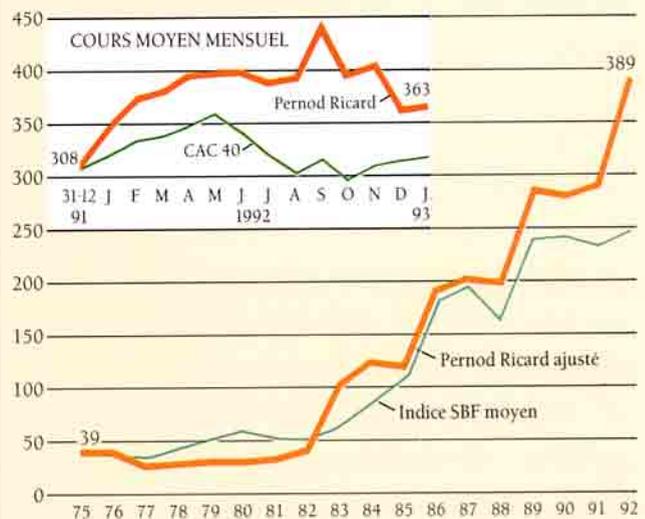
Amorcé par les investisseurs étrangers, le repli est sensible dès le mois de juin (-6 % pour le CAC 40), se poursuit en juillet (-8,5 %) et, malgré une reprise en septembre (baisse des taux allemands), se confirme à l'automne. La tempête moné-

taire du 14 septembre, les réajustements et les sorties du Système Monétaire Européen, les attaques contre le franc français anéantissent tout espoir d'une détente. En outre, les résultats décevants des entreprises au premier semestre finissent par réduire toute velléité de reprise.

Il faudra le net redressement du marché en décembre (+ 8,74 %) avec les premiers signes de la reprise économique aux États-Unis et de meilleures perspectives de croissance en Allemagne pour éviter que 1992 ne se solde par une baisse. Au final, l'indice CAC 40 affiche une progression globale de 5,2 %.

Dans ce contexte, le titre Pernod Ricard s'est particulièrement bien comporté puisqu'il affiche une

COURS MOYEN DU TITRE (en francs)



hausse de 19,1 % sur l'année. Mais son évolution est très contrastée : le titre fait mieux que le marché sur les six premiers mois, résiste à la baisse durant l'été, repart à la hausse en septembre et régresse sur les trois derniers mois de l'année avant de retrouver son niveau de croissance début 1993, au-delà de la barre des 400 francs.

Pernod Ricard a ouvert l'année avec, sur la liquidation de janvier, une hausse de 23 % à rapprocher d'une évolution de l'indice CAC 40 de 13 %. Sur les dernières bourses du mois, sans qu'il y ait eu de réelles prises de bénéfice, le titre repart à la hausse dans des volumes extrêmement nourris.

Dans un contexte boursier actif, caractérisé par un retour des investisseurs étrangers, Pernod Ricard reste très attractif. La visibilité sur les résultats paraît excellente avec des perspectives de croissance que les analystes estiment brillantes.

En février, et jusqu'au début du printemps, Pernod Ricard poursuit sur sa lancée avec une variation encore supérieure ou proche à celle de l'indice. Les mois de juin, juillet et août sont caractérisés par une bien meilleure résistance à la baisse que la moyenne du marché. Les commentateurs restent très favorables à la valeur, certains diagnostiquant une hausse des résultats supérieure à celle communiquée par Pernod Ricard lors de son assemblée générale de mai 1992 (une progression double de l'inflation). Alors que l'indice plonge de 14 % sur la période, Pernod Ricard ne connaît pratiquement pas de décote.

Le mois de septembre est probablement le plus atypique de l'année. L'anticipation de l'annonce

possible d'excellents résultats semestriels porte le titre à son plus haut de l'année (472,5 le 21 septembre) dans des volumes à nouveau nourris.

Paradoxalement, la confirmation des prévisions de résultats, à la fin septembre, affecte le titre. Ce sont les "réserves" formulées sur le second semestre qui sont retenues par le marché (incertitude sur les taux, effet négatif de change, baisse de la consommation des ménages en France, situation économique atone aux U.S.A. et au Royaume-Uni).

Au cours du dernier trimestre le titre connaît des dégagements significatifs en partie dus à des ventes d'investisseurs étrangers. La période est caractérisée par deux fortes séances de baisse, celle du 1<sup>er</sup> octobre, au lendemain de l'annonce des perspectives sur le second semestre, la seconde le 13 novembre, provoquée par la prise en compte des difficiles réalités économiques. L'effet psychologique de cette deuxième baisse est vif. Le titre est boudé et descendra jusqu'à mi-décembre. Les volumes de transactions sont élevés à Paris et à Londres. On note une reprise dans la deuxième quinzaine de décembre et Pernod Ricard finit l'année à 366,5 en progression de 19,1 % sur l'année. Le titre progresse ainsi nettement plus que l'indice CAC 40, en hausse de 5,2 %, et fait bien mieux que la moyenne des entreprises du secteur agro-alimentaire (+ 2,3 %).

La baisse sur les trois derniers mois est tout aussi déraisonnable que le fut la hausse, sans réel fondement, de septembre. Avec la publication des premiers résultats définitifs début 1993, la logique du marché reprend ses droits et, dès la mi-février, Pernod Ricard est repassé au-dessus de la barre des 400 francs.

Né en 1975 du rapprochement des deux principales sociétés françaises de spiritueux anisés, le Groupe Pernod Ricard fédère une cinquantaine de sociétés dans les secteurs des spiritueux, des vins, des boissons et produits sans alcool et privilégie un mode de fonctionnement décentralisé.

Chacune des filiales du Groupe s'attache à promouvoir sa propre identité d'entreprise et bénéficie d'une autonomie de gestion pour la production, la promotion et la commercialisation des marques que lui confie la société holding Pernod Ricard.

## LA SOCIÉTÉ HOLDING

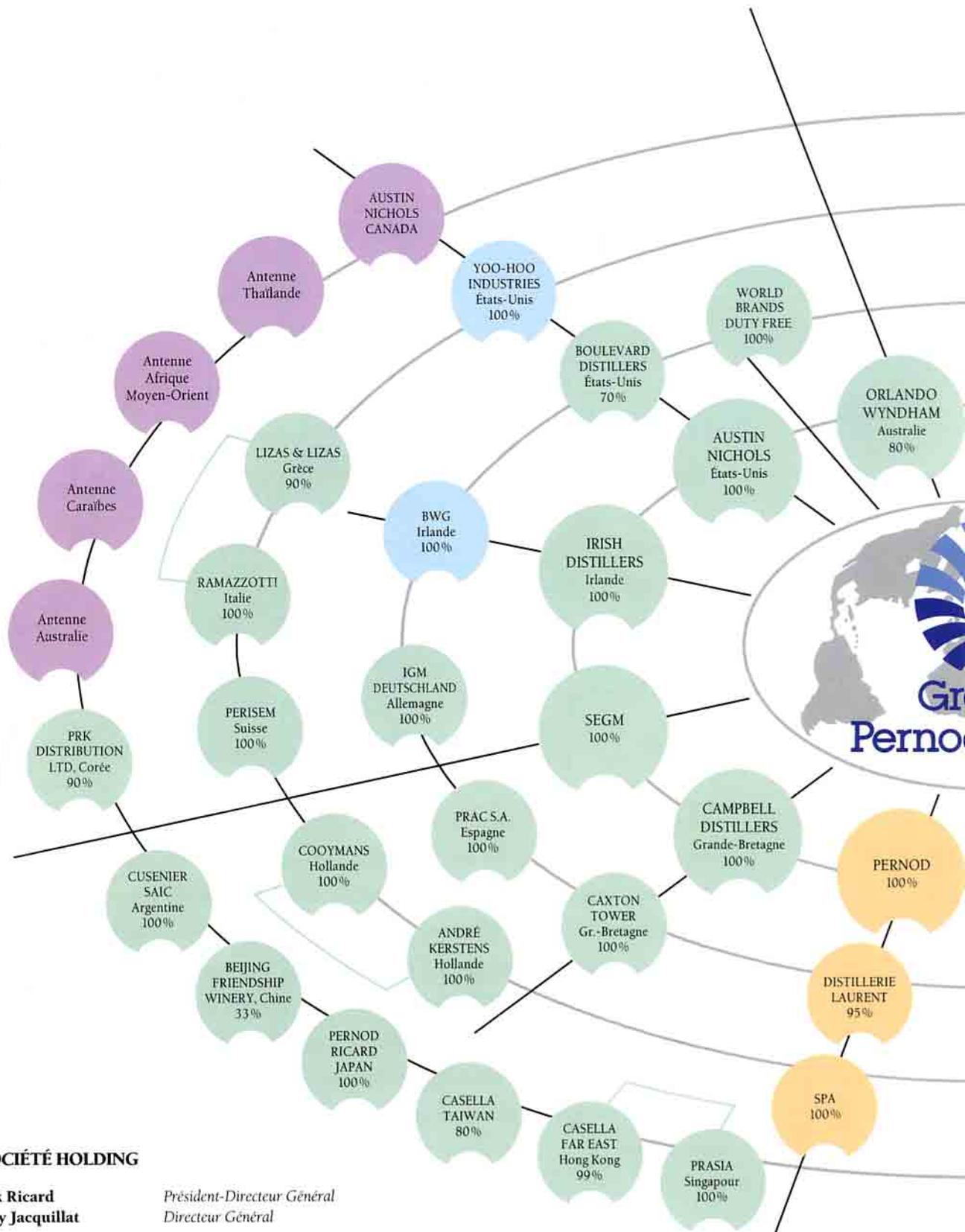
La Holding est une structure volontairement légère avec moins de 50 collaborateurs tandis que l'ensemble du Groupe en compte 9 911 dont 4 753 à l'étranger. La société holding Pernod Ricard définit la stratégie du Groupe, gère et protège son portefeuille de marques. Elle conduit en outre la politique de diversification et, notamment, toutes les opérations de croissance externe.

## LE CENTRE DE RECHERCHE PERNOD RICARD

Directement rattaché à la société holding, le Centre de Recherche Pernod Ricard poursuit un double objectif : s'assurer de l'irréprochable qualité des ingrédients entrant dans la composition des produits et mettre au point les boissons de demain. Sept laboratoires distincts, spécialisés par discipline, sont associés à cette mission : agronomie, microbiologie, technologie, analyse physique et chimique, analyse sensorielle et de formulation, conditionnement et études industrielles, sécurité alimentaire. Chacun de ces laboratoires a une tâche qui lui est propre, mais presque tous ont en commun une vocation : l'aromatique.



Groupe  
Pernod Ricard



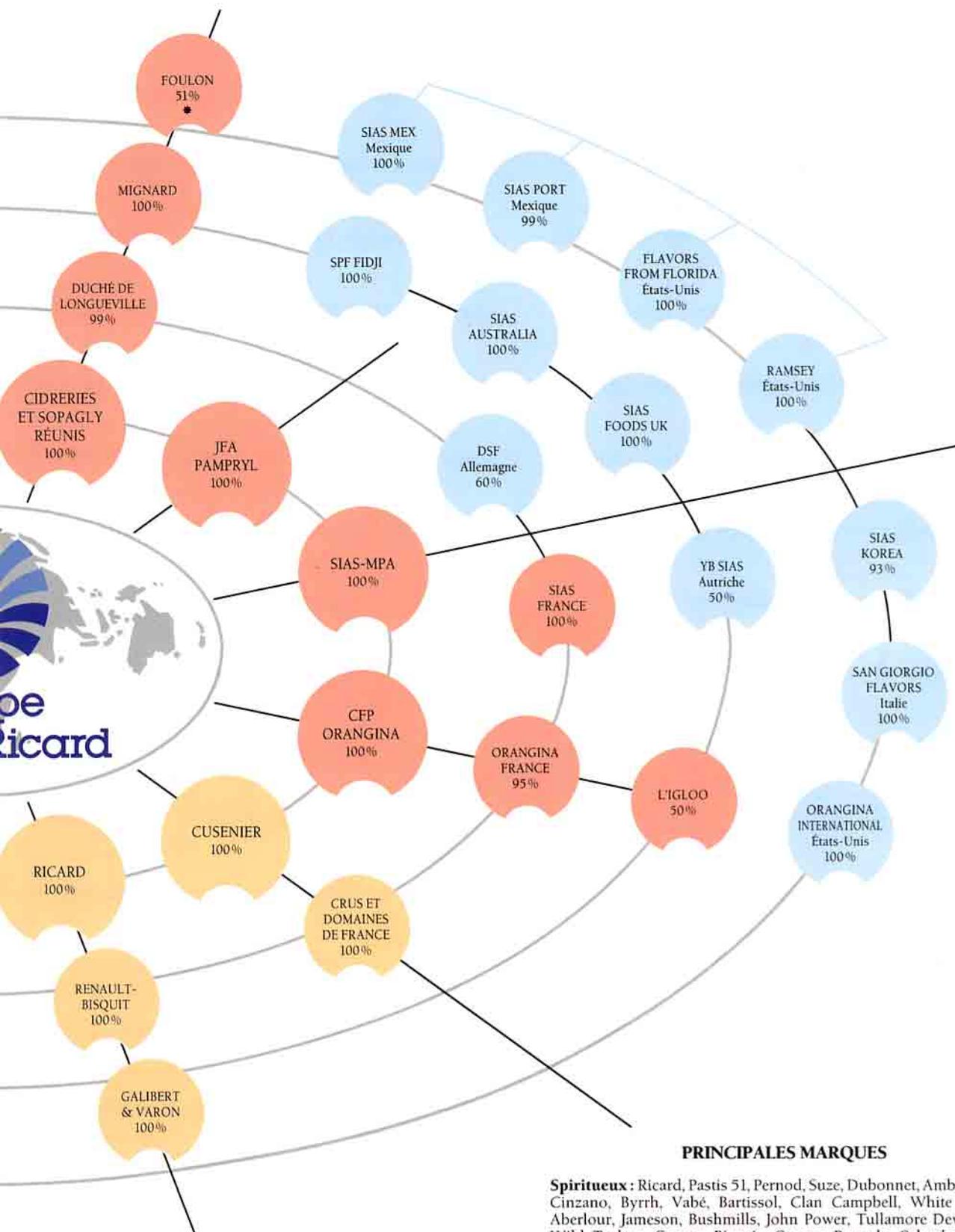
**LA SOCIÉTÉ HOLDING**

**Patrick Ricard**  
**Thierry Jacquillat**

Jacques Bricout  
Bernard Cazals  
Pierre-Marie Chateauneuf  
Christian Delclaux  
Jean-Pierre Denetre  
Jean-Pierre Laurent-Lasson  
Francisco de La Vega  
Philippe Mouton  
Claude Risac  
Jean-Philippe Roebben  
André Silaire

*Président-Directeur Général*  
*Directeur Général*  
*Directeur du Centre de Recherche*  
*Directeur des Ressources Humaines*  
*Directeur Administratif et Juridique*  
*Directeur Attaché à la Direction Générale*  
*Directeur Industriel*  
*Directeur Marketing-Distribution*  
*Directeur du Marketing*  
*Directeur des Affaires Européennes*  
*Directeur de la Communication*  
*Directeur Financier*  
*Directeur du Développement*

- Vins et spiritueux France
- Boissons et produits sans alcool France
- Vins et spiritueux à l'Étranger



- Boissons et produits sans alcool à l'Étranger
- Antennes commerciales
- ★ Société non consolidée

**PRINCIPALES MARQUES**

**Spiritueux :** Ricard, Pastis 51, Pernod, Suze, Dubonnet, Ambassadeur, Cinzano, Byrrh, Vabé, Bartissol, Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Jameson, Bushmills, John Power, Tullamore Dew, Paddy, Wild Turkey, Cognac Bisquit, Cognac Renault, Calvados Busnel, Armagnac Marquis de Montesquiou, Brandy L. Dorville, Eaux-de-vie La Duchesse, Amaro Ramazzotti, Zoco, Cooymans Advocaat, Liqueurs Cusenier, Liqueurs Eoliki, Alaska, Cork Dry Gin, Vodka Huzzar.

**Vins :** Café de Paris, Carlton, Caneř, Jacob's Creek, Wyndham, Etchart, Alexis Lichine, Pasquier-Desvignes, Cruse, Victor Bérard...

**Boissons sans alcool :** Orangina, Brut de Pomme, Banga, Pampryl, Pam Pam, Agruma, Pacific, Sirops Cusenier, Sirops Sironimo, Yoo-Hoo, Champomy, Cidres La Cidraie, Loïc Raison, Duché de Longueville et Jacques de Toy...

**Marques concédées pour la France :** gin Gilbey's, whisky Cutty Sark, vodka Stolichnaya.

La baisse de la consommation des ménages, très sensible dans la seconde moitié de l'exercice, a affecté la plupart des grands marchés occidentaux. Dans ce contexte, les filiales du Groupe ont, d'une façon générale, ressenti un fléchissement de leurs ventes sur leurs marchés nationaux. Mais elles ont largement surmonté ces difficultés conjoncturelles par des performances accrues sur les marchés

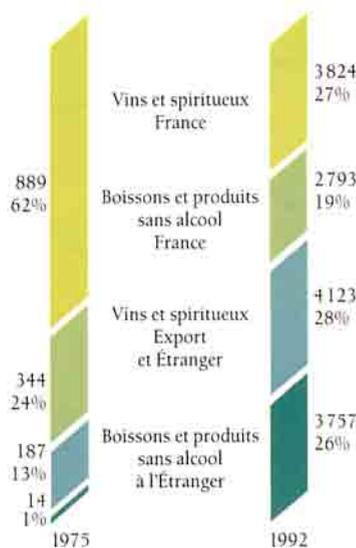
à l'exportation, en s'appuyant sur le réseau de distribution international du Groupe.

Dans une conjoncture difficile, Pernod Ricard a ainsi maintenu un rythme de croissance soutenu avec, à périmètre

comparable, une hausse de 4,7 % de son chiffre d'affaires hors droits et taxes. Cette performance lui permet, pour la première fois depuis la création du Groupe, de réaliser la majeure partie de son activité à l'international : en 1992, 54 % des ventes ont été réalisées à l'étranger. De plus, le poids relatif des produits et boissons sans alcool s'est accru pour atteindre 45 % du chiffre d'affaire, contre 38 % en 1991.

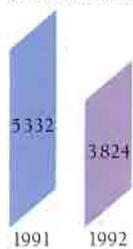
Là encore, cette progression est due pour l'essentiel à une croissance significative des ventes à l'étranger. Pernod Ricard récolte ainsi en 1992 les fruits de ses efforts de diversification, tant sur ses produits que sur ses marchés.

RÉPARTITION  
DU CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T.  
PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ  
(en millions de francs et en %)

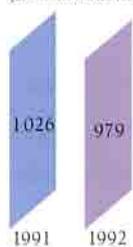


## VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

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



RÉSULTAT AVANT  
OPÉRATIONS  
FINANCIÈRES  
(en millions de francs)



Le marché français des spiritueux, à l'inverse de la quasi-totalité des marchés mondiaux, était resté orienté à la hausse en 1991. Ce n'est plus le cas en 1992 : la baisse sensible de la consommation des ménages au cours du second semestre a entraîné une stabilisation globale des ventes. Toutefois, cette évolution ne s'est pas traduite uniformément selon les différents segments du marché.

Les spiritueux anisés du Groupe accusent un léger fléchissement ressenti par toutes les marques, Ricard, Pastis 51 et Pernod.

Toutefois, cette baisse conjoncturelle, qui doit être relativisée compte tenu de l'importance des volumes vendus, a été compensée pour Ricard, leader du marché, par une hausse des ventes en valeur.

