



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

Chiffre d'affaires et résultats semestriels 2013/14

13 février 2014



Toutes les données de croissance indiquées dans cette présentation font référence à la croissance interne, sauf mention contraire.

Présentation disponible sur notre site : www.pernod-ricard.com

Les procédures de revue limitée sur les comptes semestriels ont été effectuées. Le rapport financier semestriel est en cours d'émission et sera disponible sur le site www.pernod-ricard.com.



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes

Activité quasi-stable et légère croissance du ROC

(hors effets devises et périmètre)



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Activité

- ✓ **Chiffre d'affaires** : croissance interne **quasi-stable au S1**, soit une amélioration au T2 (+2%) vs T1 (-1%)
- ✓ **Activité** essentiellement **impactée par un marché** : la Chine (-18%) ; **Asie-RdM** hors Chine à +2% ; très bonne performance en **Europe** (+4%) ; retour à la croissance en **Amérique** (+3%) après un bon T2
- ✓ **Quasi-stabilité du Top 14** malgré un effet mix de -4% (baisse de Martell en Chine) ; volumes stables ; effet prix favorable. Croissance au T2
- ✓ **Bonne performance des marques-clés locales** (+4%) malgré le recul (avant tout technique) d'Imperial

Résultats

- ✓ Croissance interne du **Résultat Opérationnel Courant** : **+2%**
- ✓ **Amélioration du taux de marge opérationnelle**, grâce à la stricte maîtrise des moyens. **L'amélioration de l'efficacité opérationnelle** et la maîtrise des moyens resteront une priorité des prochains mois
- ✓ **Effet devises très défavorable**, comme annoncé, impactant l'évolution faciale des résultats et le ratio dette nette / EBITDA
- ✓ **Baisse de la dette** de **-102 M€** à 8,6 Mds € à fin décembre



Chiffres clés

Chiffre d'affaires <i>Marchés matures</i> <i>Marchés émergents⁽¹⁾</i>	4 570 M€ 2 709 M€ 1 862 M€	0% <i>croissance faciale : -7%</i> +1% -1% <i>hors Chine : +7%</i>
ROC	1 359 M€	+2% <i>croissance faciale : -7%</i>
ROC / CA	29,7%	<i>croissance interne</i> +34pb
RNC ⁽²⁾	826 M€	<i>croissance faciale</i> -3% <i>hors effet devises : +6%</i>

Poursuite de l'amélioration du taux de marge opérationnelle malgré la stabilité de l'activité

(1) Liste des marchés émergents disponible en annexes

(2) Résultat Net Courant Part du Groupe



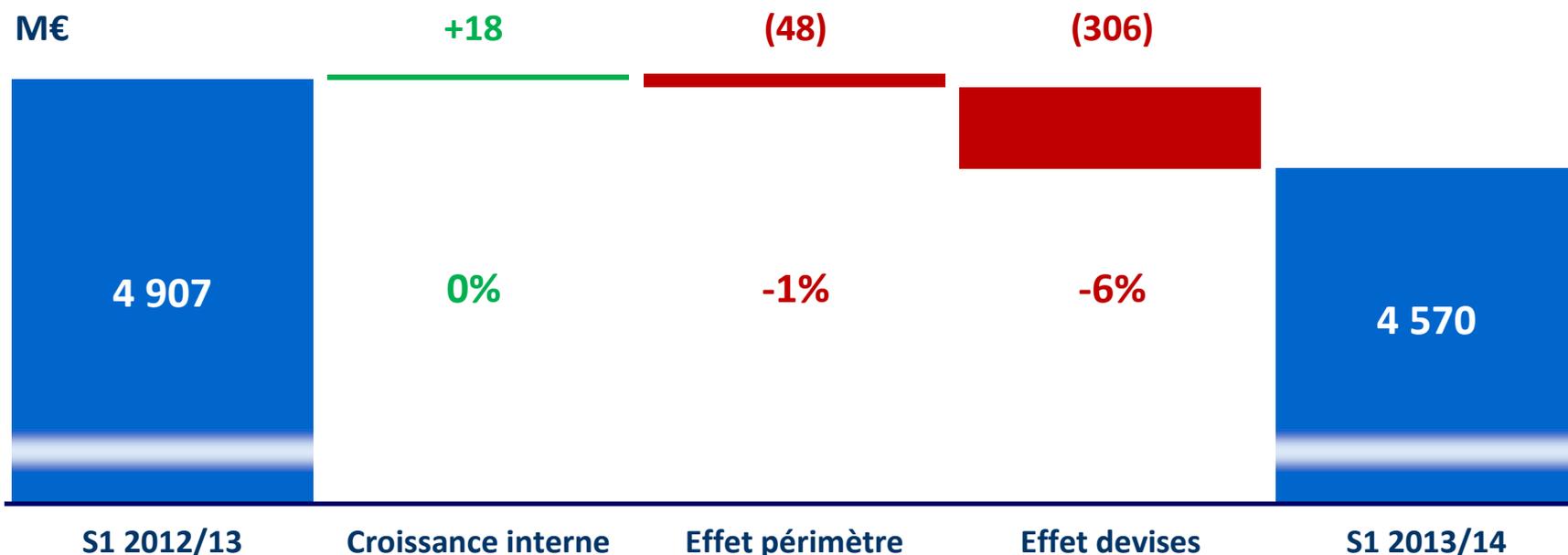
Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Variation du chiffre d'affaires S1

Au 31 décembre 2013 (6 mois), **chiffre d'affaires** : -7% (en facial)



Croissance interne : quasi-stable

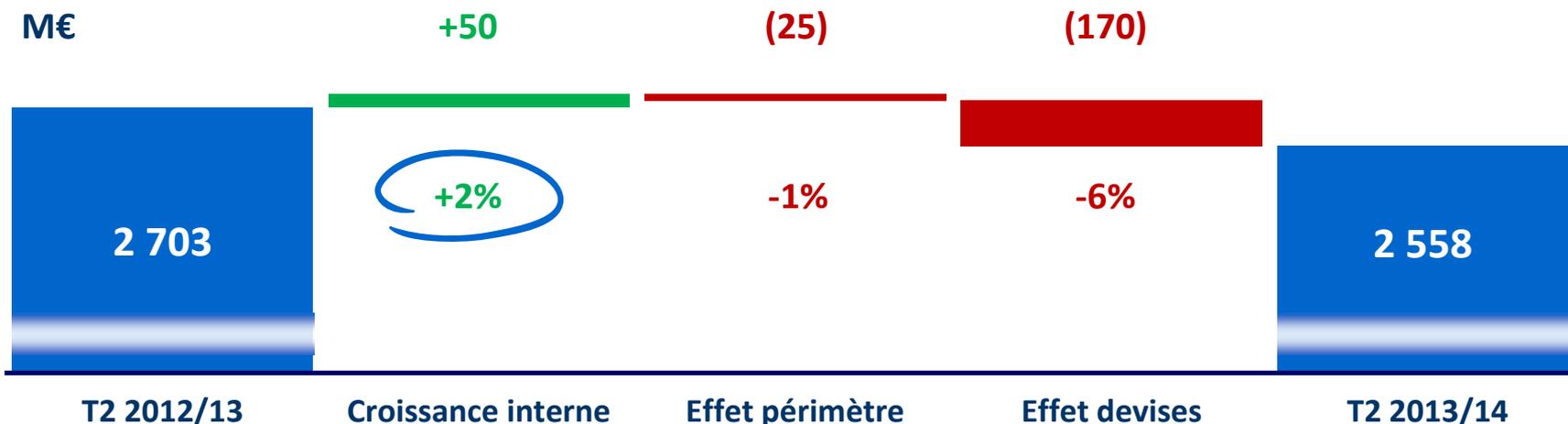
Effet périmètre limité, principalement lié à la cession de certaines activités scandinaves et espagnoles en 2012/13

Effet devises très défavorable essentiellement lié à l'USD (taux moyen EUR/USD sur le S1 2013/14 de 1,34 contre 1,27 pour le S1 2012/13), l'INR, l'AUD et le JPY



Variation du chiffre d'affaires T2

2^{ème} trimestre 2013/14 (3 mois), chiffre d'affaires : -5% (en facial)



Croissance interne : +2%, en amélioration par rapport au T1 (-1%)

Effet périmètre limité, principalement lié à la cession de certaines activités scandinaves et espagnoles en 2012/13

Effet devises très défavorable principalement lié à l'INR, l'USD, l'AUD et le JPY



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
 - par zone géographique
 - par marque
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Croissance interne du CA par région

Croissance interne du CA par région	Part dans le CA ⁽¹⁾	FY 2012/13	S1 2013/14	Commentaires
Asie-RdM	38%	+7%	-4%	Baisse imputable à la Chine (-18%) Asie-RdM hors Chine : +2%
Amérique	26%	+7%	+3%	Croissance tirée par les Etats-Unis
Europe ⁽²⁾	35%	-2%	+4%	Très bonne performance, en amélioration vs FY 2012/13
Monde	100%	+4%	0%	

(1) Les données peuvent faire l'objet d'arrondis

(2) La France est désormais intégrée dans le secteur opérationnel Europe

Chine : -18% au S1

- **Base de comparaison défavorable** : +18% au S1 2012/13
- Durcissement des **conditions de marché** sur le S1 :
 - ralentissement macro-économique
 - renforcement des mesures anti-dépenses ostentatoires avec de nouvelles restrictions annoncées au T2 2013/14 ; impact notamment sur le gifting et le KTV traditionnel
 - ralentissement de la hausse des prix et effet mix qualités défavorable
- Dans ce **contexte plus difficile** qu'anticipé :
 - Top 14 : effet mix défavorable (-5%), mais effet prix restant positif (+3%) dans un environnement pourtant plus concurrentiel
 - recul de -7% des depletions de Martell (vs -17% pour les expéditions), avec la poursuite de gains de PdM. Bon démarrage de Martell Distinction
 - baisse à deux chiffres des depletions de Scotch (PdM stable) ; développement de Ballantine's Finest
 - bonne résistance d'Absolut et de Perrier-Jouët
 - les KTV et les restaurants chinois sont les canaux les plus impactés

Chine : perspectives

- **Calendrier et intensité de la reprise toujours incertains.** Base de comparaison devenant plus favorable au S2
- **Confiance dans le potentiel de croissance à moyen et long terme :**
 - baisse actuelle des qualités supérieures largement liée aux mesures anti-dépenses ostentatoires
 - faible pénétration à date (env. 1%) des spiritueux importés (cognac, Scotch whiskies, autres catégories)
 - dynamisme démographique (en particulier, croissance régulière des classes moyennes)
 - développement de nouvelles catégories (segment premium), de nouvelles occasions de consommation et expansion de nouveaux canaux
- **Positionnement idéal** de Pernod Ricard pour saisir toutes les opportunités de croissance :
 - solide position de leader
 - portefeuille complet (catégories et segments de prix)
 - force du réseau commercial

Inde (+17%)

- les whiskies locaux affichent toujours une croissance à deux chiffres tirée notamment par Imperial Blue
- 100 Pipers tire parti de son positionnement de Scotch d'entrée de gamme
- forte croissance à deux chiffres du Top 14 (tiré par The Glenlivet, Chivas et Absolut) qui accroît son poids dans le portefeuille

Travel Retail

- faible croissance au S1, pénalisée par une activité moins dynamique et une base de comparaison élevée

Corée du Sud

- recul du on-trade traditionnel qui continue de peser sur les depletions d'Imperial ; baisse à deux chiffres des shipments, amplifiée par le stockage des distributeurs avant la hausse de prix de janvier 2013
- poursuite du développement d'Absolut et The Glenlivet tiré par un modern on-trade dynamique
- base de comparaison devenant plus favorable au S2

Thaïlande

- recul très marqué de l'ensemble du portefeuille (en particulier 100 Pipers) dans un contexte d'instabilité politique et économique, et dans un environnement réglementaire toujours plus défavorable (hausse des accises)
- déstockage significatif des distributeurs, à l'initiative de Pernod Ricard
- refonte en cours du business model

Japon

- poursuite de la croissance portée par le Top 14 (en particulier Chivas et Perrier-Jouët) et Café de Paris

Océanie

- très bonne performance, tirée par les Vins Premium Prioritaires en Australie et Mumm sur l'ensemble des marchés de la zone

Afrique / Moyen-Orient

- croissance à deux chiffres emmenée par les excellentes performances de Jameson, Ballantine's Finest et Passport (notamment en Afrique du Sud) et le développement prometteur de Martell (notamment en Travel Retail)



Bonne croissance du chiffre d'affaires aux Etats-Unis (+5%) tirée par un excellent effet mix/prix

Marché

moins dynamique qu'en 2012/13,
mais toujours tiré par la Premiumisation

Top 14 à +5%

Principal moteur de la croissance

Amélioration de la
confiance des consommateurs au T2

Effet mix/prix +5%

Dynamisme de la plupart des marques Premium⁽¹⁾,
mais difficultés persistantes sur Absolut dans une catégorie toujours très concurrentielle

Absolut

-1%

marché de la vodka
très concurrentiel ;
exécution de la
campagne
Transform Today ;
lancement d'Elyx

Jameson

+20%

toujours
le principal
moteur de
croissance

Malibu

-1%

croissance de la
marque mère ;
base de comparaison
difficile (Malibu Red) ;
lancement de Malibu
Sparkler attendu au S2

The Glenlivet

+14%

forte croissance
volumes et
hausse de prix
dans la plupart des
états en
septembre
(effet prix : +6%)

Chivas

+2%

poursuite de la
croissance

Perrier-Jouët

+2%

performance
tirée par
un effet prix
largement
favorable

Canada

- chiffre d'affaires stable malgré une météo très défavorable perturbant les fêtes de fin d'année
- bonne performance du Top 14, en particulier The Glenlivet et Jameson

Brésil

- retour confirmé à la croissance, tiré par le Top 14 (+7%)
- très bonnes tendances sous-jacentes d'Absolut (+12%⁽¹⁾) dans une catégorie à +8%⁽¹⁾), Ballantine's et Chivas (+22%⁽¹⁾) et +23%⁽¹⁾) respectivement dans une catégorie à +7%⁽¹⁾)
- légère baisse des marques locales

Mexique

- retour à la croissance au T2. Top 14 globalement stable au S1, dans un marché moins dynamique qu'en 2012/13

Travel Retail

- activité difficile (baisse à deux chiffres) pénalisée par le déstockage de certains distributeurs, des conflits commerciaux et l'affaiblissement de certaines devises sud-américaines

Venezuela

- croissance interne du chiffre d'affaires limitée à +1%, dans un contexte de contingentement volontaire des importations

Europe de l'Ouest (+2%) : retour à la croissance

France (+6%)

- performance en partie due à une base de comparaison favorable au T1 (déstockage résiduel et météo défavorable durant l'été 2012)
- bonnes tendances sous-jacentes dans un marché qui se stabilise : Ricard (stable⁽¹⁾) dans un marché des anisés à -3%⁽¹⁾, Absolut (+13%⁽¹⁾), Havana Club (+17%⁽¹⁾)

Espagne (-7%)

- poursuite de la baisse du chiffre d'affaires, en ligne avec le marché (hausse des droits d'accises en juillet, difficultés persistantes pour toutes les catégories sauf le gin) ; maintien de la position de leader

Allemagne (+12%)

- maintien d'une croissance à deux chiffres tirée par le Top 14 (en particulier Havana Club, Chivas et Absolut)