Cette tendance a également entraîné à la baisse le marché des Amers avec Suze. Les Vins Doux Naturels et les Apéritifs à Base de Vin, comme leur marché, sont



UN LIQUIDE À ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

en stagnation ou en légère diminution. En revanche, les marques de whiskies du Groupe affichent de très sensibles progres-

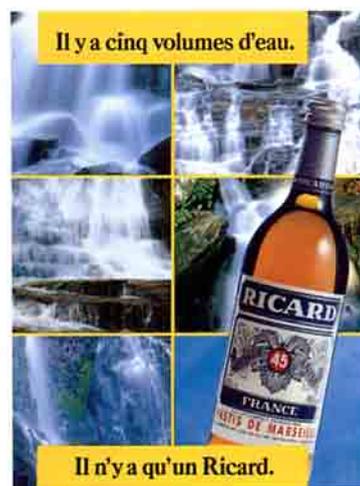


ICI COMMENCENT  
LES TERRES DU  
CLAN  
CAMPBELL  
LABYRINTHE EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

sibles progressions alors que le marché du whisky est, pour la première fois, globalement lui aussi en recul. Les principales d'entre elles, le blend Clan Campbell, le single malt

Aberlour pour les scotch whiskies, Jameson, Bushmills pour les irish whiskeys, ainsi que le bourbon Wild Turkey affichent des taux de croissance à deux chiffres et gagnent des parts de marché.

Sur le marché des vins tranquilles, les vins fins de Crus et Domaines de France ont vu leurs ventes, stables jusque-là, en léger repli sur le dernier trimestre. Les vins effervescents, pour leur part, évoluent de façon contrastée: Café de Paris évolue fortement à la hausse. Les vins aromatisés (Carlton, Blancs de Fruits) sont, par contre, orientés à la baisse.

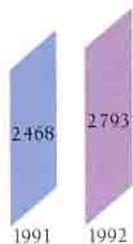


UN LIQUIDE À ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.



## BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

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



RÉSULTAT AVANT  
OPÉRATIONS  
FINANCIÈRES  
(en millions de francs)



Si les conditions climatiques en 1992 ont été moins mauvaises que les années précédentes, le marché des boissons sans alcool a néanmoins enregistré un ralentissement significatif de sa croissance. Sur le secteur des soft drinks, Orangina voit sa consommation à la hausse par rapport au marché mais a souffert des déstockages effectués par la distribution sur son produit standard. Néanmoins, l'innovation produit s'est révélée payante : Orangina Plus, la formule enrichie en vitamine, affiche une hausse spectaculaire de ses ventes. Brut de Pomme reconduit les bonnes performances enregistrées en 1991.

Sur le secteur des jus de fruits, Pampryl fait également mieux que le marché grâce à une politique de diversification et de qualité, autour notamment des lancements récents de "Pulp", de "Mil



Fruits" et d'une gamme de nectars élargie: une progression d'un tiers de ses ventes en volume et qui devrait se poursuivre en 1993. Pampryl, sur un segment de marché en forte progression, les jus de fruits frais réfrigérés, ajoute



les "100 % pressés" à sa gamme. Les boissons aux fruits, sous la marque Banga, sont par contre en léger recul, souffrant de la dépression des ventes des boissons aux fruits non gazeuses.

Sironimo de Cusenier et Champomy de CSR ont été plébiscités par les enfants. Champomy s'affirme comme la boisson de la fête des moins de dix ans. Ce pétillant de pomme "zéro degré d'alcool" a vu ses ventes multipliées par 2,5 et s'affirme comme un produit d'avenir. Les marques de cidres du Groupe stagnent en France, à l'instar du marché.

Enfin, les produits à base de fruits préparés par SIAS-France pour l'industrie alimentaire connaissent, comme durant les exercices précédents, une croissance soutenue.

Au total, le secteur des boissons et produits sans alcool en France termine une année difficile en termes de marché sur un solde positif par rapport à 1991 et gagne des points dans la balance globale des activités du Groupe.

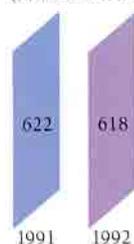


## VINS ET SPIRITUEUX ÉTRANGER

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



RÉSULTAT AVANT  
OPÉRATIONS  
FINANCIÈRES  
(en millions de francs)

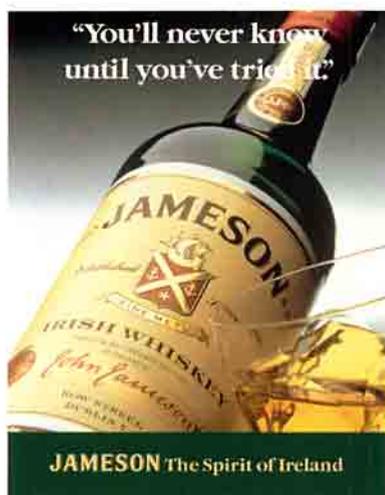


Le marché des spiritueux sur le plan mondial n'a pas vu de reprise de la consommation en 1992. Cependant, le développement du réseau international de Pernod Ricard a permis aux marques du Groupe d'une façon générale de continuer à progresser hors de leurs marchés d'origine.

Les anisés connaissent une progression satisfaisante à l'exportation, notamment en Europe.

Plus sensible encore est la croissance à l'international des ventes de whiskies. Le chiffre d'affaires réalisé par la SEGM sur ce

secteur d'activité a progressé de 41%, tant sur le vieux continent (Jameson aux Pays-Bas, Tullamore Dew en Allemagne, Clan Campbell en Espagne) que sur les marchés asiatiques, notamment au Japon où l'implantation du Groupe est relativement récente. De même, les ventes aux États-Unis par le réseau d'Austin Nichols et



L'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

en Australie avec Orlando Wyndham affichent des croissances à deux chiffres.



belle percée aux États-Unis et en Europe : en Grande-Bretagne, Jacob's Creek est désormais numéro un sur son marché grâce au dynamisme de Caxton Tower, filiale de Campbell Distillers.

Les vins italiens de Canei se sont également bien développés en Allemagne, aux Pays-Bas et aux États-Unis tandis que Cusenier confirme ses positions au Japon (Blancs de Fruits, premier vin pétillant français sur le marché).



## BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL ÉTRANGER

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



RÉSULTAT AVANT  
OPÉRATIONS  
FINANCIÈRES  
(en millions de francs)



Porté par des niveaux de consommation nettement plus élevés qu'en France pour les soft drinks, Orangina a connu une nouvelle fois en 1992 une forte croissance de ses ventes à l'international. Globalement, les ventes d'Orangina à l'étranger ont progressé de plus de 15 % et l'Europe y prend une part prépondérante et active.

La petite bouteille ronde gagne des volumes et des parts de marché sur les pays où son implantation est la plus ancienne et la plus développée, en Belgique et

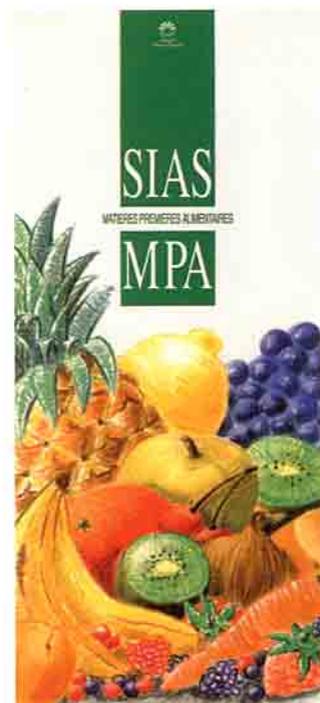
en Grande-Bretagne notamment. Et elle enregistre des taux de progression records sur ses nouveaux marchés : ainsi, en Italie où les ventes ont été multipliées par 2,5 par rapport à 1991. En 1992, Orangina a poursuivi son implantation européenne avec l'entrée sur le marché espagnol. Il faut noter également les



bons résultats obtenus par les filiales de la SEGM sur les marchés asiatiques, aux Caraïbes et en Afrique.

Aux États-Unis, Yoo Hoo, la boisson chocolatée très populaire auprès des enfants, a élargi son public et enregistré une croissance de ses volumes : l'adoption de nouveaux conditionnements lui a permis de fidéliser une clientèle plus "adulte".

Sur le marché des préparations aux fruits pour l'industrie alimentaire, SIAS-MPA, leader mondial de la spécialité, continue, comme les années précédentes, son développement.

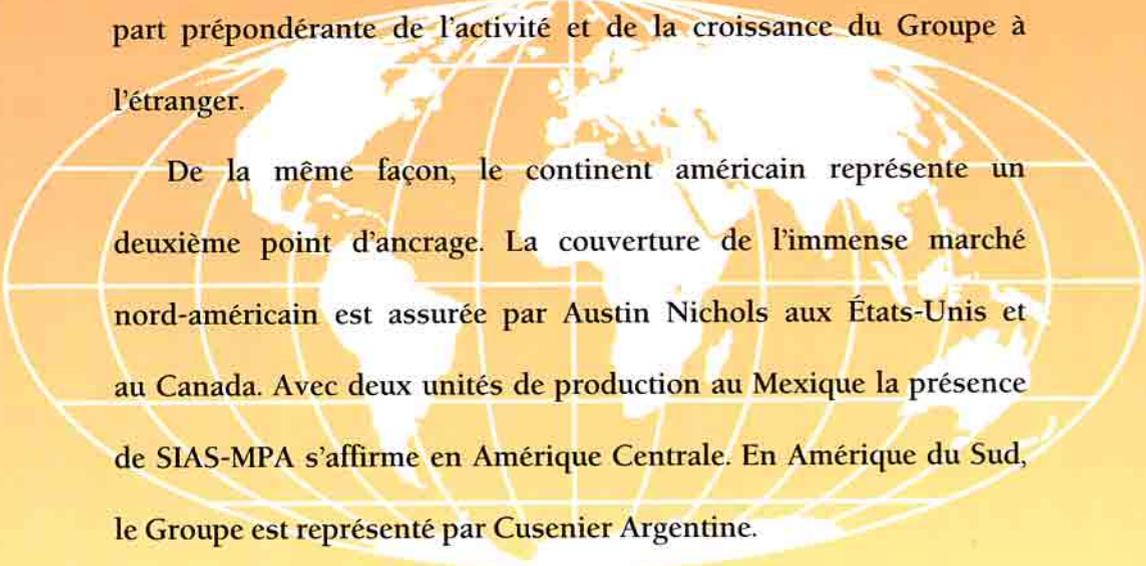


En 1992, deux nouvelles filiales ont vu le jour : SIAS-Korea en Corée du Sud et Yb-SIAS en Autriche.

Extrait du film publicitaire international Orangina.



Présent dans la plupart des pays membres de la CEE, Pernod Ricard possède, en particulier à travers ses filiales, le premier réseau de distribution en Europe. Ce développement se poursuit sur les nouveaux marchés des pays de l'Est et le vieux continent assure une part prépondérante de l'activité et de la croissance du Groupe à l'étranger.



De la même façon, le continent américain représente un deuxième point d'ancrage. La couverture de l'immense marché nord-américain est assurée par Austin Nichols aux États-Unis et au Canada. Avec deux unités de production au Mexique la présence de SIAS-MPA s'affirme en Amérique Centrale. En Amérique du Sud, le Groupe est représenté par Cusenier Argentine.

Plus récente, mais tout aussi prometteuse, est l'implantation du Groupe en Asie-Pacifique. Pernod Ricard a réalisé une opération majeure en Australie avec l'acquisition d'Orlando Wyndham. De plus, la SEGM a mis en place un réseau de filiales et d'antennes de distribution au Japon et chez les nouveaux "dragons", Hong Kong, Taïwan, Corée du Sud, Singapour, mais aussi en Thaïlande et en République de Chine.

L'Afrique, enfin, reste un marché traditionnel pour nombre de produits du Groupe. De nouveaux développements y sont attendus après le redéploiement de la distribution mené par la SEGM.



### CIDRE : PERNOD RICARD NUMÉRO UN

Avec le rachat par CSR des Cidreries Mignard et Duché de Longueville, Pernod Ricard confirme son leadership sur le marché français du cidre. La puissance commerciale du Groupe doit permettre de concrétiser les efforts entrepris par l'interprofession pour remettre le cidre au goût du jour. Un enjeu qui dépasse le cadre du marché français puisque les exportations vers l'Allemagne, et la Grande-Bretagne notamment, ont fortement progressé en 1992.



### Sironimo : l'or au Salon International de l'Alimentation

Sironimo révolutionne le marché des sirops pour enfants. Son conditionnement très original en forme de quille vaut à la marque de Cusenier une avalanche de récompenses saluant cette innovation produit.



Après l'Oscar Mondial de l'Emballage en 1990, le prix Innova 1990 et le Grand Prix "Le Pack" 1992, Sironimo s'est vu décerner dans sa catégorie le Sial d'Or, le prix récompensant les innovations les plus marquantes dans le cadre du Sial Boissons 1992, le Salon International de l'Alimentation.

### CSR

#### La pomme et le raisin

Leader français des boissons à base de pomme, CSR intervient également sur le marché des jus de raisin. Elle en est aujourd'hui un des opérateurs les plus importants depuis l'acquisition de 50,1% du capital de Foulon, numéro deux européen du marché du jus de raisin. Avec un chiffre d'affaires de 152 millions de francs, Foulon réalise 70% de ses activités à l'exportation.



### ORANGINA d'un produit, une gamme

Au-delà d'une marque qu'on ne présente plus, Orangina France s'affirme désormais comme un des grands "généralistes" du marché des soft drinks. D'une part, la gamme s'est élargie avec Orangina Light et, plus récemment, Orangina Plus, la formule enrichie en vitamines.



D'autre part, Orangina France a repris avec succès la commercialisation de Brut de Pomme et de la gamme des jus de fruits Pam Pam. L'accord de partenariat signé début 1993 avec Pepsi Cola France constitue un nouveau développement de cette stratégie.



# EUROPE



**E**n Europe, Pernod Ricard est dans son jardin : le Groupe est présent dans la plupart des pays membres de la CEE mais aussi en Suisse et en Autriche. Compte tenu de la relative harmonisation des goûts d'un pays à l'autre, l'effet de gamme joue à plein autour des grandes marques internationales. L'ouverture des pays de l'Est apporte dès à présent de nouveaux relais de croissance.

## **L'Europe de l'Est s'ouvre : très vite le Groupe s'y installe**

Pernod Ricard a pris une participation de 49 % dans la création de deux sociétés, Skal-Peri-Pol en Pologne et Periba KFT en Hongrie qui ont pour vocation la commercialisation exclusive des marques du Groupe. IGM, filiale allemande de Pernod Ricard, coordonne les activités en direction des pays de l'Est et a déjà passé en 1991 un accord de distribution avec la société tchèque Alvita.



## **Les consommateurs britanniques séduits par Jacob's Creek**



Ce vin en provenance directe des chais d'Orlando Wyndham, la filiale australienne du Groupe, s'est en effet adjugé la quatrième place du marché des vins de marque cinq ans seulement après son référencement national. Un succès à la mesure des performances d'Orlando Wyndham, premier exportateur australien de vin et de sa marque vedette : une bouteille de vin sur cinq exportée d'Australie est une bouteille de Jacob's Creek.



**ORANGINA****1992 l'année espagnole**

Numéro deux européen sur son marché, la petite bouteille ronde poursuit son implantation dans l'Europe des Douze au rythme d'un nouveau pays par an. Déjà solidement installée en Suisse, en Grande-Bretagne et en Belgique, Orangina a ainsi été lancée avec succès en Irlande, en Italie et en Allemagne. Résultat, des ventes qui doublent tous les trois ans depuis 1987.

**SUISSE:****Perisem, des spiritueux aux vins**

Perisem, la filiale suisse de la SEGM, diversifie ses activités : essentiellement tournée jusqu'ici vers l'élaboration et la commercialisation de spiritueux. La société a en effet acquis le négociant genevois Pierre Vallade, spécialisé dans la distribution de vins fins.

**SIAS-MPA**  
**Présence en Autriche**

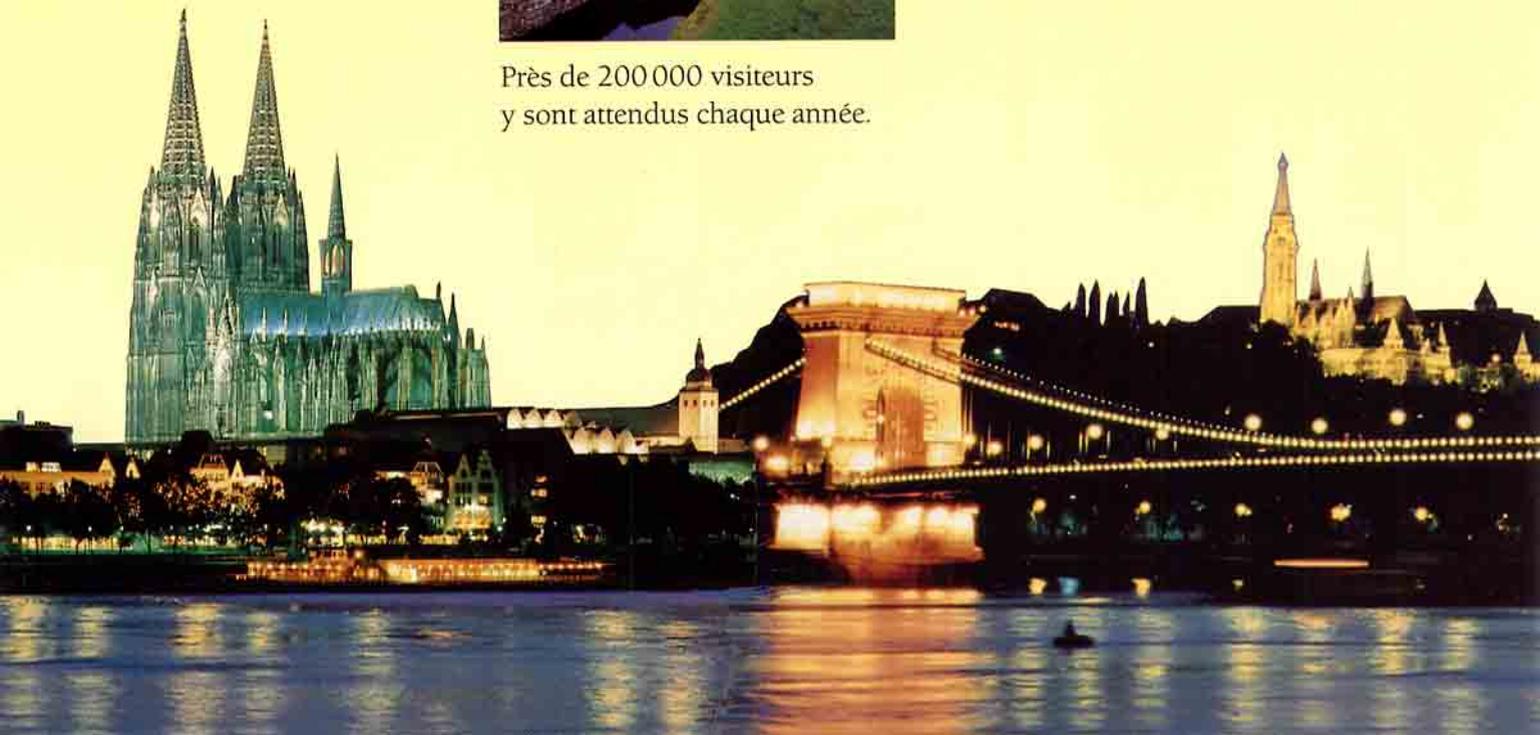
Dans le cadre d'une opération de joint-venture avec le producteur de jus de fruits autrichien Ybbstaler Fruchtsaft GmbH, SIAS-MPA a créé une nouvelle filiale de production en Autriche dont elle assure la direction. Leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie alimentaire, SIAS-MPA s'ouvre ainsi le marché autrichien, mais également les marchés voisins des pays de l'Est, Tchéquie, Slovaquie et Hongrie.

**IRISH DISTILLER'S:**  
**Tourisme au Jameson Heritage Centre**

Irish Distiller's vient d'ouvrir en Irlande un incomparable outil de promotion au nom de sa principale marque internationale, le Jameson Heritage Centre : en l'occurrence, son ancienne distillerie de Middletown, construite en 1825 et entièrement restaurée à l'identique par ses soins.



Près de 200 000 visiteurs y sont attendus chaque année.



# AMÉRIQUES



AUSTIN NICHOLS CANADA  
 RAMSEY • YOO-HOO INDUSTRIES  
 BOULEVARD-DISTILLERS • AUSTIN NICHOLS  
 ORANGINA INTERNATIONAL  
 FLAVORS FROM FLORIDA  
 SIAS MEX  
 SIAS PORT

HEUBLEIN  
 DO BRAZIL  
 CUSENIER SAIC

**1992**, année américaine. Accessoirement pour cause de commémoration du voyage de Christophe Colomb et beaucoup plus sûrement parce que la reprise économique se dessine enfin aux U.S.A. En Amérique du Sud, l'amélioration de la situation économique de plusieurs pays laisse entrevoir des possibilités nouvelles.

## CUSENIER ARGENTINE : Production de vins fins avec Etchart

"Un mariage d'amour et de convenance" a jugé Arnaldo Etchart au lendemain de l'accord qui a vu Cusenier SAIC prendre une participation de 50% au capital de sa société. Etchart, premier producteur argentin de vins fins, distribués depuis 1991 par Cusenier Argentine, exploite un

total de 420 hectares.

Son vin blanc, "Cafayate Torrontes" a été salué par Gault et Millau comme "curiosité exquise, un vin frais, équilibré, léger".

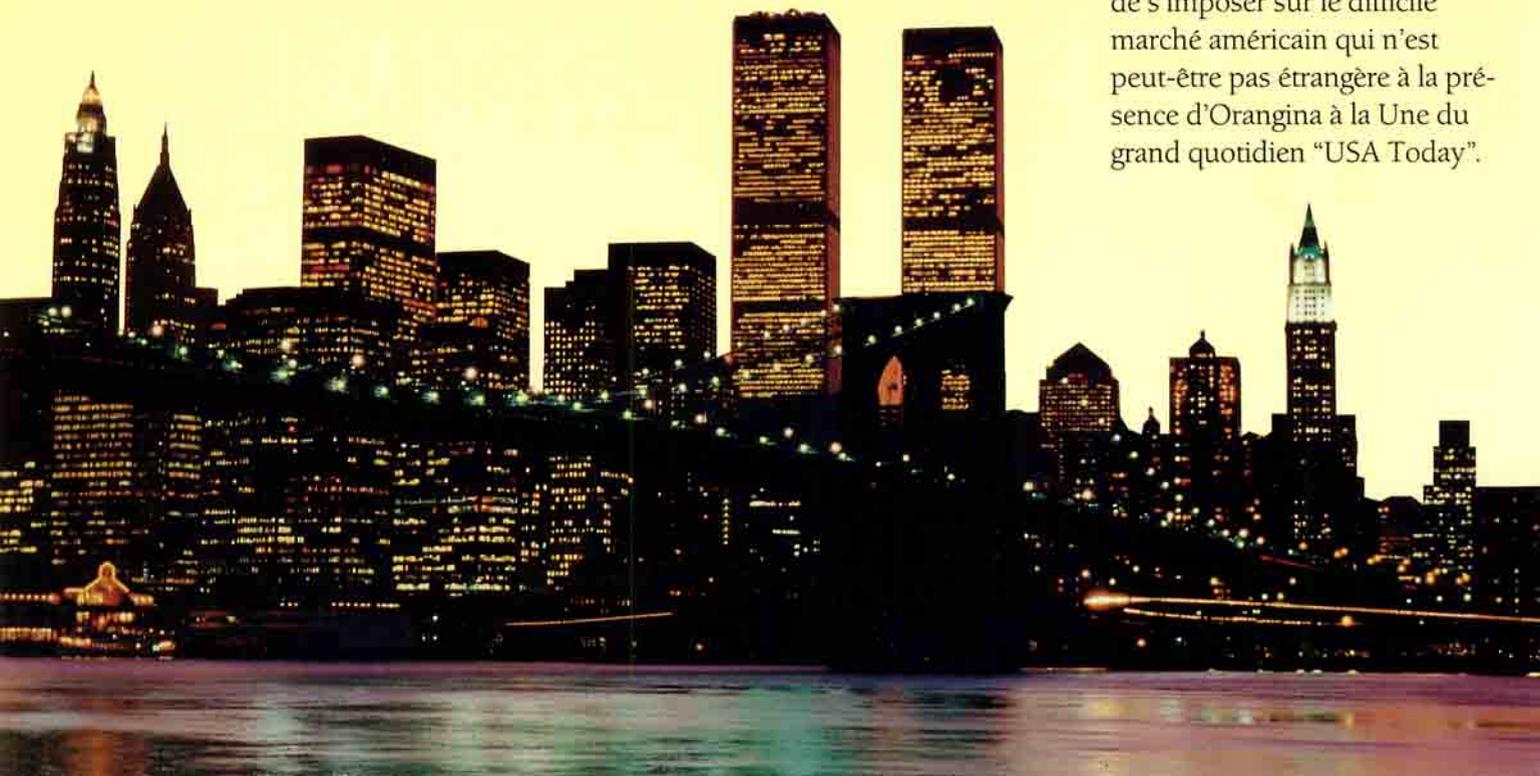


## ORANGINA Promotion à Manhattan

Réplique du célèbre modèle T de Ford, cette camionnette a été spécialement conçue pour la promotion d'Orangina à New York. Placée aux intersections des plus célèbres rues de Manhattan, la camionnette Orangina a atteint, durant l'été, les objectifs qui lui étaient assignés : faire déguster Orangina aux New-Yorkais, d'une manière originale et chic.



Ainsi, durant la belle saison, 125 000 personnes ont goûté le produit. Une volonté de s'imposer sur le difficile marché américain qui n'est peut-être pas étrangère à la présence d'Orangina à la Une du grand quotidien "USA Today".



**SIAS-MPA****Les fruits du Mexique**

Certaines variétés de fruits exotiques utilisées par SIAS-MPA pour ses préparations alimentaires ne sont produites que dans des zones géographiques fort restreintes. Il reste à les expédier dans les meilleures conditions aux différents centres de production : c'est la mission de SIAS-Mex au Mexique, la nouvelle filiale de SIAS-MPA. Au côté de SIAS-Port, la filiale mexicaine de préparations de fruits, celle-ci est spécialisée dans le tri, le conditionnement et la congélation des fruits sur le lieu de production.


**CARAÏBES :**  
**Orangina occupe**  
**le terrain**

Plus un "lolo" sans Orangina. Sachant que les "lolos" désignent aux Caraïbes les innombrables petits commerces de détail, on doit comprendre qu'Orangina y mène une campagne de terrain. Un quadrillage systématique que la marque, implantée de longue date sur le réseau des cafés-hôtels-restaurants et en grande distribution, effectue avec l'appui de la SEGM Caraïbes et des ses partenaires locaux.

**YOO-HOO****Les enfants l'aiment, les adultes lui restent fidèles**

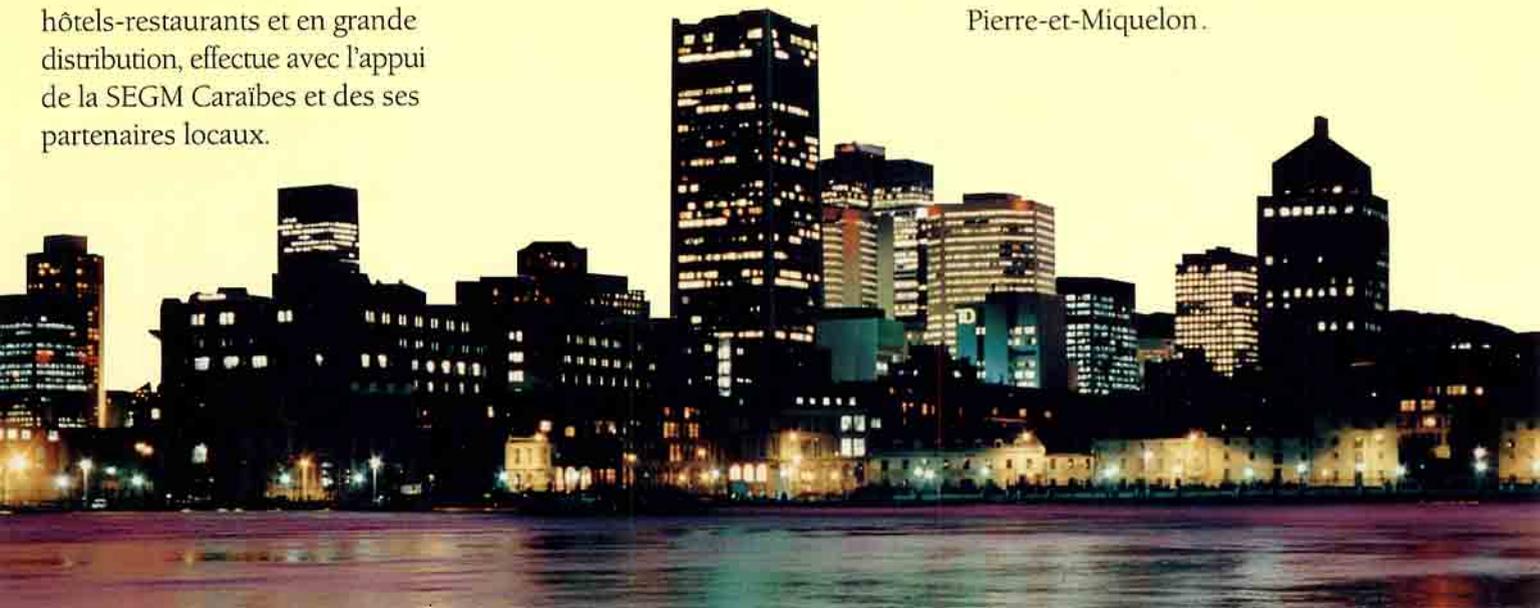
Yoo-Hoo, boisson chocolatée et riche en vitamines, est très populaire aux États-Unis auprès des enfants. La marque est très attentive à sa jeune clientèle et parraine notamment des équipes "Little League", le base-ball des enfants. Mais Yoo-Hoo est à ce point ancré dans l'univers américain que nombre de consommateurs lui restent fidèles bien au-delà des 12 ans révolus. Et c'est pour quoi de nouveaux conditionnements, mieux adaptés aux adultes, sont désormais proposés, permettant une nouvelle progression des ventes en 1992.


**Wild Turkey à la hausse :**  
**la reprise est là**

L'économie américaine recouvre un peu de santé et les consommateurs américains retrouvent le moral. En 1992, le bourbon Wild Turkey d'Austin Nichols voit à nouveau ses ventes augmenter sur son marché intérieur, alors que, depuis plusieurs années, ce sont les ventes à l'exportation qui avaient tiré sa croissance. S'agissant d'un produit et d'une marque aussi étroitement liés à la culture américaine, c'est un signe qui ne trompe pas.

**UNE ANTENNE AU CANADA**  
**POUR PERNOD RICARD**

La Sambucca de Ramazzotti a conquis les jeunes Canadiens : cette liqueur aromatisée à l'essence d'anis étoilé si typiquement méditerranéenne figure au hit parade du portefeuille de 35 produits et marques commercialisés par la nouvelle antenne du Groupe au Canada. Parmi les valeurs sûres, il faut également citer Pernod, Wild Turkey, Dubonnet et Ricard, très apprécié au Québec, et pour les vins, Jacob's Creek et Cruse. Filiale d'Austin Nichols (U.S.A.), l'antenne canadienne de Pernod Ricard est basée à Montréal et couvre également les îles françaises de Saint-Pierre-et-Miquelon.



# ASIE - AUSTRALIE OCÉANIE

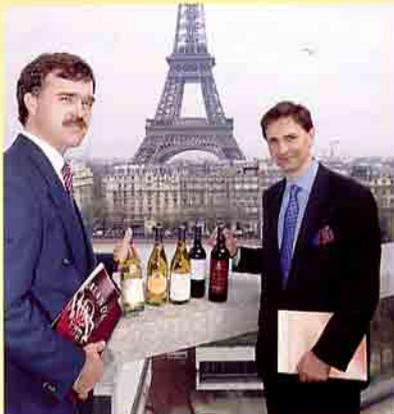


**L**es dragons crachent le feu : le Japon, Taïwan, la Corée, la Malaisie, Hong Kong et Singapour, les marchés asiatiques d'une façon générale font figure d'eldorado tant leur dynamisme économique tranche avec l'atonie des autres grands marchés internationaux. Pernod Ricard avance ses pions. En Australie, et au-delà du dynamisme d'Orlando Wyndham sur le marché du vin, de larges perspectives s'ouvrent pour les ventes de spiritueux du Groupe.

## CRÉATION DE CASELLA TAIWAN

Taïwan a mis fin au monopole d'Etat qui régissait les importations de spiritueux sur son territoire. C'est pourquoi le Groupe a ouvert sur place une nouvelle filiale de distribution, Casella Taïwan, chargée de commercialiser les produits

leaders du Groupe en Asie : Bisquit, Wild Turkey, Jameson, L. Dorville, Dubonnet et les vins Cruse et Orlando Wyndham. Une équipe de vingt-cinq collaborateurs a été mise en place à cet effet.

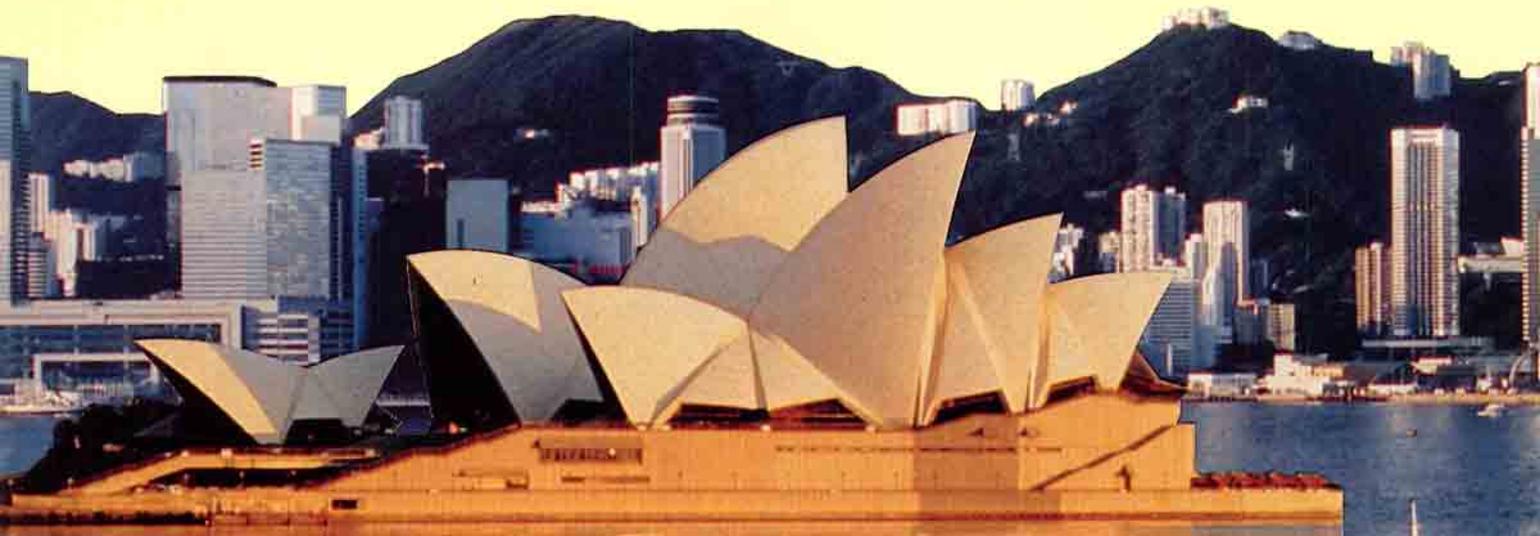


*Promotion des vins australiens à l'Ambassade d'Australie à Paris.*

## ORLANDO WYNDHAM

### Premier exportateur de vins australiens

La qualité des vins australiens n'est plus à démontrer : témoin les nombreuses récompenses glanées par Orlando Wyndham dans les grandes manifestations internationales avec Jacob's Creek, Saint Hugo, Hunter Chardonnay, etc. S'appuyant sur le réseau international du Groupe, les ventes à l'étranger du numéro deux des vins australiens se sont considérablement développées et Orlando Wyndham est devenu en 1992 le premier exportateur de vins australiens.





### SIAS-KOREA : LES FRUITS DU MATIN CALME

SIAS-MPA et les Coréens mettent les bouchées doubles sur les yaourts : le marché, depuis les années 1980, est en forte progression pour le plus grand bonheur de SIAS-Korea, la filiale locale de SIAS-MPA. Le leader mondial des préparations aux fruits a ouvert une unité de production à une centaine de kilomètres de Séoul et occupait déjà début 1992 près de 30% du marché, après six mois d'activité seulement.

### WILD TURKEY

#### Succès en Asie

Wild Turkey, le bourbon de notre filiale américaine Austin Nichols, appartient au club très fermé des grandes marques internationales. Ses ventes hors États-Unis sont sensiblement supérieures à celles réalisées sur son marché d'origine et la tendance se renforce d'année en année : voir, par exemple, la croissance soutenue et régulière des ventes enregistrées au Japon et dans toute l'Asie du Sud-Est, et en Australie.



#### Blancs de Fruits : Plébiscité par les Japonais

Le Japon possède la réputation méritée d'être un des marchés les plus difficiles du monde. Distribuée par la société japonaise Kirin Seagram, la gamme des Blancs de Fruits de Cusenier y a réussi une performance d'autant plus remarquable : en deux ans, la marque est devenue le numéro un des vins mousseux français au Japon.

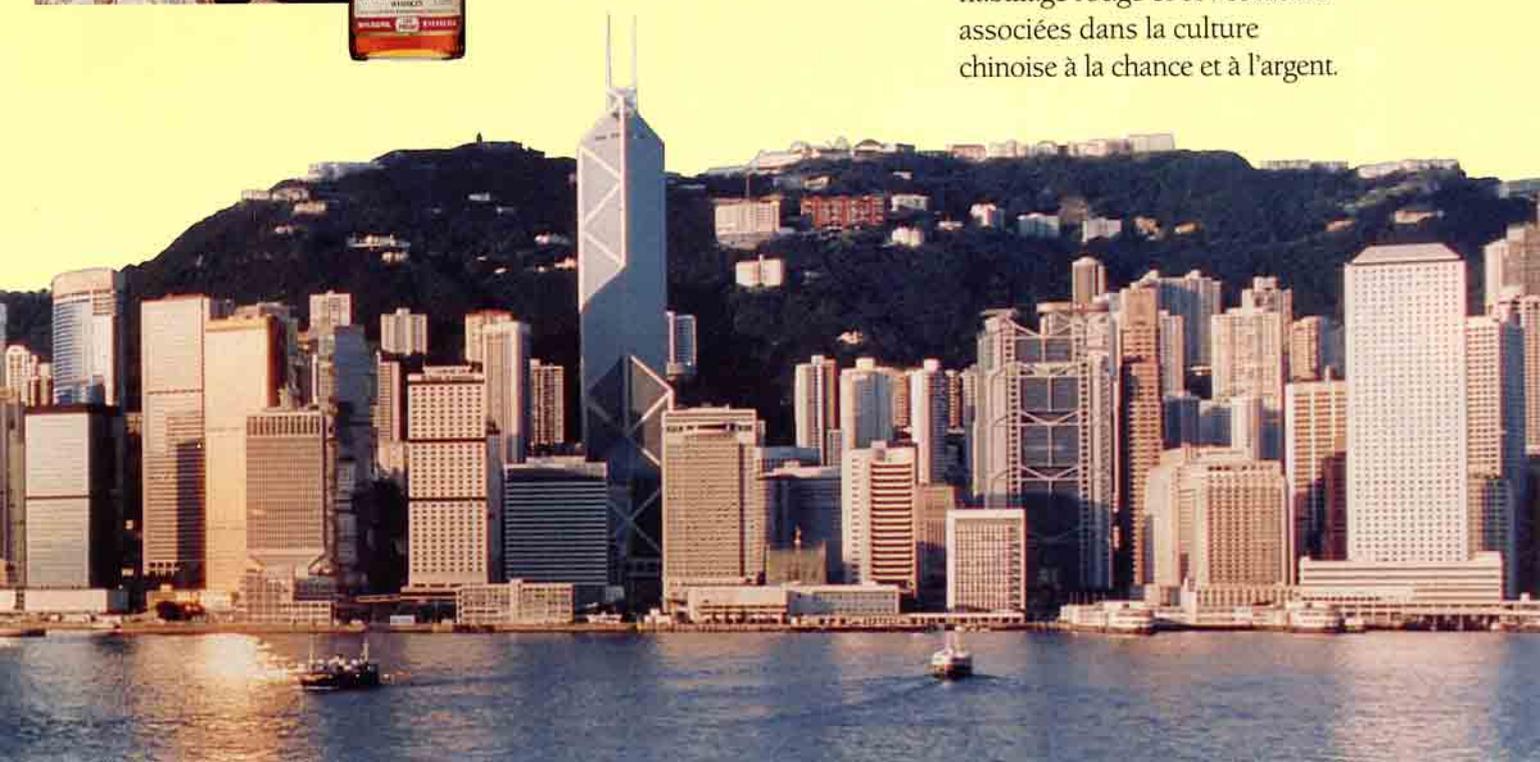


### BISQUIT : Rouge et or à Hong Kong

L'Asie demeure le premier consommateur mondial de cognac, avec 37% des ventes.