Europe de l'Ouest (+2%) : retour à la croissance

Royaume-Uni

- chiffre d'affaires en légère progression ; bonne performance du Top 14, mais difficultés pour Jacob's Creek dans un marché du vin toujours très sensible aux promotions

Irlande

- très légère baisse du chiffre d'affaires dans un marché qui sera significativement impacté par la hausse des droits en vigueur depuis octobre (env. +2€ sur le PVC d'une bouteille de 70cl de Jameson)

Italie

- stabilisation du chiffre d'affaires, en partie favorisée par la hausse des droits au 1^{er} janvier 2014

Europe de l'Est (+11%) : croissance soutenue

Russie (+6%)

- ralentissement de la croissance du chiffre d'affaires dans un marché moins dynamique
- performance tirée par Jameson et Ballantine's et les marques locales ArArAt et Becherovka

Pologne (+29%)

- forte croissance tirée pour moitié par la hausse des droits d'accises (+15% au 1^{er} janvier 2014) et pour moitié par la très bonne performance de l'ensemble du portefeuille et le rebond des vodkas locales
- Ballantine's devient leader de la catégorie Scotch

Ukraine

- activité en recul : marché impacté par un contexte politique et économique défavorable
- hausse des droits d'accises (+14%) annoncée pour le 1^{er} avril 2014

République Tchèque

- retour à la croissance
- excellente performance du Top 14 (croissance à deux chiffres) et amélioration de la tendance sous-jacente de Becherovka



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
 - par zone géographique
 - par marque
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Croissance interne du CA par catégorie

Catégorie	Part dans le CA	FY 2012/13	S1 2013/14
Top 14 Spiritueux & Champagnes	64%	+5%	-1%
Vins Premium Prioritaires	5%	+2%	+2%
18 Marques-Clés Locales	17%	+6%	+4%
Autres	14%	-2%	0%
Total	100%	+4%	0%

Top 14 : volumes stables, effet mix de -4% (baisse de Martell en Chine), effet prix de +3%

Vins Premium Prioritaires : croissance tirée par Brancott Estate et Campo Viejo

18 Marques-Clés Locales : bonne performance d'ensemble

Marques Premium⁽¹⁾ : 77% du chiffre d'affaires vs 75% en FY 2012/13



Top 14 : quasi-stabilité

	Top 14 Spiritueux & Champagnes		

Volumes
Stables

Chiffre d'affaires
-1%

Part dans le CA du Groupe : **64%**



Top 14 : quasi-stabilité

TOP 14 Spiritueux & Champagnes ⁽¹⁾	Croissance interne du CA	Dont volumes	Dont mix/prix
Absolut	1%	-3%	4%
Chivas Regal	-4%	-8%	4%
Ballantine's	-4%	2%	-6%
Ricard	9%	8%	1%
Jameson	16%	13%	3%
Havana Club	4%	2%	3%
Malibu	-3%	-4%	1%
Beefeater	3%	4%	-1%
Kahlúa	-1%	-1%	0%
Martell	-8%	-8%	-1%
The Glenlivet	10%	1%	9%
Royal Salute	-11%	-10%	-1%
Mumm	-1%	-2%	1%
Perrier-Jouët	9%	0%	9%
TOP 14	-1%	0%	-1%



Top 14 : quasi-stabilité

Quasi-stabilité du Top 14 au S1

- **Volumes stables** malgré le recul de Chivas et de Martell (forte exposition à la Chine)
- **Effet mix défavorable (-4%)** compte tenu de la baisse de Martell en Chine
- **Effet prix favorable (+3%)** grâce à une stricte discipline tarifaire : 13 marques affichent un effet prix positif, Mumm est stable (forte exposition à un marché français des champagnes très compétitif)

Amélioration de tendance au T2

- chiffre d'affaires du Top 14 à +2% vs -5% au T1



Top 14 : quasi-stabilité

Forte rupture de tendance de Martell due à la Chine

- recul de -8% sur une base de comparaison défavorable (+23% au S1 2012/13)
- dégradation de l'effet mix/prix à -1% (vs +15% au S1 2012/13) compte tenu des difficultés des qualités supérieures en Chine et de la baisse du *pricing power* (passé de +12% au S1 2012/13 à +4% au S1 2013/14) due au ralentissement actuel du marché
- marché chinois toujours impacté par le ralentissement macro-économique et les mesures anti-dépenses ostentatoires
- bonne performance de Martell hors Chine au S1 (+9%), avec au T2 un retour à la croissance à Taïwan et au Vietnam, et une accélération en Malaisie et en Travel Retail Asie

Excellente performance de Jameson (+16%)

- 1^{er} contributeur à la croissance du Groupe
- progression à deux chiffres sur l'ensemble de ses principaux marchés (Etats-Unis, Russie, Afrique du Sud...)



Top 14 : quasi-stabilité

Croissance des alcools blancs, à l'exception de Malibu

- **Absolut (+1%)** : amélioration de l'effet prix
 - légère baisse du chiffre d'affaires aux Etats-Unis dans un marché de la vodka très concurrentiel
 - accélération de la croissance en Europe
 - croissance à deux chiffres en Corée, Chine, Inde, Afrique du Sud...
- **Havana Club (+4%)**
 - poursuite d'une bonne croissance tirée par l'Allemagne et la France
- **Beefeater (+3%)**
 - solide croissance, sur de nombreux marchés
- **Malibu (-3%)**
 - baisse principalement due à la base de comparaison défavorable (lancement de Malibu Red en 2012/13)



Top 14 : quasi-stabilité

Recul des Scotch whiskies au S1 2013/14 (-4%) moins marqué qu'au T1 (-9%)

- **Chivas, Ballantine's** et **Royal Salute** restent en baisse du fait de leur exposition à l'Asie
- Bonne performance de **Ballantine's Finest** sur de nombreux marchés émergents : Chine, Russie, Pologne, Amérique du Sud, Afrique/Moyen-Orient
- **The Glenlivet** confirme ses bonnes performances aux Etats-Unis, en Afrique du Sud, et en Inde notamment

Ricard gagne des parts de marché

- performance stable⁽¹⁾ en France dans une catégorie à -3%⁽¹⁾ qui souffre toujours de la hausse des droits d'accises au 1^{er} janvier 2012
- croissance du chiffre d'affaires +9%, amplifiée par une base de comparaison favorable

Retour à la croissance des champagnes

- **croissance soutenue** de **Perrier-Jouët**, notamment en Chine et au Japon
- **stabilisation** de **Mumm** qui bénéficie de son excellente performance en Australie



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Vins Premium Prioritaires

	Vins Premium Prioritaires		<p>Volumes -2%</p> <p>Chiffre d'affaires +2%</p> <p>Part dans le CA du Groupe : 5%</p>
			

Amélioration de l'effet prix

Croissance tirée par l'excellente performance en Australie et le fort dynamisme de Brancott Estate et Campo Viejo



18 Marques-Clés Locales

18 Marques-Clés Locales

Volumes : **+9%**
Chiffre d'affaires : **+4%**

Part dans le CA du Groupe : 17%



Très forte croissance volumes

Effet prix positif (+4%), mais effet mix (-9%) pénalisé par la forte baisse (avant tout technique) d'Imperial en Corée (-21%)

Poursuite du **dynamisme des whiskies indiens** tiré par Imperial Blue qui dépasse désormais les 10M de caisses⁽¹⁾

ArArAt et **Passport** en croissance à deux chiffres grâce à la Russie et l'Afrique

Forte croissance de **Wyborowa** et d'**Olmecca** (lancement d'Altos aux Etats-Unis)

Reculs marqués d'**Imperial** et de **100 Pipers** en raison de leur forte exposition à des marchés difficiles (Corée du Sud, Thaïlande)



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
 - par zone géographique
 - par marque
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes

Gutenberg

Revolutionising cocktail culture

A designer library of 'container books' each holding a sealed bottle of spirits.
Gutenberg is integrally connected to a service platform, redefining the 'bar at home' concept



T-shirt OS

The world's first programmable T-shirt

Ballantine's, famous as an icon of personal expression, is reinventing the original canvas of personal expression: the T-shirt. For the first time, the wearer can express who he is, and to what he Stays True. Bringing to life 'Leave an Impression' in an original and inspiring way

Ballantine's

Absolut



flavorpill
PRESENTS



DEC. 5, 1-2:30PM
DJ SET BY CASEY SPOONER

DEC. 6, 1-2:30PM
DJ SET BY CRAZE

DEC. 7, 1-2:30PM
DJ SET BY MICHNA
(GHOSTLY INTERNATIONAL)

AT FONTAINEBLEAU



Absolut Lunch Break

Why eat lunch at your desk when you could spend your lunch break on the dance floor?