Si le Japon observe un fléchissement de la consommation, la demande reste soutenue en Asie du Sud-Est, essentiellement du fait des Chinois de Hong Kong, Taïwan, Singapour, de Chine du Sud. Tendance que Bisquit, distribué par Casella Far East, compte mettre à profit avec un nouvel habillage rouge et or : couleurs associées dans la culture chinoise à la chance et à l'argent.



# AFRIQUE

Une structure mobile et souple : l'immense continent africain n'est pas à délaissier et la SEGM a mis en place deux antennes "multiproduits", l'une à Abidjan pour les marchés du Centre et de l'Ouest, l'autre à La Réunion sur l'Océan Indien et les zones côtières. L'Afrique du Sud et ses satellites bénéficient d'une antenne spécialisée dans la commercialisation des whiskies. Le Maghreb, le Moyen et le Proche Orient relèvent d'équipes commerciales spécifiques.

## Marchés africains : Le Gabon secoue Orangina

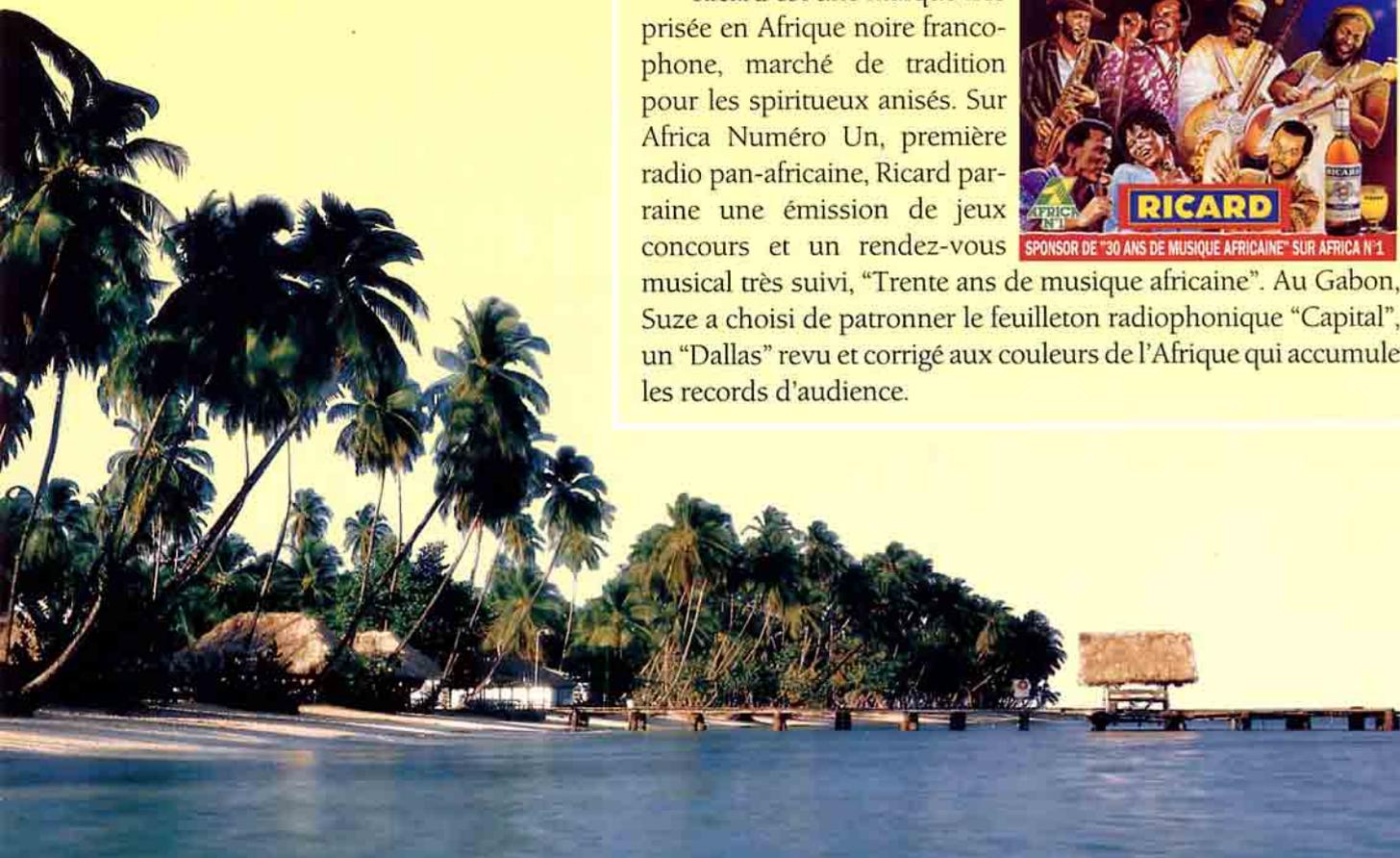
Quel pays détient le record mondial absolu de la consommation d'Orangina par habitant et par an ? Réponse : le Gabon avec une consommation per capita de 7 litres environ, très loin devant la France qui reste autour de 4 litres. Un solide point d'ancrage pour Orangina en Afrique qui obtient aussi de très bons résultats en Côte d'Ivoire et à Djibouti.

## Dubonnet : Au bonheur du Togo

En Afrique de l'Ouest, la réputation de vin tonique de Dubonnet n'est plus à faire. Par ailleurs, son célèbre chat noir est considéré là-bas comme le symbole du bonheur au foyer. On ne s'étonnera donc pas que, dans cette partie de l'Afrique, et notamment au Togo son premier marché, Dubonnet soit régulièrement offert en cadeau de mariage.

## RICARD ET SUZE : RECORD D'AUDIENCE SUR AFRICA NUMERO UN

Ricard est une marque très prisée en Afrique noire francophone, marché de tradition pour les spiritueux anisés. Sur Africa Numéro Un, première radio pan-africaine, Ricard parraine une émission de jeux concours et un rendez-vous musical très suivi, "Trente ans de musique africaine". Au Gabon, Suze a choisi de patronner le feuilleton radiophonique "Capital", un "Dallas" revu et corrigé aux couleurs de l'Afrique qui accumule les records d'audience.



# DUTY FREE

## Une filiale spécialisée pour Pernod Ricard

Le réseau des magasins "duty free" à travers le monde constitue bel et bien un marché spécifique correspondant à une gamme limitée des produits, spiritueux et eaux-de-vie de qualité pour une clientèle très particulière, hommes d'affaires et voyageurs à fort pouvoir d'achat. Pernod Ricard s'est doté depuis 1992 d'une division internationale spécialisée sur ce type de marché, World Brands Duty Free.



Le Groupe entend ainsi se développer sur un marché très important : les ventes en hors taxes de vins et spiritueux à travers le monde représentent un marché d'environ 25 milliards de francs, sur un marché global de quelque 90 milliards de francs si on y ajoute les articles de

mode, les parfums et cosmétiques et le tabac.

Les ventes de whiskies assurent à elles-seules 11 % du total des ventes et Pernod Ricard est le seul opérateur à disposer d'une gamme complète sur ce marché autour des scotchs Aberlour, Edradour et Clan Campbell, des irish whiskeys Jameson, Paddy,

Bushmills et Tullamore Dew et du bourbon Wild Turkey.

Si World Brands Duty Free est installée à Londres, la société dispose d'équipes couvrant les grandes régions du monde et situées près de ses grands clients internationaux. L'instauration du grand marché unique européen depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1993 ne remet pas en cause ce choix puisque le système des ventes en hors taxes a été prorogé jusqu'en 1999.

## UNE GAMME DE PRODUITS SPÉCIFIQUES

*La compétitivité prix est un atout important du marché hors taxes, mais elle n'est pas la seule motivation d'achat. La clientèle, en majorité un public de connaisseurs, recherchant des produits de grande qualité, peu ou pas disponibles dans les circuits habituels. C'est pourquoi les sociétés du Groupe, en particulier pour les whiskies, ont réservé au marché du "duty free" des produits spécifiques sur le haut de gamme :*

- le single malt Aberlour de 12 ans d'âge pour les scotch whiskies,



- Bushmills 1608, un premium de 12 ans d'âge pour les whiskies irlandais,
- Wild Turkey 1855 réserve, Wild Turkey 101 et Wild Turkey 12 ans d'âge pour les bourbons américains.



**A**u 31 décembre 1992, le Groupe Pernod Ricard compte 9911 personnes dont 4753 à l'étranger. Cet effectif se compose de :

- 9 103 personnes : l'effectif total des données sociales 1992,
- 808 personnes faisant partie de sociétés prises en compte dans le bilan financier et non dans les données sociales du Groupe(1).

Les grandes tendances pour l'année 1992 sont :

- un effectif stable à périmètre égal(2) et en voie d'équilibre quant à la répartition France/Étranger,
- une diminution de l'âge et de l'ancienneté moyens,
- une diminution du taux de fréquence et de gravité des accidents de travail et de trajet,
- de nombreux événements à caractère social,
- la mise en place du Centre de Formation du Groupe Pernod Ricard.

### LES EFFECTIFS

L'effectif des sociétés consolidées dans les données sociales au 31 décembre 1992 se compose de :

	1991	1992
France	6 514	4 816
Étranger	4 248	4 287
<b>Total</b>	<b>10 762</b>	<b>9 103</b>

L'effectif est en baisse par rapport à l'année précédente du fait de la cession de la SVF. Cependant, à périmètre comparable, l'effectif est stable mais non figé.

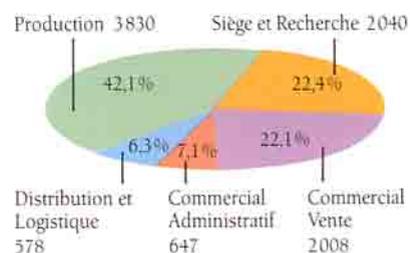
En effet, signalons notamment que :

- le nombre de contrats à durée déterminée (CDD) augmente sensiblement passant de 454 en 1991 à 548 en 1992, alors que le nombre de Contrats à durée indéterminée (CDI) diminue de 116 personnes. Ce phénomène touche avant tout les filiales françaises qui ont toutes fait

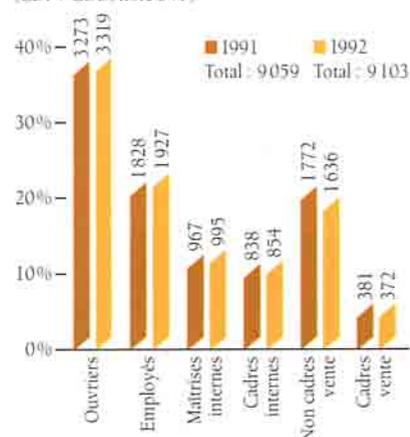
appel à plus de contrats à durée déterminée. Seules deux filiales étrangères Campbell et Orlando connaissent une hausse des contrats à durée déterminée. Dans les deux cas, il s'agit de faire face à une hausse temporaire de l'activité en recourant au recrutement d'ouvriers par contrat à durée déterminée,

- sur l'ensemble de l'année 1992, le groupe a réalisé 827 recrutements contrats à durée indéterminée externes et 56 par mutation à l'intérieur du groupe.

### RÉPARTITION DES EFFECTIFS 1992 PAR FONCTION



### RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR CATÉGORIE (CDI + CDD, hors SVF)



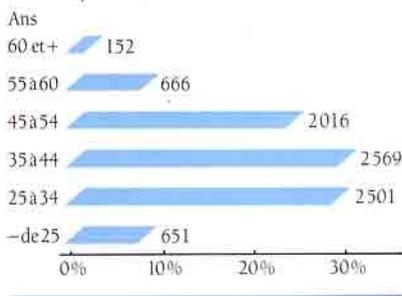
(1) Sociétés prises en compte dans le bilan financier et non dans les données sociales : Cusenier SAIC, Lizas et Lizas, Casella, Cidreries Mignard et Duché de Longueville, Antennes à l'étranger.

(2) Variations du périmètre pour 1992 : acquisitions : Vins Vallade, Sias Port, YBSIAS; cession de la SVF.

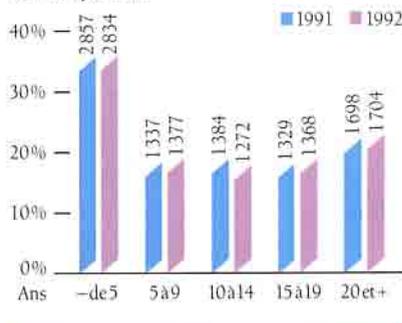


Centre de formation du Groupe. Séminaire d'initiation financière à Jouy-en-Josas.

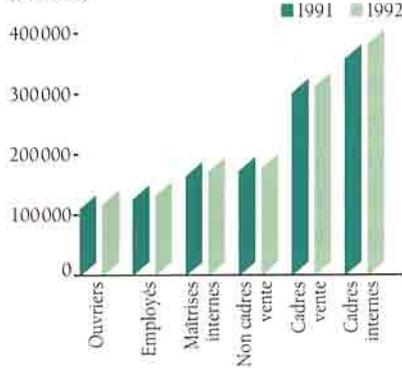
PYRAMIDE DES ÂGES 1992  
(CDI uniquement)



RÉPARTITION DES EFFECTIFS  
PAR TRANCHE D'ANCIENNETÉ  
(CDI uniquement)



SALAIRE ANNUEL MOYEN  
(en francs)



## ÂGE ET ANCIENNETÉ

Les chiffres ne concernent que les contrats à durée indéterminée.

AGE MOYEN	1991	1992
Personnel Interne	40 ans et 5 mois	39 ans et 9 mois
Personnel Vente	38 ans et 4 mois	38 ans et 11 mois
Total	39 ans et 11 mois	39 ans et 7 mois
ANCIENNETÉ MOYENNE	1991	1992
Total	11 ans et 9 mois	11 ans et 6 mois

On observe une diminution de l'âge moyen comme celle de l'ancienneté moyenne qui s'explique notamment par un nombre important de départs à la retraite, 119 départs en 1992 contre 79 en 1991.

## LES RÉMUNÉRATIONS

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 niveau de vie et aux variations des

parités étant de nature à fausser toute analyse.

Les salaires moyens en France ont augmenté de 6,53 %. L'interprétation de cette augmentation est très délicate compte tenu des changements importants du périmètre d'une année sur l'autre.

## LA FORMATION

En 1992, le pourcentage de la masse salariale consacré à la formation est d'environ 2,3 %. En France, il s'élève à 3,2 %.

La mise en place du **Centre de Formation du Groupe** en octobre 1992 constitue un événement important. Son objectif consiste à développer la formation des collaborateurs cadres des filiales françaises et étrangères. Les premiers stages concernent la formation à l'entretien d'évaluation et l'initiation financière. Le Centre de Formation a aussi pour vocation d'être un lieu de rencontres et d'échanges des cadres des différentes sociétés du groupe.

FORMATION	TOTAL GROUPE		FRANCE
	1991	1992	1992
Nombre d'heures travaillées	14 252 636	14 899 739	9 145 049
% du temps de travail	0,74	0,69	0,8
Nombre de bénéficiaires	3 282	3 458	2 222
% effectif total	36,23	37,98	46,1
Nombre d'heures par bénéficiaires	32,06	29,83	33,17
Dépenses (milliers de francs)	29 798	32 241	27 209
% masse salariale	2,3	2,3	3,2



TAUX DE GRAVITÉ  
 $\frac{\text{Nombre de jours perdus}}{1000 \text{ heures travaillées}}$



TAUX DE FRÉQUENCE  
 $\frac{\text{Nombre d'accidents avec arrêt}}{1000000 \text{ heures travaillées}}$



### ABSENTÉISME

Le taux de fréquence comme le taux de gravité des accidents de travail et de trajet diminuent.

Deux explications :

- d'une part le **nombre d'accidents avec arrêt** a sensiblement été réduit (12 %), ce qui traduit les efforts de toutes les sociétés afin d'améliorer leurs conditions de travail,
- d'autre part, le **nombre de journées perdues** baisse de 5 %, ce qui signifie que les arrêts sont de moins longue durée, et par voie de conséquence les accidents moins graves.

### POLITIQUE SOCIALE ET CONDITIONS DE TRAVAIL

**1992** est une année marquée par de nombreux événements à caractère social.

- Pernod met en place une nouvelle structure de rémunération de la force de vente et une politique de transparence sur les principes de gestion des salaires et des postes d'encadrement.

- SIAS Foods a distribué un bonus à tout son personnel à la fin de l'année et a augmenté le nombre de jours de congés annuels.

- Prac SA a mis en place un nouveau système de participation pour l'ensemble du personnel.

- Orangina a mis en place un Plan d'Épargne Entreprise avec un Fonds Commun de Placement uniquement composé d'actions Pernod Ricard et pour lequel l'entreprise complète les versements des salariés par un abondement.

- Un audit de l'ensemble des contrats de prévoyance des filiales françaises a été réalisé. Cette étude a abouti à une réduction du coût des cotisations et dans certains cas à une amélioration des garanties pour le personnel.

D'autres **progrès sociaux ont été réalisés au niveau des conditions de travail**, tant sur le plan des locaux que sur celui de la sécurité. On peut citer par exemple :

Cooymans et DSF qui ont donné la priorité au renouvellement des vêtements de travail et des chaussures de sécurité. Ou encore DSF qui a construit un restaurant d'entreprise. Par ailleurs Cusenier développe les installations tant au niveau quantitatif que qualitatif (sécurité) sur tous ses sites, Orangina rénove le site de La Courneuve avec la participation de ses

salariés et SIAS Foods met en place un comité de santé et de sécurité pour le personnel.

Enfin, il faut souligner la volonté de plusieurs sociétés d'améliorer la qualité de la production par l'adhésion au système de **certification à l'Assurance Qualité**. Cela concerne Pampryl, Pernod, Ricard, Irish Distillers, ...

La certification a pour avantage entre autre de remettre en cause l'organisation, de corriger les éventuels dysfonctionnements dans le système de production et de rechercher ainsi la rigueur.

Pernod qui a obtenu la certification ISO 9002 pour son usine de Lyon, assure une formation pour accompagner et assurer le succès de la démarche de certification. Pampryl a mis en place une démarche Assurance Qualité visant à la certification. Irish Distillers, vient d'obtenir le standard ISO 9000...

Cette démarche vers la qualité est intéressante car elle repose sur la motivation, la participation et la formation de tout le personnel concerné.



La "Ola" Pernod - 15 mai 1992.



## Groupe Pernod Ricard

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE  
DU 12 MAI 1993

EXERCICE 1992

### SOMMAIRE

Rapport de Gestion	35
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 Bernard Foussier  
Monsieur Albert Frère  
Monsieur François Gérard  
Madame Françoise Hémar  
Monsieur Thierry Jacquillat  
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'Études Économiques  
et d'Expertise Comptable

Monsieur José Marette

## RAPPORT DE GESTION

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 1992 et pour soumettre à votre approbation les comptes arrêtés au 31 décembre 1992.