Absolut has teamed up with Flavorpill in 5 U.S. cities to offer its community of followers an hour of dancing, an Absolut cocktail and a take-away lunch in an Absolut-branded bag. This unique concept has been met with incredible enthusiasm and national media coverage



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Saisir de nouvelles opportunités

Martell

Martell Caractère

A tribute to the daring spirit of visionary Jean Martell, Caractère combines 2 types of eaux-de-vie, each having a distinctive character while blending together beautifully.

These eaux-de-vie are selected for their fruity character, with notes of pear and citrus – lemon, grapefruit and tangerine peel – which give the blend remarkable freshness and great liveliness. Launched in the Unites States in October 2013



Havana Club

Havana Club Especial

New golden rum for special moments
Ageing in young oak barrels in Cuba creates soft notes of vanilla, a warm amber color and a mature, yet soft taste



Ballantine's Brasil

Brand new spirit drink blending Scotch whisky selectively cask steeped with Brazilian lime peel. An innovative fusion of the traditions of Scotland and the passion of Brazil

Ballantine's

Entrer en relation directe avec le consommateur

Malibu

Malibu Island Spiced

Teaming up with Maroon 5 to inspire the Malibu state of mind



MON, 18 NOVEMBER 2013 AT 1:15 PM    

Adam Levine Spices Up the Maroon 5 & Malibu Island Concert!



Adam Levine adds some extra spice to the stage for **Maroon 5's Malibu Island Spiced Rock Concert** held at Roseland Ballroom on Saturday (November 16) in New York City.

The 34-year-old lead singer and *The Voice* coach was joined for a photo call backstage by his bandmates **Mickey Madden, James Valentine, Matt Flynn, and PJ Morton.**

PHOTOS: Check out the latest pics of **Adam Levine**

All summer, fans had to nominate their hometowns on the Malibu Facebook page for a chance for the band to play a custom concert and New York City was the big winner.

Chivas

Made in your Honour App

Create a customised cocktail video for a friend based on his best qualities. The rich and engaging video is sharable across multiple social media platforms

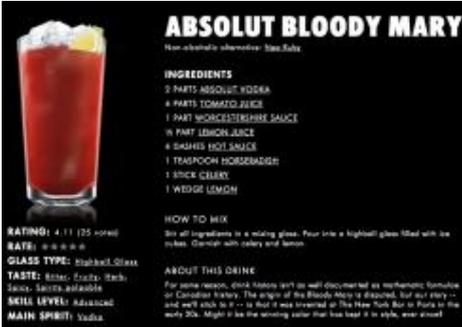


Absolut

Drinks in Motion & Absolut.com

3,500 video tutorials on youtube and absolutdrinks.com

Renovation of Absolut's digital platform to unify global & local brand stories, products, cocktails and collaborations.



ABSOLUT BLOODY MARY
Non-alcoholic alternative: See below

INGREDIENTS
2 PARTS ABSOLUT VODKA
4 PARTS TOMATO JUICE
1 PART WORCESTERSHIRE SAUCE
1/2 PART LEMON JUICE
4 SHAKES HOT SAUCE
1 TEASPOON HORSE RADISH
1 SPOON OLIVE
1 WEDGE LEMON

HOW TO MIX
Stir all ingredients in a mixing glass. Pour into a highball glass filled with ice cubes. Garnish with celery and lemon.

ABOUT THIS DRINK
For some reason, drink names aren't as well documented as perhaps some of our Canadian history. The origin of the Bloody Mary is disputed, but our story – and we'll stick to it – is that it was invented at the New York Bar in Paris in the early '20s. Might it be the winning color that took her to the top, you think?

RATING: 4.11 (25 scores)
RATE: ★★★★★
GLASS TYPE: Highball Glass
TASTE: Bitter, Fruity, Hot, Spicy, Savory, Salty
SKILL LEVEL: Advanced
MAIN SPIRIT: Vodka





Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Editions limitées

Absolut

Absolut Originality

4 million original designs.

Inspired by Swedish glass craft as a celebration of Absolut's heritage and iconic bottle



Bottle designed by modern artist Guillaume Leblon

Ricard

Ballantine's

Ballantine's Christmas Reserve



Kahlúa Peppermint Mocha

Kahlúa



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Innover dans le vin

Jacob's Creek



Jacob's Creek Lamoon

Crafted in collaboration with internationally renowned Thai Chef Ian Kittichai, Jacob's Creek Lamoon has been crafted to perfectly complement Thai cuisine.

Jacob's Creek Lamoon is designed to increase brand relevance and recruit in on-premise in Thailand

Dead Bolt



Dead Bolt White

A juicy blend led by Chardonnay and featuring Chenin Blanc, Dead Bolt White builds on the success of Dead Bolt Red, expanding Dead Bolt's relevance to a greater number of occasions and to a larger consumer base, particularly females



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
 - Compte de résultat synthétique
 - Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Compte de résultat synthétique

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires (CA)	4 907	4 570	-7%	0%
Marge brute après coûts logistiques (MB) <i>MB/CA</i>	3 096 63,1%	2 909 63,6%	-6%	+1% +19pb
Investissements publi-promo (Inv. PP) <i>Inv. PP/CA</i>	(888) 18,1%	(821) 18,0%	-8%	-2% -49pb
Contribution après publi-promo (CAAP) <i>CAAP/CA</i>	2 208 45,0%	2 088 45,7%	-5%	+2% +68pb
Résultat opérationnel courant (ROC) <i>ROC/CA</i>	1 459 29,7%	1 359 29,7%	-7%	+2% +34pb

Poursuite de la progression du taux de marge opérationnelle

Chiffre d'affaires

Stable, avec une amélioration au T2

ROC

Croissance supérieure à celle du chiffre d'affaires
grâce à une stricte maîtrise des investissements publi-promo
et des frais de structure