Malgré un contexte économique défavorable et un net ralentissement de la consommation, Pernod Ricard a poursuivi son développement en 1992 en s'appuyant sur la répartition de ses activités dans l'alcool et le sans alcool et sur leur internationalisation croissante.

Ainsi, il convient de souligner le bon comportement des anis du Groupe vendus hors de France, comme la progression de nos whiskies en Europe, aux États-Unis et au Japon. De même, les vins australiens confirmaient leur percée remarquable en Europe et aux États-Unis. L'activité des boissons sans alcool a été particulièrement satisfaisante en Europe ainsi que celle des préparations de fruits sur l'ensemble de ses marchés dans le monde.

En conséquence, le chiffre d'affaires hors droits et taxes progresse, à périmètre comparable et hors effets devises de 4,7% à 14 497 millions de francs.

La part du chiffre d'affaires réalisé hors de France a maintenant atteint 54% (contre 49% en 1991), tandis que la cession de la SVF permettait un rééquilibrage de notre portefeuille d'activités, faisant passer la part du sans alcool de 38% en 1991 à 45% en 1992.

Les résultats financiers, quant à eux, sont conformes aux objectifs définis au début de l'exercice, le résultat net part du Groupe hors éléments inhabituels s'élevant à 1 029 millions de francs, soit + 7,7% sur 1991.

Dans le domaine des acquisitions, Pernod Ricard, déjà leader dans le secteur du cidre et des jus de raisin, a conforté sa position industrielle et commerciale par le rachat au travers de la société Cidreries et Sopagly Réunion, des Cidreries Mignard & Duché de Longueville et en prenant une participation significative dans le capital de la société Foulon.

En Argentine, Cusenier SAIC, qui commercialisait les vins Etchart a consolidé cette activité en devenant partenaire à 50% dans cette société, tandis qu'en Suisse, la société Perisem devenait propriétaire de la société Vallade, spécialisée dans la vente de vins fins.

Par contre, au cours de l'année 1992, Pernod Ricard décidait de céder à la société S.I.A. sa participation

majoritaire dans la Société des Vins de France, conservant uniquement les sociétés de négoce de vins fins fusionnées depuis sous le nom de Crus & Domaines de France. De même, dans le but de clarifier la structure de l'actionnariat de la société SIFA, Santa Lina cédait à la Société Générale 5,05% du capital de SIFA.

Enfin, un accord de commercialisation et de distribution de Pepsi Cola sur le marché français, prenant effet le 1<sup>er</sup> janvier 1993, était signé entre la société Orangina France et Pepsi Cola France.

## GROUPE PERNOD RICARD

### RÉSULTATS COMMERCIAUX EN FRANCE

La baisse sensible de la consommation des ménages au cours du second semestre a eu pour effet une stabilisation du **marché des spiritueux** qui connaissait jusqu'alors un accroissement régulier de ses volumes.

Sur le secteur des anis, part prépondérante du marché des spiritueux, les marques d'anis du Groupe ont globalement accusé un léger fléchissement.

Sur le marché des whiskies, deuxième secteur du marché globalement en baisse, l'ensemble des marques du Groupe a poursuivi son développement à un rythme soutenu (+ 11%) grâce aux résultats exceptionnels de Clan Campbell, des whiskies irlandais avec Jameson et Bushmills, du single malt Aberlour et du bourbon Wild Turkey.

Nos marques d'amers, d'apéritifs à base de vin et de vins doux naturels ont évolué comme leur marché, en stagnation ou en légère diminution.

Alors que **le marché des boissons sans alcool** a enregistré un ralentissement significatif de sa croissance, les marques de jus de fruits Pampryl et Pam Pam, les sirops Sironimo, et Champomy se sont comportés mieux que le marché. Pour Orangina, les volumes achetés par les consommateurs ont progressé plus que le marché, mais du fait de la réduction des stocks dans la clientèle, les volumes facturés à la distribution restent inférieurs à ceux de 1991.

Par contre, l'évolution de Banga souffre de la dépression des ventes des boissons aux fruits non gazeuses,

tandis que les volumes de vente de cidre de la société CSR suivent la tendance négative du marché cidricole.

Dans le secteur des préparations aux fruits, les ventes de SIAS-France continuent à augmenter, même si un léger ralentissement était constaté en fin d'exercice.

### RÉSULTATS COMMERCIAUX A L'ÉTRANGER

**Le marché des spiritueux**, au plan mondial, reste déprimé. Cependant, nos marques d'anis ont affiché une évolution satisfaisante en volumes. Les whiskies ont continué leur percée avec une confirmation du succès des marques Clan Campbell, Jameson, Aberlour et Wild Turkey, notamment en Europe et dans la zone Asie-Pacifique.

Pour les vins, il faut citer Jacob's Creek qui, tant sur le marché australien qu'en Grande-Bretagne, en Scandinavie et aux USA, voit ses volumes croître. De même, Canei enregistre une forte avancée de ses volumes, en Allemagne, aux USA et en Hollande.

**Le marché des boissons sans alcool** est toujours dynamique. Orangina y marque des points, notamment en Europe et en Afrique tandis qu'aux États-Unis, Yoo-Hoo évolue d'une façon positive.

Enfin, dans le secteur des préparations de fruits, les tonnages vendus par SIAS-MPA poursuivent leur croissance, comme les années précédentes.

### RÉSULTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

En 1992, le périmètre de consolidation a été modifié par l'incorporation des sociétés Cusenier SAIC, Vallade, Prasia, Mignard, Duché de Longueville et SIAS-Port.

A l'inverse, la Société des Vins de France, cédée le 19 mai 1992, a été sortie du périmètre au 1<sup>er</sup> janvier 1992.

Le chiffre d'affaires hors droits et taxes s'élève à 14,5 milliards de francs, contre 15,2 milliards de francs en 1991.

La baisse du chiffre d'affaires est due principalement à la cession de la SVF et aux dépréciations monétaires compensées en partie par la croissance interne. Hors effet devises et à périmètre comparable, la croissance du chiffre d'affaires est de 4,7 %.

La marge brute consolidée atteint 8,4 milliards de francs, en très légère baisse sur 1991, et le taux de marge brute s'améliore de 55,5 % à 57,9 %.

Le montant total des charges s'élève à 6,4 milliards de francs, soit à un niveau identique au montant de 1991, mais en hausse de 7 % à périmètre comparable du fait de soutiens publi-promotionnels accrus sur nos marques.

En conséquence, le résultat opérationnel s'élève à 2 milliards de francs, en baisse de 3,5 %. Sa répartition qui figure en annexe aux comptes consolidés met en évidence les éléments suivants :

- baisse de 4,6 % du résultat opérationnel du secteur vins et spiritueux France, mais avec une nette amélioration du taux de marge opérationnelle qui atteint 25,6 % contre 19,2 % en 1991, explicable par la cession de la SVF. A périmètre comparable, le résultat serait équivalent à celui de l'exercice précédent, la progression de la marge brute étant compensée par des dépenses publi-promotionnelles en forte hausse ;
- maintien du résultat opérationnel du secteur vins et spiritueux à l'étranger, malgré les effets de change négatifs, grâce à l'entrée dans le périmètre de consolidation de Cusenier SAIC, au développement de l'activité export de la société Ricard et aux excellents résultats de Canei ;
- diminution de 9,2 % du résultat opérationnel du secteur sans alcool France provoquée par les performances en baisse de CSR et d'Orangina France liées au ralentissement des marchés qui les concernent tandis que JFA était pénalisée par une croissance importante de ses frais publi-promotionnels ;
- progression de 1,5 % du résultat opérationnel du secteur sans alcool à l'étranger, grâce au développement de SIAS.

La réduction de l'endettement global s'est accélérée du fait, entre autres, de la cession de la SVF. En conséquence, les frais financiers régressent de 17,4 % à 470 millions de francs contre 569 millions de francs en 1991 et le ratio de l'endettement net total par rapport aux capitaux propres s'abaisse de 78,8 % à 60 %.

Ainsi, le résultat courant atteint 1,5 milliard de francs, en hausse de 1,8 % sur 1991.

Le résultat exceptionnel de l'exercice qui s'élève à 264 millions de francs contre 16 millions de francs en 1991 inclut la plus-value réalisée par la cession de la SVF.

Le résultat net consolidé après amortissement des survaleurs s'élève à 1130 millions de francs contre 983 millions de francs en 1991, en hausse de 15,0 %,

hausse qui se limiterait à 7,7 % hors éléments inhabituels constitués essentiellement par la plus-value SVF diminuée d'amortissements exceptionnels de survaleurs.

## RELATIONS HUMAINES

Au 31 décembre 1992, les effectifs du Groupe Pernod Ricard étaient de 9 911 dont 4 753 à l'étranger.

L'ouverture du Centre de Formation du Groupe en octobre 1992 constitue un événement important. Il permettra de développer la formation de collaborateurs cadres des filiales françaises et étrangères.

Au cours de l'année 1992, 69 896 options de souscription d'actions ont été exercées au titre des différents plans d'options d'achat d'actions institués en 1988 et 1989.

## PERSPECTIVES D'AVENIR

Les prévisions pour 1993 restent difficiles face aux incertitudes économiques et financières, voire aux hypothèses pessimistes avancées par les prévisionnistes.

Dans ces conditions, le Groupe Pernod Ricard adopte une attitude faite de prudence et de confiance raisonnée dans ses atouts. Construite depuis plusieurs années, la force du Groupe réside dans sa diversification de produits, dans la maîtrise sans cesse améliorée de ses réseaux de distribution, dans la force de ses marques de spiritueux, de vins et de boissons sans alcool, dans sa capacité à réagir vite aux variations d'environnement, dans l'exploitation des synergies de toute nature existant dans le Groupe, et enfin dans sa capacité d'innover, tant au plan des produits que des méthodes de production et de commercialisation.

La stratégie de développement du Groupe ne sera pas modifiée pour 1993. Tous les atouts seront exploités au mieux. Pernod Ricard est prêt à profiter, où qu'elle se produise, de toute reprise d'activité. Des efforts sont d'ores et déjà consentis pour notamment développer les ventes de spiritueux dans les magasins hors taxes avec la création de World Brands Duty Free, accentuer la présence d'Orangina au plan international, accompagner la croissance du marché mondial des préparations de fruits, poursuivre l'implantation des whiskies du Groupe dans le secteur des marques de haut de gamme, et étendre auprès de nouveaux consommateurs l'attrait de nos marques d'anis.

## 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, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication.

Pernod Ricard a, par ailleurs, concédé à certaines de ses filiales l'exploitation de marques dont elle est propriétaire.

Les produits d'exploitation qui incluent les redevances perçues au titre des marques appartenant à Pernod Ricard se sont élevés à 260 millions de francs, en hausse de 5 % sur 1991, tandis que les charges d'exploitation progressaient de 1,2 % pour atteindre 205 millions de francs.

Le résultat financier atteint 816 millions de francs, en très forte progression sur 1991 du fait d'un versement exceptionnel de dividendes par une des filiales du Groupe.

La cession de la SVF explique en partie l'importance du résultat exceptionnel. Après impôts sur les sociétés, le bénéfice net de l'exercice s'est établi à 1 175,7 millions contre 490,6 millions de francs en 1991.

## AFFECTATION DES RÉSULTATS

Les comptes 1992 sont annexés au présent rapport et nous les soumettons à votre approbation.

Nous vous proposons de fixer à F 8,50 par action le montant du dividende correspondant à une augmentation de 6,3 % par rapport à celui de l'année précédente. L'affectation des résultats qui vous est soumise est donc la suivante :

Résultat bénéficiaire de l'exercice	F 1 175 716 482,49
Report à nouveau créateur	F 472 401 970,30
<b>Montant distribuable</b>	<b>F 1 648 118 452,79</b>
Dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme, étant précisé que la réserve légale a déjà atteint son montant maximum	F 350 057 416,98
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 343 018 853,20
Le solde étant reporté à nouveau, soit	F 898 655 521,81
<b>Montant réparti</b>	<b>F 1 648 118 452,79</b>

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".

Si vous approuvez ce projet d'affectation, le dividende global rapporté à une action sera de F 12,75.

Dividende distribué	F 8,50
Impôt déjà payé au Trésor Public	F 4,25

Nous vous demandons de fixer au 17 mai 1993 la date de mise en paiement du dividende, sous déduction de l'acompte de 4 francs versé le 14 janvier 1993.

Conformément aux dispositions de l'Article 243 bis du Code Général des Impôts, nous vous rappelons 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 :

	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1989	11 747 221	F 26,50	F 13,25	F 39,75
1990	11 747 221	F 30,00	F 15,00	F 45,00
1991	11 747 221	F 32,00	F 16,00	F 48,00

### INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Nous vous demandons de bien vouloir donner quitus à votre Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1992.

Nous vous proposons de réélire Madame Danièle Ricard et Monsieur Jean-Claude Beton, dont les mandats viennent à échéance pour cette présente Assemblée.

Nous vous proposons également de nommer en remplacement de M. Jean Delquié, la Compagnie Consulaire d'Expertise Comptable Jean Delquié en qualité de Commissaire aux Comptes (titulaire) et de renouveler le mandat de Commissaire aux Comptes du Cabinet A. & Louis Genot (titulaire) dont les mandats arrivent à échéance pour cette présente Assemblée.

En mai 1992, vous avez 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 demandons de bien vouloir renouveler cette autorisation, étant entendu que le prix maximal d'achat serait de F 600,00 et le prix minimal de vente de ces actions de F 250,00 par action, et ce pour une période de 18 mois à compter de la présente Assemblée.

Votre Conseil vous propose de porter de F 1 856 000 à F 1 912 000 le montant des jetons de présence à compter de l'exercice 1993, étant précisé que cette charge supplémentaire ne sera pas, selon toute vraisemblance, admise en déduction du bénéfice fiscal de la Société.

Enfin, nous vous informons que la société Paul Ricard et la société Sifa détiennent respectivement plus de dix pour cent et plus de cinq pour cent du capital de votre Société.

Les actions de Pernod Ricard détenues par ses filiales et sous-filiales représentent 0,8 % du capital de Pernod Ricard au 31 décembre 1992.

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

Le Conseil d'Administration



## BILAN CONSOLIDÉ

(en millions de francs)

ACTIF	1992			1991
	Valeur brute	Amortissements et provisions	Valeur nette	Valeur nette
<b>Actif immobilisé</b>	<b>11 889</b>	<b>(3 399)</b>	<b>8 490</b>	<b>8 556</b>
Immobilisations incorporelles	2 413	(273)	2 140	2 131
Immobilisations corporelles	5 693	(2 717)	2 976	2 943
Survaleur	1 621	(314)	1 307	1 362
Immobilisations financières	2 162	(95)	2 067	2 120
<b>Actif circulant</b>	<b>9 167</b>	<b>(281)</b>	<b>8 886</b>	<b>9 507</b>
Stocks	4 161	(58)	4 103	4 356
Créances d'exploitation diverses	4 346	(200)	4 146	4 367
Valeurs mobilières de placement	211	(23)	188	192
Disponibilités	449		449	592
<b>Comptes de régularisation Actif</b>	<b>138</b>	<b>(7)</b>	<b>131</b>	<b>166</b>
<b>Ecart de conversion Actif</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>21 198</b>	<b>(3 687)</b>	<b>17 511</b>	<b>18 233</b>

(en millions de francs)

	1992	1991
<b>PASSIF</b>		
<b>Capitaux propres du Groupe</b>	<b>7 663</b>	<b>7 046</b>
Dont droits du Groupe dans le résultat	1 100	956
<b>Droits des tiers dans les capitaux propres</b>	<b>320</b>	<b>295</b>
Dont droits des tiers dans le résultat	30	27
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>270</b>	<b>198</b>
<b>Impôt différé Passif</b>	<b>85</b>	<b>51</b>
<b>Dettes</b>	<b>9 136</b>	<b>10 618</b>
Dettes financières	5 432	6 571
Emballages consignés	109	179
Dettes d'exploitation	2 908	3 193
Dettes diverses	687	675
<b>Comptes de régularisation Passif</b>	<b>37</b>	<b>25</b>
<b>Ecart de conversion Passif</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>17 511</b>	<b>18 233</b>

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions de francs)	1992	1991	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires H.D.T.</b>	<b>14 497</b>	<b>15 221</b>	<b>- 4,8 %</b>
Achats consommés	(6 099)	(6 768)	- 9,9 %
<b>Marge brute</b>	<b>8 398</b>	<b>8 453</b>	<b>- 0,6 %</b>
Frais de production et de distribution	(2 051)	(2 122)	- 3,3 %
Frais de commercialisation et d'administration	(4 367)	(4 279)	2,1 %
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1 980</b>	<b>2 052</b>	<b>- 3,5 %</b>
Frais financiers nets	(470)	(569)	- 17,4 %
<b>Résultat courant</b>	<b>1 510</b>	<b>1 483</b>	<b>1,8 %</b>
Charges et produits exceptionnels nets	264	16	NS
Impôts sur les bénéfices	(522)	(509)	2,6 %
<b>Résultat des sociétés intégrées</b>	<b>1 252</b>	<b>990</b>	<b>26,5 %</b>
Résultat des sociétés mises en équivalence	15	40	- 62,5 %
<b>Résultat avant amortissement de survaleurs</b>	<b>1 267</b>	<b>1 030</b>	<b>23,0 %</b>
Amortissement de survaleurs	(137)	(47)	NS
<b>Bénéfice net</b>	<b>1 130</b>	<b>983</b>	<b>15,0 %</b>
Droits des tiers dans le résultat	30	27	11,1 %
<b>Droits du Groupe dans le résultat</b>	<b>1 100</b>	<b>956</b>	<b>15,1 %</b>
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 447</b>	<b>1 387</b>	<b>4,3 %</b>

## TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES DU GROUPE

(en millions de francs)

	Capitaux propres du Groupe
<b>Au 31 décembre 1990</b>	<b>6 331</b>
Dividendes payés aux actionnaires	(352)
Changement de périmètre de consolidation	(6)
Variation des réserves	129
Variation de l'écart de conversion	(12)
Résultat net consolidé 1991 - part du Groupe	956
<b>Au 31 décembre 1991</b>	<b>7 046</b>
Dividendes payés aux actionnaires	(372)
Changement de périmètre de consolidation	9
Variation des réserves	(17)
Variation de l'écart de conversion	(103)
Résultat net consolidé 1992 - part du Groupe	1 100
<b>Au 31 décembre 1992</b>	<b>7 663</b>

## TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 1992

(en millions de francs)

	1992
Résultat net consolidé part du Groupe	1 100
Résultat net consolidé part des intérêts minoritaires	30
Résultat des sociétés mises en équivalence (net des dividendes)	(14)
Dotation aux amortissements sur immobilisations	443
Dotation aux amortissements des survaleurs	137
Variation des provisions et de l'impôt différé	169
Plus-values sur cessions d'immobilisations (nettes d'impôt)	(418)
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 447</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	(189)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>1 258</b>
Acquisition d'immobilisations non financières (nette des cessions)	(589)
Acquisition d'immobilisations financières (nette des cessions)	46
Incidence des variations du périmètre de consolidation	618
Variation des créances et dettes sur immobilisations	(147)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement</b>	<b>(72)</b>
Augmentation de capital	-
Emission d'emprunts et nouvelles dettes financières	327
Dividendes versés	(382)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>	<b>(55)</b>
Incidence des écarts de conversion	17
<b>Variation nette de la trésorerie</b>	<b>1 148</b>
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	(3 303)
Trésorerie à la clôture de l'exercice	(2 155)

## ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

## NOTE 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 un contrôle conjoint avec un autre partenaire sont consolidées par intégration proportionnelle.

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 16.

Par mesure de simplification, ou en raison du préjudice grave qui pourrait en résulter, seuls les noms et coordonnées des principales sociétés faisant partie du périmètre de consolidation y sont indiqués.

## 1.2. MÉTHODES DE CONVERSION

a) 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 1991 et le 31 décembre 1992 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.

b) Les transactions réalisées en devises étrangères sont converties au cours des devises à la date des transactions. Les pertes et profits, résultant de la conversion des soldes concernés aux cours du 31 décembre 1992, sont portés au compte de résultat.

## 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 de cession.

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<sup>er</sup> janvier 1986, les écarts d'évaluation sont affectés aux actifs et en particulier aux marques s'il y a lieu.

L'écart d'acquisition (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 l'écart de conversion, ces emprunts étant la contrepartie d'actifs en livres irlandaises.

### 1.9. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Le poste enregistre l'ensemble des provisions pour risques et charges comptabilisées par les sociétés du Groupe, et en particulier la provision pour indemnités de départ 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 départ à la retraite acquises à la clôture de l'exercice pour l'ensemble des personnes ayant 45 ans et plus.

### 1.10. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Depuis le 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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 selon la méthode du report variable ; il s'agit principalement des décalages temporaires, des annulations de provisions réglementées et des retraitements de consolidation.

Le poste "Impôt différé Passif" enregistre la charge latente nette d'impôt tant à long terme qu'à court terme.

### 1.11. INSTRUMENTS DE COUVERTURE DU RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Le Groupe Pernod Ricard souscrit périodiquement, en vue de se protéger de variations importantes des taux d'intérêt, des contrats de garantie de taux.

Les résultats liés à ces contrats de garantie souscrits sont rapportés dans les résultats du Groupe Pernod Ricard prorata temporis tout au long de la durée de vie de ces opérations :

- les primes payées sont étalées comptablement sur la durée de vie du contrat ;
- les différentiels d'intérêts perçus ou payés périodiquement sont comptabilisés dans l'exercice de référence ;
- les contrats souscrits étant des opérations de couverture de position réelle, aucun gain (ou perte) latent n'est comptabilisé à la date de clôture de l'exercice.

## NOTE 2 - ÉLÉMENTS INHABITUELS

Le résultat consolidé de l'exercice 1992 comprend plusieurs éléments inhabituels, qui ont pour effet d'augmenter le bénéfice net du Groupe de 71 millions de francs.

(en millions de francs)	Montant net d'impôts
Plus-value de cession d'actifs, diminuée de provisions pour risques et charges (1)	163
Amortissement complémentaire de survaleurs (2)	(92)
<b>Total</b>	<b>71</b>

(1) Il s'agit de la plus-value nette d'impôt sur les sociétés réalisée en avril 1992 lors de la cession de la Société des Vins de France avec effet rétroactif au 1<sup>er</sup> janvier 1992, après prise en compte de coûts de restructuration de certains actifs que le Groupe a conservés, et diminuée de certaines provisions pour coûts et dépréciation d'actifs, auxquels le Groupe devra probablement faire face dans les prochaines années.

(2) En application des principes comptables mentionnés dans la note 1.6, le Groupe a procédé à des amortissements complémentaires de survaleurs pour un montant total de 92 millions de francs. Ces dépréciations résultent de l'actualisation au 31 décembre 1992 des hypothèses retenues lors de l'acquisition de diverses sociétés, ceci dans le respect du principe de prudence.

## NOTE 3 - PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

En 1992, le périmètre de consolidation s'est agrandi comme suit :

- Cidreries Mignard, société française, producteur et distributeur de cidre ;
- Cidrerie et Vergers du Duché de Longueville, société française, producteur et distributeur de cidre ;
- Prasia, société de distribution de vins, spiritueux et boissons sans alcool à Singapour ;
- Vallade, société de distribution de vins et spiritueux en Suisse ;
- Cusenier Saic et sa filiale Etchart, sociétés de production et de distribution de vins et spiritueux en Argentine ;

SIAS Port, société de production et de commercialisation de préparations de fruits au Mexique est consolidée par intégration globale depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1992.

Enfin, la Société des Vins de France, que le Groupe a cédée en mai 1992, n'est plus consolidée depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1992. En revanche, les sociétés de négoce de vins fins fusionnées sous le nom de Crus et Domaines de France ont été conservées.

## NOTE 4 - PRÉSENTATION DU COMPTE DE RÉSULTAT

En 1992, le Groupe a adopté un nouveau compte de résultat consolidé, où les produits et les charges sont présentés par destination et non plus par nature comptable. Ce nouveau format de présentation permet ainsi de donner une image plus économique de l'activité du Groupe.

Afin de le rendre comparable, le compte de résultat de l'exercice 1991 a été retraité selon ce nouveau format qui

se présente et se compare à l'ancienne présentation comme suit :

(en millions de francs)

Ancien format 1991		Nouveau format 1991	
Chiffre d'affaires HDT	15 221	Chiffre d'affaires HDT	15 221
Marge brute	8 453	Marge brute	8 453
Services extérieurs	(3 159)		
Impôts et taxes	(235)		
Frais de personnel	(2 557)	Frais de production et de distribution	(2 122)
Autres produits et charges de gestion courante	45	Frais de commercialisation et d'administration	(4 279)
Dotations aux amortissements	(412)		
<b>Résultat avant opérations financières</b>	<b>2 135</b>	<b>Résultat opérationnel</b>	<b>2 052</b>

La différence de 83 millions de francs apparaissant au niveau du résultat opérationnel provient dans sa quasi-totalité de la prise en compte, dans les différentes rubriques de charges d'exploitation du nouveau format, de la provision pour participation des salariés, qui était jusque-là considérée comme faisant partie des éléments dits "exceptionnels".

#### NOTE 5 - 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.

#### NOTE 6 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions de francs)	1992			1991
	Valeur brute	Amortissement et provisions	Valeur nette	Valeur nette
Terrains	353	(9)	344	396
Constructions	1 827	(620)	1 207	1 162
Installations techniques, matériel et outillage	2 491	(1 528)	963	888
Autres immobilisations corporelles	918	(560)	358	393
Immobilisations corporelles en cours	97	-	97	73
Avances et acomptes	7	-	7	31
<b>Total</b>	<b>5 693</b>	<b>(2 717)</b>	<b>2 976</b>	<b>2 943</b>

#### NOTE 7 - IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

(en millions de francs)	1992			1991
	Valeur brute	Provisions	Valeur nette	Valeur nette
Titres mis en équivalence	169	-	169	162
Autres titres de participation	1 896	(81)	1 815	1 894
Créances sur participations	52	(11)	41	17
Autres immobilisations financières	45	(3)	42	47
<b>Total</b>	<b>2 162</b>	<b>(95)</b>	<b>2 067</b>	<b>2 120</b>

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

Les autres titres de participation comprennent les titres Société Générale (2,06 % du capital) et les titres Compagnie de Suez (1,82 % du capital).

#### NOTE 8 - STOCKS ET EN-COURS

La répartition des stocks et en-cours à la clôture des exercices 1992 et 1991 est la suivante :

(en millions de francs)	1992	1991
Matières premières	857	819
En-cours de biens	2 233	2 203
Stocks de marchandises	376	478
Produits finis	637	856
<b>Total</b>	<b>4 103</b>	<b>4 356</b>

#### NOTE 9 - PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

(en millions de francs)	1992	1991
Provisions pour indemnités de départ à la retraite	106	91
Provisions pour risques divers	164	107
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>198</b>

#### NOTE 10 - IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

(en millions de francs)	1992	1991
Impôts exigibles	(488)	(481)
Impôts différés	(34)	(28)
<b>Total</b>	<b>(522)</b>	<b>(509)</b>

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable. Au bilan, ils se décomposent de la manière suivante :

(en millions de francs)	1992	1991
Impôt différé actif	149	164
Impôt différé passif	(234)	(215)
<b>Impôt différé net au bilan</b>	<b>85</b>	<b>51</b>

## NOTE II - DETTES FINANCIÈRES

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

(en millions de francs)	1992	1991
Court terme (moins de 1 an)	2 936	4 087
dont concours bancaires	2 792	4 087
Moyen terme (de 1 à 5 ans)	2 163	1 381
Long terme (plus de 5 ans)	333	1 103
<b>Total</b>	<b>5 432</b>	<b>6 571</b>

Le Groupe Pernod Ricard a souscrit auprès d'établissements financiers, en décembre 1990 et janvier 1991, pour un montant total de 1 600 millions de francs, des contrats de ligne de crédit confirmé pour des durées de 4 et 5 ans. Au 31 décembre 1992, aucune utilisation de ces lignes de crédit n'était en cours.

## NOTE 12 - TITRES SUBORDONNÉS A DURÉE INDÉTERMINÉE

Le 20 mars 1992, Pernod Ricard a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de francs.

Les conditions d'émission comportent les clauses essentielles suivantes :

- Les titres, pour lesquels aucune échéance de remboursement n'est prévue, ne seront remboursés à leur valeur nominale qu'en cas de liquidation, ou dissolution anticipée volontaire de Pernod Ricard, sauf en cas de fusion ou de scission ;
- Le remboursement sera subordonné au désintéressement complet préalable de tous les créanciers de Pernod Ricard à l'exclusion des titres participatifs qui pourraient être émis par Pernod Ricard ;
- Le paiement des intérêts pourra être suspendu au cas où :
  - les comptes consolidés feraient apparaître des pertes pour un montant supérieur à 25 % des capitaux propres consolidés,
  - et aucune distribution de dividende n'aurait été décidée au titre du dernier exercice social.

Les TSDI sont qualifiés de "reconditionnés", par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Par cette convention la société tierce, qui, par un contrat distinct conclu avec les souscripteurs, s'est engagée à leur racheter les TSDI au bout de 15 ans, a renoncé à la perception des intérêts à compter de la 16<sup>e</sup> année, moyennant le versement initial par Pernod Ricard d'une somme de 96 millions de francs.

Dans l'hypothèse d'un remboursement ou d'un rachat anticipé avant la fin du délai de 15 ans, la société tierce assurerait partiellement la charge du désintéressement des porteurs des TSDI conjointement avec Pernod Ricard.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TSDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 304 millions de francs ;
- le résultat consolidé de chaque exercice supporte les intérêts payés sur le nominal de l'émission, sous déduction des produits générés par le placement des 96 millions de francs. Ce produit est imputé sur le solde à la date de clôture du poste TSDI.

Les TSDI ont été émis moyennant rémunération du nominal au taux fixe de 10,07 %.

Le régime fiscal de l'émission a été défini par le Service de la Législation Fiscale par lettre adressée à la Société.

Le montant net disponible au 31 décembre 1992 (soit 296 millions de francs) a été inclus dans le poste "Dettes financières".

## NOTE 13 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

(en millions de francs)

Engagements donnés :	1992	1991
Crédit-bail	6	28
Cautions données aux banques	743	1 039
Engagements d'achat aux fournisseurs	88	248

La caution donnée à la Société Générale par Pernod Ricard afin de contre-garantir les obligations (loan notes) émises pour financer en partie l'acquisition du Groupe Irish Distillers et garanties en principal par la Société Générale a été réduite de 966 à 679 millions de francs entre 1991 et 1992, compte tenu des remboursements effectués.

## NOTE 14 - CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

Comme mentionné dans la note 1.11, Pernod Ricard a souscrit des contrats de garantie de taux dont les principales caractéristiques au 31 décembre 1992 sont comme suit :

	Collar 1	Collar 2	Collar 3
Montant (en millions de francs)	500	500	400
Taux garantis :			
• plafond	10,00 %	9,75 %	9,50 %
• plancher	9 à 9,40 %	8,25 %	8,28 %
Durée	3 ans	3 ans	5 ans
Départ	01/11/1990	01/03/1991	29/11/1991
Echéance	31/10/1993	28/02/1994	28/11/1996

## NOTE 15 - EFFECTIFS MOYENS ET FRAIS DE PERSONNEL

Les effectifs moyens de l'exercice 1992 s'élèvent à 9 381 personnes.

Les frais de personnel se sont élevés à 2 495 millions de francs en 1992 contre 2 690 millions de francs en 1991. Ces chiffres incluent la participation des salariés ainsi que les charges de personnel intérimaire et ne sont donc pas directement comparables à ceux présentés en 1991.

## NOTE 16 - LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

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

Sociétés	Siège	% de consolidation	Méthode de consolidation	Numéro Siren
Pernod Ricard	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	Société mère		582 041 943
Ricard	4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	100	I.G.	303 656 375
• Renault Bisquit	Domaine de Lignères, 16170 Rouillac	100	I.G.	905 420 170
Pernod	120, avenue du Maréchal-Foch, 94105 Créteil	100	I.G.	302 208 301
SEGM	2, rue de Solferino, 75008 Paris	100	I.G.	302 453 592
• Prac SA (Espagne)	Avenida Diagonal 477, Planta 14, Barcelone 36	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 (RFA)	Poststrasse n° 8, 5400 Coblence	100	I.G.	
• Koninklijke Cooymans BV (Pays-Bas)	De Kroonstraat 1, 5048 AP Tilburg	100	I.G.	
• Lizas et Lizas (Grèce)	L. Anthousas, 15344 Palini Attiki	90,0	I.G.	
• Pernod Ricard Japan K.K. (Japon)	Tamaya Building, 3th Floor, 14-12 Shinjuku 1 - Chome Shinjuku-Ku, Tokyo 160	100	I.G.	
• Casella Far East Ltd. (Hong Kong)	1007-8 New Kowloon Plaza - 38 Tai Kok Tsui Road, Kowloon, Hong Kong	100	I.G.	
• Cusenier Saic (Argentine)	Lima 187 - 4° - 1073 Buenos Aires	100	I.G.	
Cusenier	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	100	I.G.	308 198 670
Austin Nichols (USA)	156 East, 46th Street, New York N.Y. 10017	100	I.G.	
• Orangina International (USA)	156 East, 46th Street New York N.Y. 10017	100	I.G.	
• Boulevard Distillers (USA)	156 East, 46th Street New York N.Y. 10017	70,0	I.G.	
• Yoo-Hoo Industries (USA)	156 East, 46th Street New York N.Y. 10017	100	I.G.	
• Heublein Japan	Roppongi Building, 3 Fl. 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.	035 680 016
CSR	2-bis, rue de Solferino - 75007 Paris	99,0	I.G.	552 024 275
• Cidrerie et Vergers du Duché de Longueville	Anneville-sur-Scie - 76590 Longueville-sur-Scie	100	I.G.	552 750 291
• Cidreries Mignard	BP 1 - 77510 Bellot	100	I.G.	745 750 448
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.	
Santa Lina	Rue du Soleil-Levant, 20000 Ajaccio	100	I.G.	045 920 105
SIAS-MPA	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	100	I.G.	436 380 521
• SIAS-France	17, avenue du 8-mai-1945, 77290 Mitry-Mory	100	I.G.	341 826 006
• Ramsey Laboratoires (USA)	2742, Grand Avenue, Cleveland, Ohio 44104 3191	100	I.G.	
• DSF (RFA)	Lillenthalstrasse 1, 7750 Konstanz	60,0	I.G.	
• SIAS Port (Mexique)	Labastida 912 B, 59650 Zamora, Michoacan	99,0	I.G.	
• SIAS Australia (Australie)	CNR George Downs Drive & Wisemans Ferry Road, Central Mangrove, NS W 2250	100	I.G.	
• SIAS Korea (Corée)	160-18 Sam Sung-Dong, Kang Nam Ku - Séoul	93,0	I.G.	
• SIAS UK (Grande-Bretagne)	Oakley Hay Lodge, Great Fold Road, Corby NN 189 AS	100	I.G.	
• San Giorgio Flavors (Italie)	Via Fossata 114, 1047 Torino	100	I.G.	
Compagnie Financière des Produits Orangina	1, La Canebière, 13001 Marseille	100	I.G.	061 801 245
• Orangina France	7, Première Avenue, 13127 Vitrolles	95,1	I.G.	056 807 076
• L'igloo	7, Première Avenue, 13127 Vitrolles	50,0	I.P.	085 720 217
• Centre d'Elaboration des Concentrés Orangina	Parc d'activités du plateau de Signes, 83870 Signes	100	I.G.	382 255 016
Crus et Domaines de France	109, rue Achard - 33000 Bordeaux	100	I.G.	384 093 290
Comrie Plc (Irlande)	61 Fitzwilliam Square, Dublin 2 (siège statutaire)	100	I.G.	
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	Greenhills Road, Walkinstown, Dublin 12	100	I.G.	
Pernod Ricard Australia (Australie)	Grosvenor Place, 225 George Street, Sydney NSW 2000 Australia	100	I.G.	
• Orlando Wyndham Group Pty Limited	P.O. Box 2248, Adelaide, 100 South Australia 5001	80,7	I.G.	
Heublein do Brazil (Brésil)	655, rue Araporé, Sao Paulo	30,0	M.E.E.	

## NOTE 17 - INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

### VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

<b>Volumes commercialisés</b> (en millions de litres)	<b>129</b>
<b>Effectifs</b>	<b>2 975</b>

#### 21 centres de production en France

##### Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod, Alaska.
- Suze.
- Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano, Byrrh, Americano 505, Vabé, Bartissol.
- Whiskies Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Cutty Sark(\*).
- Whiskeys Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Power.
- Bourbon Wild Turkey.
- Vodkas Stolichnaya(\*) et Karinskaya.
- Calvados Busnel et Lancelot.
- Cognac Bisquit et Armagnac Marquis de Montesquiou.
- Portos Cintra, Warre et Feist.
- Rhums 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.
- Baroque, Soho.
- Alexis Lichine, Cruse, Victor Bérard, Pasquier Desvignes.

(\*) Concession.

##### Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- Ricard et ses filiales : Galibert & Varon, Tinville, Renault Bisquit.
- Pernod et ses filiales : SPA, Distillerte Laurent.
- Cusenier.
- Cidreries et Sopagly Réuniones.
- Crus et Domaines de France.

### Vins et spiritueux France

(en millions de francs)	1992	1991	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires HDT</b>	<b>3 824</b>	<b>5 332</b>	<b>-28,3</b>
Achats consommés	(869)	(1 793)	-51,5
<b>Marge brute</b>	<b>2 955</b>	<b>3 539</b>	<b>-16,5</b>
Frais de production et de distribution	(374)	(684)	-45,3
Frais de commercialisation et d'administration	(1 602)	(1 829)	-12,4
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>979</b>	<b>1 026</b>	<b>-4,6</b>

### VINS ET SPIRITUEUX ÉTRANGER

<b>Volumes commercialisés</b> (en millions de litres)	<b>215</b>
<b>Effectifs</b>	<b>2 883</b>

#### 31 centres de production et d'embouteillage :

- USA : Lawrenceburg.
- Royaume-Uni : Aberlour, Edradour, Kilwinning, Glenalachie.
- Irlande : Bushmills, Fox and Geese, Waterford, Cork, Middleton.
- Australie : Rowland flat, Griffith, Rutherglen, Dalwood, Pokolbin-Hunter Estate, Broke, Mudgee-Montrose, Pokolbin-Richmond Grove, Mudgee-Craigmoor, Eurunderree.
- Espagne : Pampelune.
- Suisse : Genève.
- Argentine : Buenos Aires, Mendoza Etchart, Cafayatte Etchart.
- Italie : Milan, Canelli.
- Pays-Bas : Almelo, Tilburg, Bois-le-Duc.
- Grèce : Palini.

##### Marques principales :

- Pernod, Ricard, Pastis 51.
- Suze.
- Dubonnet.
- Carlton, Cruse, Alexis Lichine, Victor Bérard, Pasquier Desvignes, Canei, Orlando, Jacob's Creek, Wyndham.
- Bisquit, Renault.
- Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Wild Turkey.
- Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Paddy, Power.
- King's Ransom, House of Lords, Glenforres.
- Amaro, Sambuca, Fior di Vite, Mariposa, Ocho Hermanos.
- Zoco.
- Advocaat de Korenaer, Surfers.
- Cork Dry Gin, vodka Huzzar.
- Eoliki.

##### Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales : Pérismet (Suisse) et sa filiale Vallade, Prac SA (Espagne), Ramazzotti (Italie), IGM Deutschland (RFA), Cooymans et Kerstens (Pays-Bas), Lizas et Lizas (Grèce), Casella Far East (Hong Kong), Cusenier Saic (Argentine), Prasia (Singapour), Pernod Ricard Japan (Japon).
- Irish Distillers.
- Campbell Distillers et sa filiale Caxton Tower.
- Orlando Wyndham.
- Cusenier.
- Ricard et ses filiales : Renault Bisquit, Galibert & Varon.
- Pernod et sa filiale : SPA.
- Cidreries et Sopagly Réuniones.
- Crus et Domaines de France.