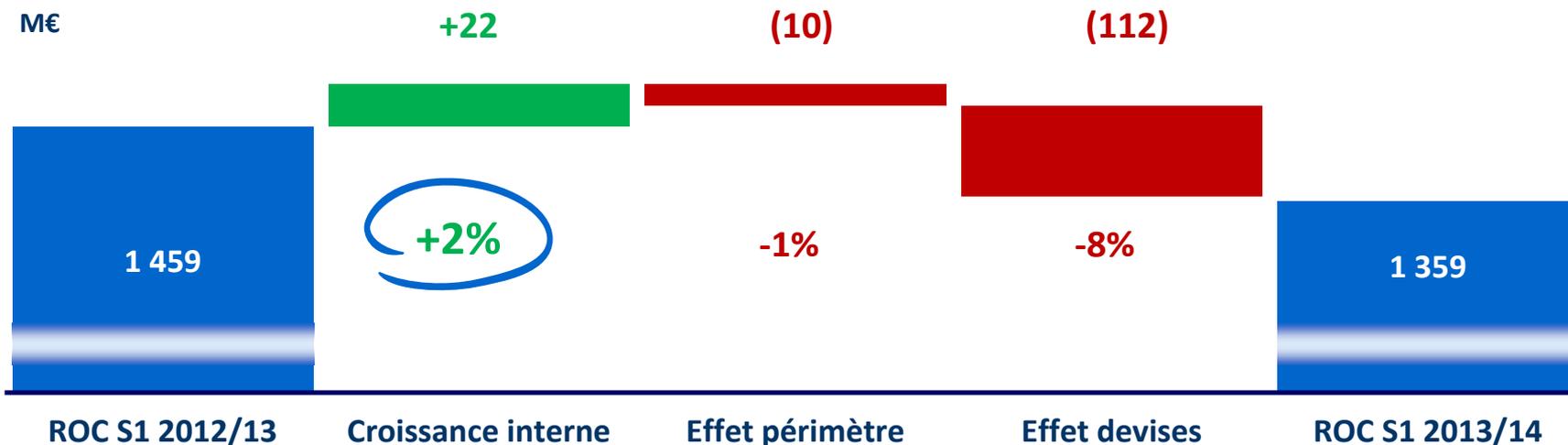
Hausse du taux de
marge opérationnelle

Progression de +34pb
tirée par la poursuite de la Premiumisation et la maîtrise des moyens



Evolution du ROC

Evolution faciale : -7%



Croissance interne du ROC : +2%

Effet périmètre limité, principalement lié à la cession de certaines activités scandinaves en 2012/13

Effet devises très défavorable essentiellement lié aux devises suivantes : USD & CNY (-43 M€), INR (-22 M€), JPY (-12 M€), RUB (-11 M€), VEF (-11M€)

Sur l'ensemble de l'exercice 2013/14, effet devises sur le résultat opérationnel courant estimé⁽¹⁾ à environ (170) M€



Marge brute après coûts logistiques

M€	S1 12/13	Δ hors effets devises et périmètres	S1 13/14
Marge brute après coûts logistiques	3 096	+1%	2 909
<i>MB/CA</i>	63,1%	+19pb	63,6%

Amélioration du taux de marge brute

- Premiumisation soutenue
- effet prix favorable (+3% pour le Top 14) : nombreuses hausses tarifaires et stricte discipline sur les prix
- taux de marge brute peu impacté par la baisse de Martell
- maîtrise des coûtants : augmentation inférieure à +2% hors effet mix



Investissements publi-promotionnels

M€	S1 12/13	Δ hors effets devises et périmètres	S1 13/14
Investissements publi-promotionnels	(888)	-2%	(821)
<i>Inv. PP/CA</i>	18,1%	-49pb	18,0%

Quasi-stabilité du ratio investissements PP/CA à environ 18%

- ajustement des moyens de manière ciblée en fonction de l'intensité concurrentielle et en tirant parti de la taille critique sur certains marchés



Frais de structure

M€	S1 12/13	Δ hors effets devises et périmètres	S1 13/14
Frais de structure ⁽¹⁾	(749)	+3%	(729)
<i>Frais de structures/CA</i>	15,3%	+35pb	15,9%

Bonne maîtrise des frais de structure

- croissance limitée à +3%, inférieure au rythme normatif, estimé à 4-5% par an

L'amélioration de l'efficacité opérationnelle et la maîtrise des moyens resteront une priorité au cours des prochains mois

Lancement d'Allegro : projet visant à poursuivre l'amélioration de l'efficacité opérationnelle

Objectif : rendre l'organisation plus efficace...

- pour **générer la croissance future** et saisir les nouvelles opportunités (innovation et digital notamment)
- pour **améliorer la rapidité d'exécution**

... en prenant appui sur notre modèle décentralisé

- articulé autour de la **relation directe** entre les **Sociétés de Marques** et les **Sociétés de Marché**

Enjeux : 150 M€ d'économies récurrentes à horizon 3 ans

- principalement en frais généraux
- partiellement réinvestis derrière le développement des marques



Résultat opérationnel courant

M€	S1 12/13	Δ interne	S1 13/14
Résultat opérationnel courant	1 459	+2%	1 359
ROC/CA	29,7%	+34pb	29,7%

Amélioration du taux de marge opérationnelle

- poursuite de la stratégie de Premiumisation améliorant le taux de marge brute
- stricte maîtrise des moyens (investissements publi-promo et frais de structure)



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
 - Compte de résultat synthétique
 - Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Asie - Reste du Monde

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires ⁽¹⁾ (CA)	2 005	1 749	-13%	-4%
Marge brute après coûts logistiques (MB) <i>MB/CA</i>	1 262 62,9%	1 089 62,3%	-14%	-5%
Investissements publi-promo (Inv. PP) <i>Inv. PP/CA</i>	(359) 17,9%	(298) 17,1%	-17%	-11%
Contribution après publi-promo (CAAP) <i>CAAP/CA</i>	903 45,0%	791 45,2%	-12%	-3%
Résultat opérationnel courant ⁽²⁾ (ROC) <i>ROC/CA</i>	674 33,6%	584 33,4%	-13%	-4%

Baisse du ROC en ligne avec celle du chiffre d'affaires

- **base de comparaison** du ROC très défavorable (+19% au S1 2012/13)
- **marge brute légèrement pénalisée par le mix marques/marchés**
- **ajustement des moyens de manière ciblée**, en fonction de l'intensité concurrentielle et en tirant parti de la taille critique sur certains marchés



Amérique

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires (CA)	1 282	1 209	-6%	+3%
Marge brute après coûts logistiques (MB) <i>MB/CA</i>	831 64,8%	794 65,7%	-4%	+5%
Investissements publi-promo (Inv. PP) <i>Inv. PP/CA</i>	(243) 18,9%	(231) 19,1%	-5%	+2%
Contribution après publi-promo (CAAP) <i>CAAP/CA</i>	589 45,9%	563 46,6%	-4%	+6%
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾ (ROC) <i>ROC/CA</i>	378 29,5%	356 29,4%	-6%	+5%

Croissance du chiffre d'affaires tirée par les Etats-Unis

Bonne progression de la marge brute favorisée par un mix positif (Top 14)

Progression du ROC supérieure à celle du chiffre d'affaires grâce à la Premiumisation et à la stricte maîtrise des moyens



Europe

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires (CA)	1 619	1 612	0%	+4%
Marge brute après coûts logistiques (MB) <i>MB/CA</i>	1 003 61,9%	1 025 63,6%	+2%	+5%
Investissements publi-promo (Inv. PP) <i>Inv. PP/CA</i>	(286) 17,7%	(292) 18,1%	+2%	+4%
Contribution après publi-promo (CAAP) <i>CAAP/CA</i>	716 44,2%	734 45,5%	+2%	+5%
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾ (ROC) <i>ROC/CA</i>	407 25,1%	419 26,0%	+3%	+7%

Excellente progression du ROC de +7%

- **croissance à deux chiffres** du chiffre d'affaires en Europe de l'Est et amélioration de tendance en Europe de l'Ouest
- **amélioration du taux de marge brute** grâce au **renforcement du Top 14**
- **investissements publi-promotionnels ciblés** sur l'Europe de l'Est (+14%)
- **frais de structure** stables en Europe de l'Ouest et en croissance inférieure à celle du chiffre d'affaires en Europe de l'Est

Amélioration sensible du taux de marge opérationnelle (+75pb)

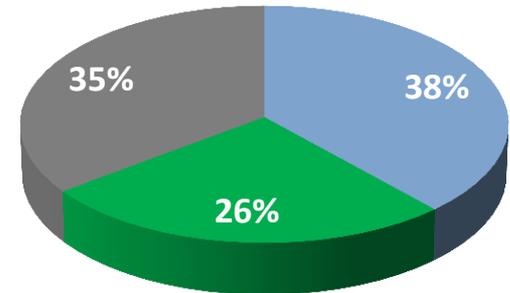
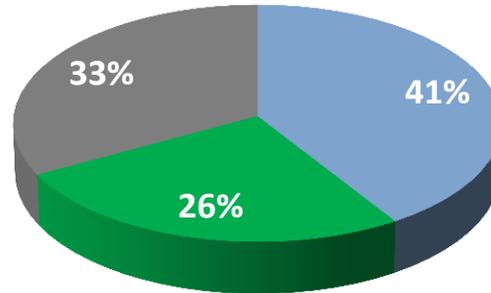


Analyse par zone géographique

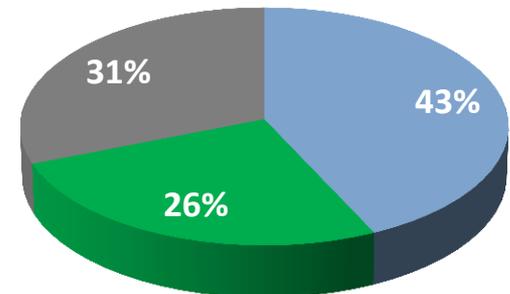
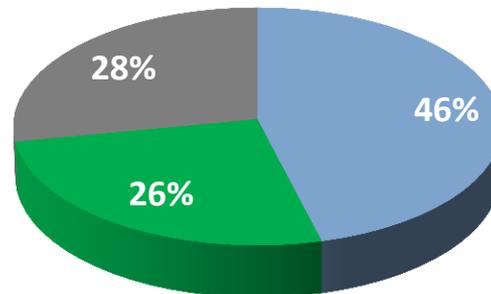
S1 2012/13⁽¹⁾

S1 2013/14⁽¹⁾

Chiffre d'affaires



ROC



■ Asie-RdM ■ Amérique ■ Europe

**Bon équilibre géographique de l'activité
permettant à Pernod Ricard de saisir toutes les opportunités de croissance**

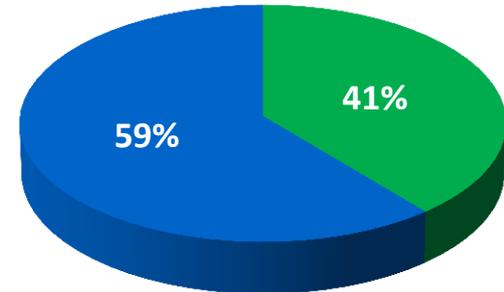
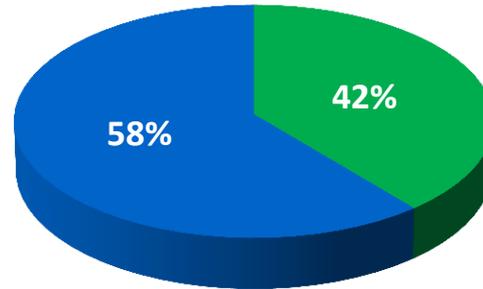


Analyse par typologie de marché

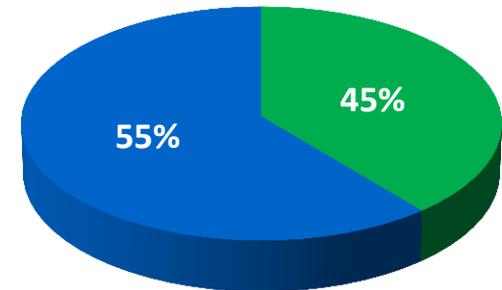
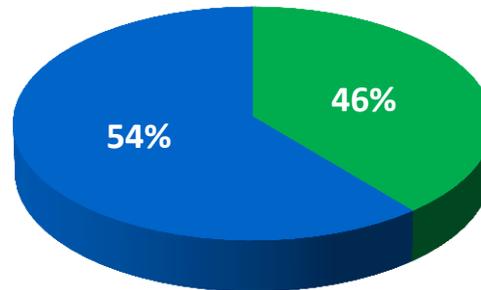
S1 2012/13

S1 2013/14

Chiffre d'affaires



ROC



■ Marchés émergents⁽¹⁾ ■ Marchés matures

**Amélioration de tendance sur les marchés matures
qui affichent une croissance du ROC de +2%**



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Résultat financier courant

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ
Résultat financier courant ⁽¹⁾	(280)	(227)	53
Coût de la dette	5,4%	4,6%	

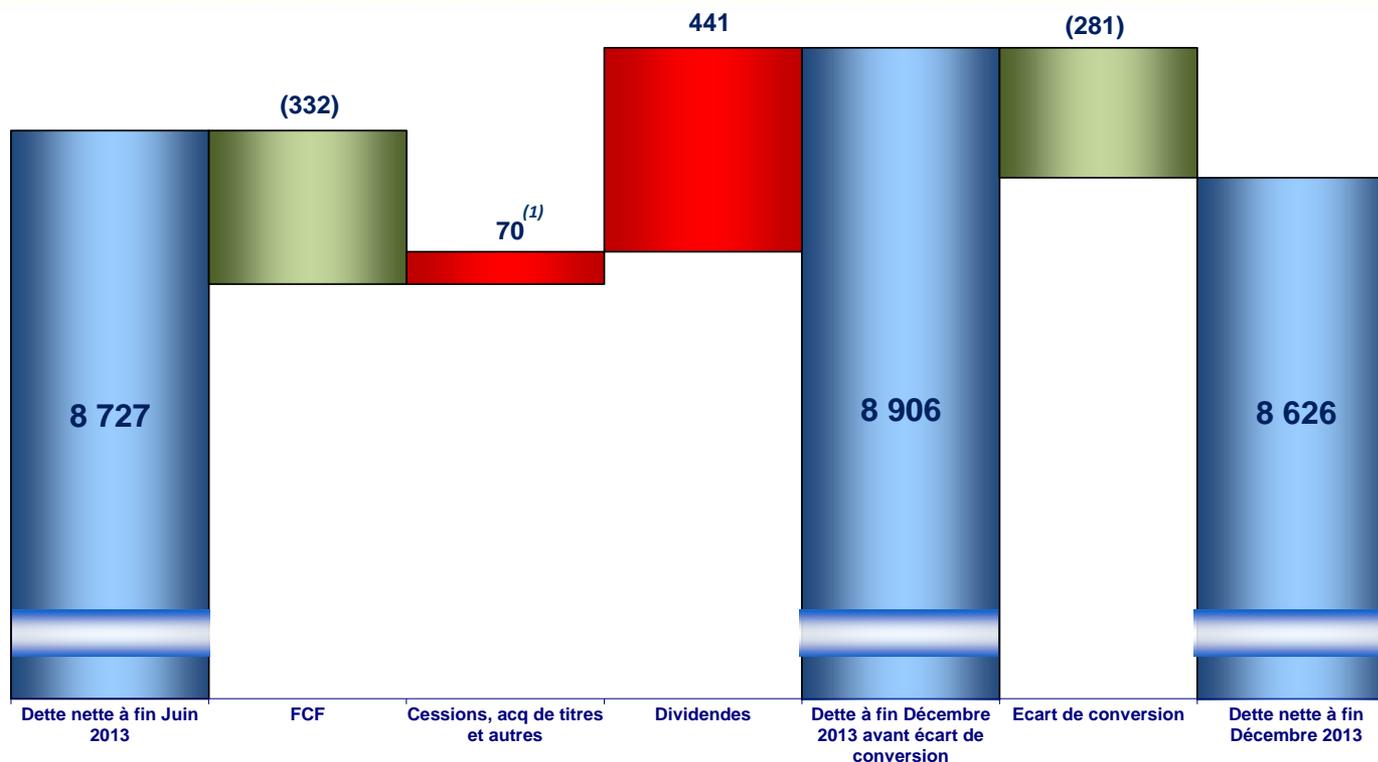
Baisse significative du coût de la dette, comme annoncé