### Vins et spiritueux étranger

(en millions de francs)	1992	1991	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires HDT</b>	<b>4 123</b>	<b>4 094</b>	<b>0,7</b>
Achats consommés	(1 518)	(1 675)	-9,4
<b>Marge brute</b>	<b>2 605</b>	<b>2 419</b>	<b>7,7</b>
Frais de production et de distribution	(563)	(495)	13,7
Frais de commercialisation et d'administration	(1 424)	(1 302)	9,4
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>618</b>	<b>622</b>	<b>-0,6</b>

## BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

<b>Volumes commercialisés(*)</b> (en millions de litres)	<b>428</b>
<b>Effectifs</b>	<b>1 942</b>
<b>16 centres de production en France</b>	

## Marques principales :

- Banga
- Pampryl, Pam Pam.
- Agruma, Janero.
- Sirops Cusenier, Sironimo.
- Cidres La Cidraie, Loïc Raison, Anée, Clos Normand, Jacques de Toy, Duché de Longueville.
- Pacific.
- Orangina, Matangi.
- Brut de Pomme.
- Champomy.

(\*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

## BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL EXPORT ET ÉTRANGER

<b>Volumes commercialisés(*)</b> (en millions de litres)	<b>249</b>
<b>Effectifs</b>	<b>1 581</b>

## 18 centres de production à l'étranger :

- Allemagne : Constance, Nauen.
- Royaume-Uni : Corby.
- Australie : Mangrove Mountain.
- USA : Cleveland (Ohio), Anna (Ohio), Winter Haven (Floride), Fort Worth (Texas), Carlstadt (New Jersey), Hialeah (Floride), Opelousas (Louisiane).
- Mexique : Zamora, Jacuna.
- Italie : Turin.
- Grèce : Pirée.
- Corée : Séoul.
- Fidji : Fidji.
- Autriche : Kröllendorf.

(\*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

## Marques principales :

- Orangina.
- Yoo-Hoo.
- Pampryl.
- Minerva.

## Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- JFA Pampryl et sa filiale Agruma.
- SIAS-MPA et ses filiales SIAS France et Retext.
- Cusenier.
- Cidreries et Sopagly Réunion et ses filiales Mignard et Duché de Longueville.
- Ricard.
- CFPO et ses filiales Orangina France et l'Igloo.

## Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales.
- SIAS-MPA et ses filiales : DSF et Agrota (RFA), Ramsey (États-Unis), SIAS Foods UK (Royaume-Uni), San Giorgio Flavors (Italie), SIAS Australia (Australie), SPF Fidji (Fidji), SIAS Mexique et SIAS Port (Mexique), SIAS Corée, YB SIAS (Autriche).
- JFA Pampryl.
- Cidreries et Sopagly Réunion et ses filiales Mignard et Duché de Longueville.
- CFPO et sa filiale Orangina France.
- Orangina International.
- Yoo-Hoo Industries.
- B.W.G.

## Boissons et produits sans alcool France

(en millions de francs)	1992	1991	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires HDT</b>	<b>2 793</b>	<b>2 468</b>	<b>13,2</b>
Achats consommés	(1 169)	(1 041)	12,3
<b>Marge brute</b>	<b>1 624</b>	<b>1 427</b>	<b>13,8</b>
Frais de production et de distribution	(629)	(535)	17,6
Frais de commercialisation et d'administration	(768)	(642)	19,6
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>227</b>	<b>250</b>	<b>- 9,2</b>

## Boissons et produits sans alcool export et étranger

(en millions de francs)	1992	1991	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires HDT</b>	<b>3 757</b>	<b>3 327</b>	<b>12,9</b>
Achats consommés	(2 543)	(2 259)	12,6
<b>Marge brute</b>	<b>1 214</b>	<b>1 068</b>	<b>13,7</b>
Frais de production et de distribution	(485)	(409)	18,6
Frais de commercialisation et d'administration	(573)	(505)	13,5
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>156</b>	<b>154</b>	<b>1,5</b>

## RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos assemblées générales des 14 mai 1992 et 11 juin 1987, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la Société Pernod Ricard, tels qu'ils sont annexés au présent rapport,
- la vérification du rapport sur la gestion du Groupe, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1992.

### 1 - 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.

### 2 - 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.

Fait à Paris, le 9 avril 1993

Les Commissaires aux Comptes

Jean Delquié

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

Cabinet Robert Mazars  
Frédéric Allilaire  
Patrick de Cambourg

# 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, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication.

Ses ressources sont donc constituées principalement :

- des dividendes reçus des filiales,
- des redevances perçues au titre des marques qui lui appartiennent,
- des prestations de services.

## BILAN PERNOD RICARD

(en milliers de francs)

ACTIF	31.12.1992			31.12.1991
	Brut	Amortissements et provisions	Net	Net
<b>Immobilisations incorporelles</b>	<b>222 734</b>	<b>(7 903)</b>	<b>214 831</b>	<b>189 557</b>
Licences, marques	222 734	(7 903)	214 831	189 557
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>34 573</b>	<b>(18 326)</b>	<b>16 247</b>	<b>18 779</b>
Terrains	5 410		5 410	5 527
Constructions	11 529	(6 862)	4 667	4 840
Matériel et outillage	988	(967)	21	38
Autres	16 646	(10 497)	6 149	8 374
<b>Immobilisations financières</b>	<b>6 964 624</b>	<b>(157 879)</b>	<b>6 806 745</b>	<b>6 896 370</b>
Participations	4 581 479	(149 200)	4 432 279	4 590 359
Créances rattachées à des participations	2 382 262	(8 679)	2 373 583	2 303 034
Prêts	686		686	672
Autres	197		197	2 305
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ</b>	<b>7 221 931</b>	<b>(184 108)</b>	<b>7 037 823</b>	<b>7 104 706</b>
<b>Avances et acomptes versés sur commandes</b>	<b>1 402</b>		<b>1 402</b>	<b>726</b>
<b>Créances d'exploitation</b>	<b>78 125</b>		<b>78 125</b>	<b>79 768</b>
• Créances clients et comptes rattachés	72 117		72 117	74 476
• Autres	6 008		6 008	5 292
<b>Créances diverses</b>	<b>955 729</b>		<b>955 729</b>	<b>261 045</b>
<b>Valeurs mobilières de placement</b>	<b>120 318</b>	<b>(22 792)</b>	<b>97 526</b>	<b>109 099</b>
<b>Disponibilités</b>	<b>8 793</b>		<b>8 793</b>	<b>11 535</b>
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	<b>1 164 367</b>	<b>(22 792)</b>	<b>1 141 575</b>	<b>462 173</b>
<b>Charges constatées d'avance</b>	<b>7 406</b>		<b>7 406</b>	<b>11 548</b>
<b>Charges à répartir sur plusieurs exercices</b>	<b>8 213</b>		<b>8 213</b>	<b>3 013</b>
<b>Écart de conversion - Actif</b>	<b>374</b>		<b>374</b>	<b>477</b>
<b>TOTAL COMPTES DE RÉGULARISATION</b>	<b>15 993</b>		<b>15 993</b>	<b>15 038</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>8 402 291</b>	<b>(206 900)</b>	<b>8 195 391</b>	<b>7 581 917</b>

(en milliers de francs)

	31.12.1992	31.12.1991
<b>PASSIF</b>		
<b>Capital</b>	<b>939 777</b>	<b>939 777</b>
<b>Primes d'émission, de fusion, d'apport</b>	<b>248 967</b>	<b>248 967</b>
<b>Écarts de réévaluation</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Réserves</b>	<b>1 871 936</b>	<b>1 856 835</b>
• Réserve légale	93 978	93 978
• Réserves réglementées	1 777 958	1 762 857
<b>Report à nouveau</b>	<b>472 402</b>	<b>368 546</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>1 175 716</b>	<b>490 560</b>
<b>Provisions réglementées</b>	<b>8 565</b>	<b>8 634</b>
<b>TOTAL DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>4 717 363</b>	<b>3 913 319</b>
<b>AUTRES FONDS PROPRES (TSDI)</b>	<b>296 426</b>	<b>-</b>
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	<b>12 124</b>	<b>11 642</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>2 377 135</b>	<b>2 816 237</b>
• Emprunts obligataires non convertibles	900 000	900 000
• Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	1 374 952	1 817 706
• Emprunts et dettes financières diverses	102 183	98 531
<b>Dettes d'exploitation</b>	<b>42 133</b>	<b>40 291</b>
• Dettes fournisseurs et comptes rattachés	20 962	16 955
• Dettes fiscales et sociales	21 171	23 336
<b>Dettes diverses</b>	<b>750 144</b>	<b>800 428</b>
• Dettes fiscales (impôts sur les bénéfices)	-	35 366
• Autres	750 144	765 062
<b>TOTAL DES DETTES</b>	<b>3 169 412</b>	<b>3 656 956</b>
<b>Écart de conversion - Passif</b>	<b>66</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL COMPTES DE RÉGULARISATION</b>	<b>66</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>8 195 391</b>	<b>7 581 917</b>

## COMPTES DE RÉSULTAT PERNOD RICARD

(en milliers de francs)

	31.12.1992	31.12.1991
Redevances	230 361	222 003
Autres produits	29 938	25 665
Reprises sur provisions		328
<b>Total des produits d'exploitation</b>	<b>260 299</b>	<b>247 996</b>
Services extérieurs	(160 086)	(159 696)
Impôts, taxes et versements assimilés	(5 108)	(4 238)
Charges de personnel	(33 117)	(33 140)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(4 773)	(3 577)
Autres charges	(1 856)	(1 768)
<b>Total des charges d'exploitation</b>	<b>(204 940)</b>	<b>(202 419)</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES</b>	<b>55 359</b>	<b>45 577</b>
Produits de participations	996 076	655 788
Produits d'autres valeurs mobilières	2	48
Autres intérêts et produits assimilés	141 629	83 937
Reprises sur provisions	1 442	566
Différences positives de change	5 306	1 817
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	228	4 232
<b>Total des produits financiers</b>	<b>1 144 683</b>	<b>746 388</b>
Dotations aux provisions	(1 775)	(7 828)
Intérêts et charges assimilées	(320 987)	(326 726)
Différences négatives de change	(6 167)	(4 161)
<b>Total des charges financières</b>	<b>(328 929)</b>	<b>(338 715)</b>
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>	<b>815 754</b>	<b>407 673</b>
<b>RÉSULTAT COURANT</b>	<b>871 113</b>	<b>453 250</b>
Produits exceptionnels	672 099	53 166
Charges exceptionnelles	(359 187)	(53 510)
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>312 912</b>	<b>(344)</b>
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>1 184 025</b>	<b>452 906</b>
Impôt sur les bénéfices	(8 309)	37 654
<b>BÉNÉFICE DE L'EXERCICE</b>	<b>1 175 716</b>	<b>490 560</b>

## ANNEXE

RCS PARIS B 582041943 (58B 4194)

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 décembre 1992, dont le total est de F 8 195 390 772 et au compte de résultat de l'exercice qui fait apparaître un bénéfice de F 1 175 716 482.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1992.

Les notes n<sup>os</sup> 1 à 15, ci-après, présentées en milliers de francs, font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 24 mars 1993 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 :

**1.1. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

La valeur brute des immobilisations incorporelles est constituée essentiellement par la valeur des fonds de commerce et marques dégagés à l'occasion de la fusion entre Pernod et Ricard en 1975 et lors de fusions ultérieures.

Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

**1.2. 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

**1.3. 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.

En fin d'année, lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

La valeur d'inventaire des titres de participation est égale à leur valeur actuelle qui, d'une façon générale, correspond à la quote-part des capitaux propres de la filiale que ces titres représentent.

Dans certaines situations particulières, la Société prend également en compte le potentiel économique et financier de la filiale considérée.

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.

**1.4. 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.

**1.5. PROVISIONS RÉGLEMENTÉES**

Les provisions réglementées figurant au bilan comprennent l'amortissement exceptionnel des titres de participation dans des sociétés d'innovation et la provision spéciale de réévaluation des biens amortissables.

**1.6. OPÉRATIONS EN DEVISES**

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.

Pernod Ricard couvre les opérations en devises réalisées par ses filiales. Ces transactions sont comptabilisées à leur taux de couverture et les éventuelles pertes latentes, à la date de clôture, sont provisionnées.

**1.7. 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.

**1.8. 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<sup>er</sup> janvier 1977.

A compter du 1<sup>er</sup> 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.

### 1.9. INSTRUMENTS DE COUVERTURE DU RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Pernod Ricard souscrit périodiquement, en vue de se protéger de variations importantes des taux d'intérêt, des contrats de garantie de taux (caps, floors, collars).

Les résultats liés à ces contrats de garantie souscrits sont

rapportés dans les résultats de Pernod Ricard prorata temporis tout au long de la durée de vie de ces opérations :

- les primes payées sont étalées comptablement sur la durée de vie du contrat,
- les différentiels d'intérêts perçus ou payés, périodiquement, sont comptabilisés dans l'exercice de référence,
- les contrats souscrits étant des opérations de couverture de position réelle, aucun gain (ou perte) latent n'est comptabilisé à la date de clôture de l'exercice.

## NOTE 2 - ÉTAT DE L'ACTIF IMMOBILISÉ

	Valeurs brutes au 01.01.92	Augmentations	Diminutions	Valeurs brutes au 31.12.92	Valeurs d'origine avant réévaluation
Immobilisations incorporelles	196 979	25 755	0	222 734	222 734
Immobilisations corporelles	35 664	839	1 930	34 573	27 959
Immobilisations financières	7 022 772	408 795	466 943	6 964 624	6 763 936
<b>Total</b>	<b>7 255 415</b>	<b>435 389</b>	<b>468 873</b>	<b>7 221 931</b>	<b>7 014 629</b>

### IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les mouvements de l'exercice se décomposent de la façon suivante :

<b>Acquisitions de titres de participations</b>		<b>174 496</b>
• 782 983 titres Crus et Domaines de France	31 251	
• 499 644 titres Compagnie de Suez (après conversion de 1 998 576 bons de souscription)	134 904	
• 3 823 titres Bodegas Capel	7 500	
• Autres	841	
<b>Augmentations sur créances rattachées à des participations</b>		<b>234 250</b>
• Comrie	204 222	
• Résidences de Cavalière	21 303	
• Bodegas Capel	8 679	
• Autres	46	
<b>Autres immobilisations financières</b>		<b>49</b>
<b>Total</b>		<b>408 795</b>
<b>Cessions de titres de participations</b>		<b>(309 778)</b>
• 610 519 titres Compagnie de Suez	(203 211)	
• 391 194 bons de souscription Compagnie de Suez	(3 912)	
• 3 900 titres Pernod Ricard Japan (transfert à notre filiale SEGM)	(7 785)	
• 100 000 titres Prasia (transfert à notre filiale SEGM)	(322)	
• 578 783 titres Société des Vins de France	(94 534)	
• Autres	(14)	
<b>Diminutions sur créances rattachées à des participations</b>		<b>(155 022)</b>
• SEGM	(4 300)	
• JFA	(60 000)	
• Santa Lina	(55 602)	
• Société des Vins de France	(35 000)	
• Autres	(120)	
<b>Autres immobilisations financières</b>		<b>(2 143)</b>
<b>Total</b>		<b>(466 943)</b>

## NOTE 3 - ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

	Au 01.01.92	Augmentations	Diminutions	Au 31.12.92
Immobilisations incorporelles	1 422	481	—	1 903
Immobilisations corporelles	16 885	1 915	474	18 326
<b>Total</b>	<b>18 307</b>	<b>2 396</b>	<b>474</b>	<b>20 229</b>

## NOTE 4 - ÉTAT DES PROVISIONS

	Montant au 01.01.92	Augmentations	Diminutions	Montant au 31.12.92
<b>Provisions réglementées</b>				
Amortissements dérogatoires	6 663	-	-	6 663
Provision spéciale de réévaluation	1 971	-	69	1 902
<b>Total 1</b>	<b>8 634</b>	<b>-</b>	<b>69</b>	<b>8 565</b>
<b>Provisions pour risques et charges</b>				
Pour pertes de change	1 442	1 774	1 442	1 774
Provisions pour impôts	6 890	-	195	6 695
Autres provisions	3 310	815	470	3 655
<b>Total 2</b>	<b>11 642</b>	<b>2 589</b>	<b>2 107</b>	<b>12 124</b>
<b>Provisions pour dépréciation</b>				
Sur immobilisations incorporelles	6 000	-	-	6 000
Sur immobilisations financières	126 402	39 262	7 785	157 879
Autres provisions	25 383	-	2 591	22 792
<b>Total 3</b>	<b>157 785</b>	<b>39 262</b>	<b>10 376</b>	<b>186 671</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>178 061</b>	<b>41 851</b>	<b>12 552</b>	<b>207 360</b>

## 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 au 31 décembre 1992.

## PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION

## • Immobilisations financières

Les titres Pernod Ricard Australia ont été dépréciés en raison de la baisse du dollar australien par rapport au franc français depuis l'acquisition par Pernod Ricard, en 1989, de ces titres.

## • Autres provisions

Les titres acquis dans le cadre des plans d'options d'achat mis en place en 1988 et 1989 ont été évalués par référence à la valeur d'achat des titres par les bénéficiaires.

## NOTE 5 - ÉTAT DES ÉCHÉANCES DES CRÉANCES ET DES DETTES

1) CRÉANCES	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
<b>Actif immobilisé</b>			
Créances rattachées à des participations	2 382 262	55 596	2 326 666
Prêts	686	-	686
Autres immobilisations financières	197	-	197
<b>Actif circulant</b>	<b>1 164 367</b>	<b>1 094 367</b>	<b>70 000</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>3 547 512</b>	<b>1 149 963</b>	<b>2 397 549</b>

2) DETTES	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Emprunts obligataires non convertibles	900 000	-	900 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	1 374 952	1 374 952	-
Emprunts et dettes financières diverses	102 183	-	102 183
Dettes d'exploitation	42 133	42 133	-
Dettes diverses	750 144	547 393	202 751
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>3 169 412</b>	<b>1 964 478</b>	<b>1 204 934</b>

Pernod Ricard a souscrit auprès d'établissements financiers en décembre 1990 et janvier 1991, pour un montant total de 1 600 000 000 de francs, des contrats de ligne de crédit confirmé pour une durée de 4 à 5 ans. A la date de clôture de l'exercice, aucune utilisation de ces lignes de crédit n'était en cours.

## NOTE 6 - ÉLÉMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DU BILAN

Postes du bilan (valeur brute)	Montant concernant les entreprises	
	liées	avec lesquelles la Société a un lien de participation
Participations	3 742 332	839 147
Créances rattachées à des participations	2 382 262	-
Créances clients et comptes rattachés	71 067	-
Autres créances	778 796	750
Emprunts et dettes financières diverses	872	101 310
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	5 264	-
Autres dettes	741 351	-

## NOTE 7 - RÉÉVALUATION

### VARIATION DE LA PROVISION SPÉCIALE DE RÉÉVALUATION

La reprise de provisions s'élève à 68 359 francs.

## NOTE 8 - PRODUITS A RECEVOIR

Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
Créances rattachées à des participations	5 287
Créances clients et comptes rattachés	72 117
Autres créances	16 706
Disponibilités	666
<b>Total</b>	<b>94 776</b>

## CHARGES A PAYER

Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	50 384
Dettes financières diverses	2 601
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	8 082
Dettes fiscales et sociales	5 619
Autres dettes	8 199
<b>Total</b>	<b>74 885</b>

## NOTE 9 - COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 31 décembre 1992, le capital social se compose de 46 988 884 actions de valeur nominale F 20, soit F 939 777 680, après division par quatre de la valeur nominale de l'action au 1<sup>er</sup> juillet 1992.