Coût de la dette pour l'ensemble de l'exercice **2013/14** estimé **proche de celui du S1**



Évolution de la dette nette

M€



Baisse de la dette nette de (102) M€

- effet de conversion favorable de 281 M€ (taux EUR/USD à 1,38 au 31/12/2013 vs 1,31 au 30/06/2013)
- génération de cash avant effet de conversion impactée par la saisonnalité de l'activité et le paiement de l'intégralité du dividende annuel sur le S1

(1) Inclut des couvertures d'engagements de retraite pour (33) M€



Tableau de flux de trésorerie (1/2)

M€	S1 12/13	S1 13/14	Δ
Résultat opérationnel courant	1 459	1 359	(100)
Amortissements, variations de provisions et divers	86	90	5
Capacité d'autofinancement courante	1 544	1 450	(94)
<i>Diminution (augmentation) des stocks stratégiques⁽¹⁾</i>	<i>(15)</i>	<i>(37)</i>	<i>(22)</i>
<i>Diminution (augmentation) du BFR opérationnel</i>	<i>(552)</i>	<i>(500)</i>	<i>52</i>
Diminution (augmentation) du BFR courant	(568)	(537)	30
Investissements non financiers	(105)	(140)	(35)
Résultat financier et impôts	(434)	(414)	19
Free Cash Flow courant	438	358	(80)
Éléments non courants	(22)	(26)	(4)
Free Cash Flow	416	332	(84)

Baisse du free cash flow principalement imputable à l'impact défavorable du change⁽²⁾



Tableau de flux de trésorerie (2/2)

Free Cash Flow à 332 M€, impacté par les effets de change

Capacité d'autofinancement

- ✓ Retraite des effets de change et périmètre (-126 M€ ⁽¹⁾), progression de la CAF de 32 M€ (soit + 2%), en ligne avec la croissance interne du résultat opérationnel courant

Investissements et stocks stratégiques

- ✓ Hausse technique des investissements industriels de 35 M€ (décalage de décaissements). Investissements prévus quasi-stables à fin juin 2013/14
- ✓ Augmentation maîtrisée des stocks stratégiques : +22 M€ vs S1 2012/13 (stratégie long terme sur les whiskies, le cognac et le champagne)

BFR opérationnel

- ✓ Bon contrôle du BFR opérationnel :
 - augmentation de 500 M€ sur S1 2013/14 (effet saisonnalité de l'activité), inférieure de 52 M€ à celle observée l'an dernier
 - BFR ⁽²⁾ à 28 jours de CA, en amélioration de 1 jour vs fin décembre 2012

Autres éléments

- ✓ Evolution favorable des autres éléments : amélioration de 15 M€
 - baisse sensible des frais financiers (coût moyen de la dette de 5,4% à 4,6%) qui compense l'augmentation de l'impôt cash
 - stabilité des éléments non courants



Evolution du ratio dette nette / EBITDA

	Au cours de clôture	Au cours moyen
<i>Taux EUR/USD : 12/13 → 13/14</i>	<i>1,31 → 1,38</i>	<i>1,29 → 1,34</i>
Ratio au 30/06/2013	3,5	3,5
EBITDA & Génération de cash hors effets périmètre et devises	0,0	0,0
Effets périmètre et devises	0,1	0,1
Ratio au 31/12/2013⁽¹⁾	3,6	3,7⁽²⁾

Hausse du ratio à fin décembre 2013

- faible croissance interne de l'EBITDA (+2%)
- impact de la saisonnalité de l'activité sur la génération de cash (paiement du dividende et BFR plus élevé à fin décembre qu'à fin juin)
- affaiblissement de certaines devises émergentes



Impôt sur les sociétés

M€	S1 12/13	S1 13/14
Impôt sur les éléments courants ⁽¹⁾	(317)	(295)
Taux	26,8%	26,1%

Evolution du taux courant effectif d'impôt à 26,1%, en ligne avec nos anticipations



Résultat net courant part du Groupe

M€	S1 12/13 ⁽¹⁾	S1 13/14	Δ faciale
Résultat opérationnel courant	1 459	1 359	-7%
Résultat financier courant	(280)	(227)	-19%
IS sur activités courantes	(317)	(295)	-7%
Intérêts minoritaires et divers	(11)	(11)	-0%
Résultat net courant part du Groupe	852	826	-3%

Baisse du résultat net courant de -3%, inférieure à la baisse faciale du ROC, grâce à :

- la forte baisse des frais financiers
- la légère baisse du taux d'impôt courant

Hors effet devises, la croissance du résultat net courant est de +6%



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- **Résultat net**
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Éléments non courants

M€	S1 13/14
Charges de restructuration	(6)
Autres produits et charges non courants	(14)
Autres produits et charges opérationnels	(20)
Résultat financier non courant	2
Éléments financiers non courants	2
Impôt non courant	20
Impôt sur les sociétés non courant	20



Résultat net part du Groupe

M€	S1 12/13 ⁽¹⁾	S1 13/14	Δ faciale
Résultat opérationnel courant	1 459	1 359	-7%
Autres produits et charges opérationnels	(95)	(20)	
Résultat opérationnel	1 364	1 339	-2%
Résultat financier courant	(280)	(227)	
Éléments financiers non courants	(0)	2	
Impôt sur les sociétés	(227)	(275)	
Intérêts minoritaires et divers	(11)	(11)	
Résultat net part du Groupe	846	828	-2%



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Conclusion

Bonne croissance interne

- de la plupart des grands marchés matures : Etats-Unis, France, Allemagne...
- des principaux marchés émergents (hors Chine) : Inde, Europe de l'Est, Brésil, Afrique

S1 impacté négativement par

- la situation plus difficile de la Chine
- l'évolution très défavorable des devises

Dans ce contexte,

Pernod Ricard a amélioré son levier opérationnel et financier grâce à une stricte maîtrise des moyens et une baisse significative des frais financiers



Perspectives FY 2013/14

Persistance d'une situation difficile en Chine sur l'ensemble de l'exercice, qui ne remet pas en cause le potentiel de croissance à moyen et long-terme

Volonté de privilégier la croissance future de l'activité par une politique commerciale saine et un niveau d'investissements adapté



Nouvel objectif pour l'exercice FY 2013/14
Croissance interne du Résultat Opérationnel Courant
entre +1% et +3%



Prochaines communications

DATE	EVENEMENT
Jeudi 27 mars 2014	Conférence Asie
Jeudi 24 avril 2014	Chiffre d'affaires T3 2013/14
Jeudi 26 juin 2014	Conférence EMEA
Jeudi 28 août 2014	Chiffre d'affaires et résultats FY 2013/14



Table des matières

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Initiatives marketing & innovation
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Résultat net
- Conclusion et perspectives
- Annexes



Marchés émergents

Asie-Reste du Monde		Amérique	Europe
Afrique du Sud	Liban	Argentine	Albanie
Algérie	Madagascar	Bolivie	Arménie
Angola	Malaisie	Brésil	Azerbaïdjan
Cambodge	Maroc	Caraïbes	Biélorussie
Cameroun	Mozambique	Chili	Bosnie
Chine	Namibie	Colombie	Bulgarie
Congo	Nigéria	Costa Rica	Croatie
Côte d'Ivoire	Philippines	Cuba	Géorgie
Egypte	Sénégal	Equateur	Hongrie
Ethiopie	Sri Lanka	Guatemala	Kazakhstan
Gabon	Syrie	Honduras	Kosovo
Ghana	Tanzanie	Mexique	Lettonie
Golfe Persique	Thaïlande	Panama	Lituanie
Inde	Tunisie	Paraguay	Macédoine
Indonésie	Turquie	Pérou	Moldavie
Irak	Ouganda	Porto Rico	Monténégro
Jordanie	Vietnam	République Dominicaine	Pologne
Kenya	Zambie	Uruguay	Roumanie
Laos		Venezuela	Russie
			Serbie
			Ukraine