## NOTE 10 - AUTRES FONDS PROPRES: TITRES SUBORDONNÉS A DURÉE INDÉTERMINÉE

Le 20 mars 1992, Pernod Ricard a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de francs.

Les conditions d'émission comportent les clauses essentielles suivantes :

- Les titres, pour lesquels aucune échéance de remboursement n'est prévue, ne seront remboursés à leur valeur nominale qu'en cas de liquidation, ou dissolution anticipée volontaire de Pernod Ricard, sauf en cas de fusion ou de scission.
- Le remboursement sera subordonné au désintéressement complet préalable de tous les créanciers de Pernod Ricard, à l'exclusion des titres participatifs qui pourraient être émis par Pernod Ricard.
- Le paiement des intérêts pourra être suspendu au cas où :
  - les comptes consolidés feraient apparaître des pertes pour un montant supérieur à 25 % des capitaux propres consolidés,
  - et aucune distribution de dividende n'aurait été décidée au titre du dernier exercice social.

Les TSDI sont qualifiés de "reconditionnés", par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Par cette convention la société tierce, qui, par un contrat distinct conclu avec les souscripteurs, s'est engagée à leur racheter les TSDI au bout de 15 ans, a renoncé à la perception des intérêts à compter de la 16<sup>e</sup> année, moyennant le versement initial par Pernod Ricard d'une somme de 96 millions de francs.

Dans l'hypothèse d'un remboursement ou d'un rachat anticipé avant la fin du délai de 15 ans, la société tierce assurerait partiellement la charge du désintéressement des porteurs des TSDI conjointement avec Pernod Ricard.

En raison de ces dispositions :

- à l'émission, les TSDI ont été inscrits au bilan pour le montant net disponible, à savoir 304 millions de francs ;
- le résultat social de chaque exercice supporte les intérêts payés sur le nominal de l'émission, sous déduction d'un "produit" financier équivalent à l'intérêt supporté par Pernod Ricard sur le versement initial de 96 millions de francs. Ce produit est imputé sur le solde à la date de clôture du poste TSDI.

Les TSDI ont été émis moyennant rémunération du nominal au taux fixe de 10,07 %.

Le régime fiscal de l'émission a été défini par le Service de la Législation Fiscale par lettre adressée à la Société.

## NOTE 11 - VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

	Total	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	1 184 025	871 113	312 912
Impôt avant intégration	(21 297)	26 186	(47 483)
Gain net d'intégration fiscale	12 988		
<b>Résultat après impôt</b>	<b>1 175 716</b>		

## NOTE 12 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

ENGAGEMENTS DONNÉS	Montant
Cautions concernant les filiales	681 930
<b>Total</b>	<b>681 930</b>
<b>CONTRAT DE CESSION-BAIL</b>	
Valeur de cession des biens	140 000
Durée de contrat	15 ans
Redevances cumulées payées au 31.12.1992	100 408
Redevances restant dues	105 766
• dont à moins de 1 an	18 442
• de 1 an à 5 ans	55 165
• à plus de 5 ans	32 159
Valeur de rachat en fin de contrat	nulle
Amortissement économique en 1992	768

### Contrats de garantie de taux

Comme mentionné dans la note 1.9., Pernod Ricard a souscrit des contrats de garantie de taux dont les principales caractéristiques au 31 décembre 1992 sont comme suit:

(en francs)	Collar 1	Collar 2	Collar 3
Montant	500 000 000	500 000 000	400 000 000
Taux garantis:			
• plafond	10,00%	9,75%	9,50%
• plancher	9 à 9,40%	8,25%	8,28%
Durée	3 ans	3 ans	5 ans
Départ	01/11/1990	01/03/1991	29/11/1991
Échéance	31/10/1993	28/02/1994	28/11/1996

## NOTE 13 - ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS

Nature des différences temporaires	Montant d'impôt
<b>Accroissements</b>	
Provisions pour impôts:	
• Plus-value de fusion 1976	1 726
Charges à répartir sur plusieurs exercices:	
• Frais d'émission d'emprunt	2 792
<b>Accroissement de la dette future d'impôts</b>	<b>4 518</b>
<b>Allègements</b>	
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation:	
• Organic	130
• Indemnités de départ à la retraite	1 226
<b>Allègement de la dette future d'impôts</b>	<b>1 356</b>

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 1992, soit 34%.

## NOTE 14 - EFFECTIF MOYEN 1992

	Personnel salarié	A disposition de l'entreprise
Cadres	26	-
Agents de maîtrise et techniciens	8	-
Employés	10	2
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>2</b>

## NOTE 15 - TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 1992

Chiffres en milliers de francs	Capital	Capitaux propres avant affectation des résultats	Quote-part du capital (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts	Cautions et avals	Chiffre d'affaires hors taxes	Résultat net	Dividendes encaissés
				Brute	Nette					
<b>Participations dont la valeur d'inventaire excède 1% du capital de Pernod Ricard</b>										
Ricard, 4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	350 000	1 199 800	100	440 981	440 981	-	-	2 539 748	343 869	380 623
Austin Nichols, 156 East - 46th Street, New York, N.Y. 10017 (U.S.A.)	6	1 187 783	100	1 102 784	1 102 784	-	-	976 451	36 709	319 366
Pernod, 120, avenue du Maréchal-Foch, 94015 Créteil	215 000	589 400	100	272 771	272 771	-	-	1 493 315	118 680	127 924
Cusenier, 142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	236 160	310 638	100	251 947	251 947	-	-	652 918	7 739	15 088
Compagnie Française des Produits Orangina, 1, La Canebière, 13001 Marseille	65 505	230 525	99,93	258 861	258 861	-	-	337 920	43 868	125 566
SEGM, 2, rue de Solferino, 75007 Paris	235 000	287 613	100	238 779	238 779	53 300	-	116 874	(15 965)	-
CSR, 2 bis, rue de Solferino, 75007 Paris	58 457	191 516	99,16	101 773	101 773	-	250	527 585	4 054	9 185
Campbell, West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire - KA 136 LE (Écosse)	7 466	428 881	70,98	83 684	83 684	-	-	608 244	67 312	-
Santa Lina - Rue du Soleil Levant 20000 Ajaccio	21 250	614 308	99,96	44 229	44 229	470 833	-	-	123 101	-
JFA, 12, rue François Mignotte, 21700 Nuits-Saint-Georges	1 017	34 484	99,31	143 566	100 277	-	2 850	609 889	(66 534)	-
Résidences de Cavalière, 83290 Cavalière	20 600	21 366	99,98	20 501	20 501	33 436	-	9 704	(2 784)	-
Crus et Domaines de France, 109, rue Achard - 33000 Bordeaux	78 299	54 509	100	31 251	31 251	-	-	270 382	(23 790)	-
PR Australia, 33, Exeter Terrace, Devon Park, Adelaide 5001 (South Australia)	480 511	547 481	100	632 664	547 481	-	-	719 226	2 334	-
Heublein Brazil, rue Araporé 655 Jardin Guedella, São Paulo (Brésil)	389 965	497 074	30	99 817	99 817	-	-	1 017 674	50 345	-
Compagnie de Suez, 1, rue d'Astorg, 75008 Paris	10 832 469	n.d.	1,82	81 0930	81 0930	-	-	-	-	17 799

## Renseignements globaux concernant les autres filiales et participations

<b>Filiales :</b>										
- Françaises				7 010	3 489					
- Étrangères				1 441	1 441					
<b>Participations :</b>										
- Françaises				16 579	16 579					
- Étrangères				21 911	4 703					

## RÉSULTATS FINANCIERS AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(en francs)	1988	1989	1990	1991	1992
<b>Situation financière en fin d'exercice</b>					
Capital social	783 148 080	783 148 080	939 777 680	939 777 680	939 777 680
Nombre d'actions émises	(1) 9 789 351	9 789 351	(2) 11 747 221	11 747 221	(3) 46 988 884
Nombre d'obligations convertibles en actions	-	-	-	-	-
<b>Résultat global des opérations effectuées</b>					
Chiffre d'affaires hors taxes	21 856 257	54 467 733	78 673	-	-
Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	457 705 460	1 401 128 896	642 919 100	463 940 832	1 217 477 347
Impôt sur les bénéfices	12 475 372	(76 386 659)	8 669 928	37 653 635	(8 308 805)
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	515 045 983	1 350 543 612	628 471 677	490 560 259	1 175 716 482
Montant des bénéfices distribués	259 417 802	311 301 356	352 416 630	375 911 072	399 405 514
<b>Résultat des opérations réduit à une seule action</b>					
Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	48,03	135,32	55,47	42,70	25,73
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	52,61	137,96	53,50	41,76	25,02
Dividende versé à chaque action	26,50	26,50	30,00	32,00	8,50
<b>Personnel</b>					
Nombre de salariés	44	43	47	47	46
Montant de la masse salariale	20 235 523	21 573 060	23 681 568	23 154 163	23 394 891
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	7 540 628	8 511 149	9 062 816	9 986 277	9 722 243

(1) Rachat par la Société de 515 000 titres.

(2) Attribution d'une action gratuite pour cinq, le 26 février 1990.

(3) Division par quatre de la valeur nominale de l'action.

## INVENTAIRE DES VALEURS MOBILIÈRES AU 31 DÉCEMBRE 1992

(en francs)

Valeurs françaises dont la valeur d'inventaire est supérieure à F 100 000	Nombre de titres	Valeur d'inventaire nette
Compagnie de Suez	2 670 220	810 930 503
Ricard	1 749 992	440 980 868
Pernod	2 149 986	272 770 546
CFPO	11 902	258 861 144
Cusenier	1 311 993	251 947 526
SEGM	999 990	238 778 544
CSR	429 376	101 772 895
JFA Pampryl	101 030	100 276 714
Santa Lina	15 619	44 228 721
CDF	782 983	31 251 001
Les Résidences de Cavalière	205 950	20 500 950
Soginnove	50 000	5 000 000
Idianova	40 165	4 400 290
Agrinova	35 000	3 650 000
EVC	790	2 715 625
Galibert et Varon	4 991	770 509
Tastel	4 994	499 400
Pronatec	2 000	250 000
Germe	750	150 000
Sogéri (parts)	100	125 208
SNC CRPF-PR	100	100 000
<b>Sous-total</b>		<b>2 589 960 444</b>
Autres titres sociétés françaises		38 681
Participations dans les sociétés immobilières non cotées en Bourse		2 368 385
Participations dans les sociétés étrangères non cotées en Bourse		1 839 910 925
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>		<b>4 432 278 435</b>

## RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

### RAPPORT GÉNÉRAL

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales des 14 mai 1992 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 1992.

#### 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 la Société à la fin de cet 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.

En application des dispositions de l'article 356-3 de la loi du 24 juillet 1966, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris, le 9 avril 1993

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

- **Cusenier** (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard, M. Bernard Cambournac et M. François Gérard).

Concession par Pernod Ricard à Cusenier de la licence exclusive de la marque Bartissol à compter du 1<sup>er</sup> mai 1992. La redevance facturée à ce titre par Pernod Ricard pour l'exercice 1992 s'est élevée à F 1197 679 (Conseil d'Administration du 30 septembre 1992).

- **Cidrerries et Sopagly Réuniones - CSR** (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard).

Concession d'un prêt de F 50 000 000 – avec abandon d'intérêts à titre exceptionnel du 17 février au 31 décembre 1992 – afin de faciliter le financement de l'achat des sociétés Duché de Longueville et Mignard (Conseil d'Administration du 26 mars 1992).

- **Société pour l'Exportation de Grandes Marques - SEGM** (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard).

Cession par Pernod Ricard à la SEGM de :

- 3 900 titres de la société Pernod Ricard Japan K.K. pour un montant de F 1 ;
- et de 100 000 titres de la société Prasia Distribution Pte Ltd pour un montant de F 340 100 (Conseil d'Administration du 8 janvier 1992).

#### II - CONVENTIONS CONCLUES AU COURS D'EXERCICES PRÉCÉDENTS ET DONT L'EXÉCUTION S'EST POURSUIVIE DURANT L'EXERCICE

1) Il convient de noter le maintien en totalité ou en partie de divers prêts, avances ou cautions consenties antérieurement aux sociétés suivantes :

- **Santa Lina** (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard, et M. Thierry Jacquillat) dont le compte présente au 31 décembre 1992 un solde débiteur de F 470 833 534,49.

• **JFA Pampryl** (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard, et M. Thierry Jacquillat) la caution donnée au Crédit National s'élève à F 2 850 000 au 31 décembre 1992.

• **Cidretries et Sopagly Réunies - CSR**

La caution donnée au Crédit National s'élève à F 250 000 au 31 décembre 1992.

• **Comrie** (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat).

– avance non rémunérée dont le solde est débiteur de F 1 809 968 082,94 au 31 décembre 1992 ;

– caution donnée à la Société Générale en garantie des obligations (Loans notes) pour un montant de F 678 830 844 au 31 décembre 1992.

• **Société pour l'Exportation de Grandes Marques - SEGM**

Le prêt sans intérêt a été ramené à 53,3 millions de francs.

2) Votre Société a facturé aux sociétés suivantes, au titre de l'exercice, des royalties en vertu des accords de concession de licences de marques approuvées par votre Conseil d'Administration :

• **Ricard** (Administrateur commun: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard) pour un montant total de F 134 858 433,66.

• **Pernod** (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard,

M. Bernard Cambournac et M. François Gérard) pour un montant total de F 69 633 798,16.

• **Cusenier** pour un montant (hors Bartissol) de F 5 708 362.

• **Orangina France** (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard, et M. Jean-Claude Beton) pour un montant de F 1 623 540.

• **Compagnie Financière des Produits Orangina - CFPO** (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard et M. Jean-Claude Beton) pour un montant total de F 986 040.

• **Société pour l'Exportation de Grandes Marques - SEGM** pour un montant de F 13 904 964,04.

Paris, le 9 avril 1993

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

## RÉSOLUTIONS

## 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 1992 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 1 175 716 482,49, 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 1 175 716 482,49
Report à nouveau créditeur	F 472 401 970,30
<b>Montant distribuable</b>	<b>F 1 648 118 452,79</b>

et décide, étant précisé que la réserve légale a déjà atteint son montant maximum, d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :

Dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme, soit	F 350 057 416,98
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 343 018 853,20
Le solde étant reporté à nouveau, soit	F 898 655 521,81
<b>Montant affecté</b>	<b>F 1 648 118 452,79</b>

Elle fixe donc à F 8,50 pour chacune des 46 988 884 actions d'une valeur nominale de F 20,00 composant le capital social le dividende de l'exercice ouvrant droit à un avoir fiscal de F 4,25 par action. Le dividende total de l'exercice s'élève à F 12,75. 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° 72 sera mis en paiement le 17 mai 1993 :

- 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 8,50 par action

diminué de l'acompte de F 4,00 mis en distribution le 14 janvier 1993.

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 les montants des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant ont été les suivants :

	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1989	11 747 221	F 26,50	F 13,25	F 39,75
1990	11 747 221	F 30,00	F 15,00	F 45,00
1991	11 747 221	F 32,00	F 16,00	F 48,00

## 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 1992.

## QUATRIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1992.

## CINQUIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Madame Danièle Ricard 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 1998.

## SIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Monsieur Jean-Claude Beton 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 1998.

## SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale nomme en remplacement de Monsieur Jean Delquié en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire la Compagnie Consulaire d'expertise comptable Jean Delquié pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998.

## HUITIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit la société A. & Louis Genot en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire pour

une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998.

#### NEUVIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale décide de porter à F 1912 000, pour l'exercice 1993, la valeur globale des jetons de présence du Conseil d'Administration fixée à F 1856 000 par l'Assemblée Générale Ordinaire du 14 mai 1992.

Cette allocation, dont le Conseil d'Administration fixera comme il l'entendra la répartition entre ses membres, sera portée aux charges d'exploitation et maintenue d'année en année jusqu'à nouvelle décision de l'Assemblée Générale.

#### DIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, en application des dispositions des 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 2 348 000 actions Pernod Ricard au prix maximum de F 600,00, et de les vendre en bourse au prix minimum de F 250,00 en vue de régulariser leur cours ;

2) Donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration dans les limites ci-dessus fixées à l'effet d'accomplir ou faire accomplir toutes opérations s'inscrivant dans le cadre de la présente résolution, effectuer toutes formalités requises, notamment tenir un registre des achats et des ventes, fournir dans son rapport à l'Assemblée Générale Ordinaire toutes informations requises par la loi à ce sujet et, généralement, faire le nécessaire.

Cette autorisation rend caduque celle de même nature décidée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 14 mai 1992.

#### ONZIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait du Procès-Verbal de la présente réunion pour effectuer, partout où besoin sera, tous dépôts et procéder à toutes formalités de publicité légale ou autres qu'il appartiendra.



## INFORMATIONS AUX ACTIONNAIRES

### Versement d'un dividende unitaire de 8,50 francs

L'assemblée générale des actionnaires a approuvé le versement d'un dividende unitaire net de 8,50 francs au titre de l'exercice 1992, en hausse de 6% par rapport à celui versé au titre de l'exercice précédent, compte tenu de la division par quatre du nominal de l'action Pernod Ricard intervenue le 1<sup>er</sup> juillet 1992. Le dividende est mis en paiement le 17 mai 1993 après déduction de l'acompte de 4 francs versé le 14 janvier 1993.

### Comment participer à l'assemblée générale ?

Il y a deux manières de prendre part à une assemblée d'actionnaires. Soit en y assistant, soit en votant par correspondance. Mais, dans un cas comme dans l'autre, il faut pouvoir justifier de sa qualité d'actionnaire.

Si vos actions sont nominatives, c'est-à-dire qu'elles sont inscrites à votre nom sur les registres de Pernod Ricard, vous recevrez, jointe à l'avis de convocation, une demande de carte d'admission à l'assemblée des actionnaires. Il vous suffit donc de renvoyer dans les meilleurs délais cette dernière à la Société Générale, établissement chargé du service des titres de la société, en utilisant l'enveloppe-réponse jointe.

Si vos actions sont au porteur, l'avis de convocation peut vous être adressé directement par votre

banque ou par l'établissement financier en charge de la gestion de vos titres. Dans ce cas, il vous suffit, comme pour les actionnaires nominatifs, de retourner à votre banque la demande de carte d'admission en spécifiant bien que vous demandez l'immobilisation de vos titres. Quoi qu'il en soit, les demandes de cartes d'admission ne peuvent être valablement prises en compte que si elles parviennent, soit au siège de Pernod Ricard, soit à la Société Générale, sa banque centralisatrice, au plus tard trois jours avant l'assemblée.

Le vote par correspondance s'effectue grâce au formulaire spécifique joint à l'avis de convocation et aux autres documents légaux. Ce formulaire vous permet, soit de donner pouvoir au président du conseil d'administration afin qu'il vote pour vous aux différentes résolutions proposées (c'est ce que l'on appelle aussi le pouvoir en blanc), soit de voter vous-même, résolution par résolution. Ce formulaire vous permet également de vous faire représenter par votre conjoint ou par un autre actionnaire.

Votre choix étant réalisé, il reste à expédier ce formulaire à l'intermédiaire financier qui doit immobiliser les titres pour que le vote puisse être valablement pris en compte (la Société Générale pour les actionnaires nominatifs, et votre dépositaire de titres, si ceux-ci sont au porteur).

### "Entreprendre", le magazine des actionnaires

"Entreprendre" est le périodique édité par Pernod Ricard qui vous informe sur l'activité du Groupe en France et à l'étranger. L'abonnement est gratuit sur simple demande auprès de la Direction de la Communication, 142, bd Haussmann, 75008 Paris, tél. 40.76.77.78.  
(versions française ou anglaise).



### Informations par minitel

consultez l'Annuaire Electronique



Nom: PERNOD RICARD  
Loc: PARIS  
Dépt: 75

et



Conception, rédaction :  
Direction de la Communication Pernod Ricard

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

Illustrations :  
Sociétés du Groupe  
et Service photographique Pernod Ricard.  
Sitko/Campagne Campagne - Fotogram Stone - Pictor International - Pix -  
Françoise Résin - The Image Bank - Vloo - Zefa.