Croissance interne des marques stratégiques

Top 14	Croissance interne du chiffre d'affaires	Dont volumes	Dont effet mix/prix
Absolut	1%	-3%	4%
Chivas Regal	-4%	-8%	4%
Ballantine's	-4%	2%	-6%
Ricard	9%	8%	1%
Jameson	16%	13%	3%
Havana Club	4%	2%	3%
Malibu	-3%	-4%	1%
Beefeater	3%	4%	-1%
Kahlua	-1%	-1%	0%
Martell	-8%	-8%	-1%
The Glenlivet	10%	1%	9%
Royal Salute	-11%	-10%	-1%
Mumm	-1%	-2%	1%
Perrier-Jouët	9%	0%	9%
Top 14	-1%	0%	-1%



Chiffre d'affaires par période et par région

Nouveaux secteurs opérationnels⁽¹⁾

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2012/13		Trimestre 1 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Europe	674	30,6%	666	33,1%	(7)	-1%	21	3%	(15)	-2%	(13)	-2%
Amérique	579	26,3%	532	26,4%	(47)	-8%	2	0%	(1)	0%	(48)	-8%
Asie / Reste du Monde	951	43,2%	814	40,5%	(137)	-14%	(55)	-6%	(7)	-1%	(74)	-8%
Monde	2 203	100,0%	2 013	100,0%	(191)	-9%	(32)	-1%	(22)	-1%	(136)	-6%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 2 2012/13		Trimestre 2 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Europe	946	35,0%	946	37,0%	0	0%	38	4%	(19)	-2%	(19)	-2%
Amérique	703	26,0%	677	26,5%	(26)	-4%	39	6%	(1)	0%	(63)	-9%
Asie / Reste du Monde	1 054	39,0%	934	36,5%	(120)	-11%	(27)	-3%	(5)	-1%	(87)	-8%
Monde	2 703	100,0%	2 558	100,0%	(145)	-5%	50	2%	(25)	-1%	(170)	-6%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2012/13		Semestre 1 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Europe	1 619	33,0%	1 612	35,3%	(7)	0%	59	4%	(33)	-2%	(33)	-2%
Amérique	1 282	26,1%	1 209	26,5%	(73)	-6%	41	3%	(2)	0%	(112)	-9%
Asie / Reste du Monde	2 005	40,9%	1 749	38,3%	(256)	-13%	(82)	-4%	(12)	-1%	(162)	-8%
Monde	4 907	100,0%	4 570	100,0%	(336)	-7%	18	0%	(48)	-1%	(306)	-6%

(1) La France est désormais intégrée dans le secteur opérationnel Europe



Chiffre d'affaires par période et par région

Anciens secteurs opérationnels

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2012/13		Trimestre 1 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	149	6,8%	156	7,8%	7	5%	7	5%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	524	23,8%	510	25,3%	(14)	-3%	13	3%	(14)	-3%	(13)	-3%
Amérique	579	26,3%	532	26,4%	(47)	-8%	2	0%	(1)	0%	(48)	-8%
Asie / Reste du Monde	951	43,2%	814	40,5%	(137)	-14%	(55)	-6%	(7)	-1%	(74)	-8%
Monde	2 203	100,0%	2 013	100,0%	(191)	-9%	(32)	-1%	(22)	-1%	(136)	-6%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 2 2012/13		Trimestre 2 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	225	8,3%	241	9,4%	16	7%	17	7%	(1)	0%	0	0%
Europe hors France	721	26,7%	705	27,6%	(16)	-2%	22	3%	(18)	-3%	(19)	-3%
Amérique	703	26,0%	677	26,5%	(26)	-4%	39	6%	(1)	0%	(63)	-9%
Asie / Reste du Monde	1 054	39,0%	934	36,5%	(120)	-11%	(27)	-3%	(5)	-1%	(87)	-8%
Monde	2 703	100,0%	2 558	100,0%	(145)	-5%	50	2%	(25)	-1%	(170)	-6%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2012/13		Semestre 1 2013/14		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	374	7,6%	397	8,7%	23	6%	24	6%	(1)	0%	0	0%
Europe hors France	1 245	25,4%	1 215	26,6%	(30)	-2%	35	3%	(32)	-3%	(33)	-3%
Amérique	1 282	26,1%	1 209	26,5%	(73)	-6%	41	3%	(2)	0%	(112)	-9%
Asie / Reste du Monde	2 005	40,9%	1 749	38,3%	(256)	-13%	(82)	-4%	(12)	-1%	(162)	-8%
Monde	4 907	100,0%	4 570	100,0%	(336)	-7%	18	0%	(48)	-1%	(306)	-6%



Compte de résultat consolidé synthétique

(En millions d'euros)	31/12/2012 (*)	31/12/2013	Variation
Chiffre d'affaires	4 907	4 570	-7%
Marge brute après coûts logistiques	3 096	2 909	-6%
Frais publi-promotionnels	(888)	(821)	-8%
Contribution après frais publi- promotionnels	2 208	2 088	-5%
Frais commerciaux et généraux	(749)	(729)	-3%
Résultat opérationnel courant	1 459	1 359	-7%
Résultat financier courant	(280)	(227)	-19%
Impôt sur les bénéfices courant	(317)	(295)	-7%
Résultat net des activités abandonnées, participations ne donnant pas le contrôle et quote-part dans le résultat des MEE	(11)	(11)	0%
Résultat net courant part du Groupe	852	826	-3%
Autres produits et charges opérationnels	(95)	(20)	NA
Éléments financiers non courants	(0)	2	NA
Impôt sur les bénéfices non courant	89	20	NA
Résultat net part du Groupe	846	828	-2%
Participations ne donnant pas le contrôle	11	11	-1%
Résultat net	857	839	-2%

(*) Les données publiées au titre de l'exercice 2012/2013 ont été retraitées des impacts liés à l'application de la norme IAS 19 amendée (Avantages au personnel), adoptée par l'Union européenne et d'application obligatoire pour le Groupe à partir du 1er juillet 2013 avec effet rétroactif au 1er juillet 2012

IAS 19 amendée :

Tableau de passage du compte de résultat

M€	S1 12/13 publié	Retraitements IAS 19	S1 12/13 retraité
Résultat opérationnel courant	1 459	0	1 459
Autres produits et charges opérationnels	(101)	6	(95)
Résultat opérationnel	1 358	6	1 364
Résultat financier courant	(272)	(8)	(280)
Éléments financiers non courants	(0)	-	(0)
Impôt sur les sociétés	(228)	1 ⁽¹⁾	(227)
Intérêts minoritaires et divers	(11)	0	(11)
Résultat net part du Groupe	847	(1)	846

(1) Retraitements : impôt sur les éléments courants pour 2 M€, impôt sur les éléments non courants pour (1) M€



Résultat opérationnel courant par région (1/3)

Monde

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	4 907 100,0%	4 570 100,0%	(336) -7%	18 0%	(48) -1%	(306) -6%
Marge brute après coûts logistiques	3 096 63,1%	2 909 63,6%	(188) -6%	21 1%	(12) 0%	(197) -6%
Frais publi-promotionnels	(888) 18,1%	(821) 18,0%	67 -8%	21 -2%	2 0%	45 -5%
Contribution après PP	2 208 45,0%	2 088 45,7%	(120) -5%	42 2%	(10) 0%	(152) -7%
Résultat opérationnel courant	1 459 29,7%	1 359 29,7%	(100) -7%	22 2%	(10) -1%	(112) -8%

Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 005 100,0%	1 749 100,0%	(256) -13%	(82) -4%	(12) -1%	(162) -8%
Marge brute après coûts logistiques	1 262 62,9%	1 089 62,3%	(173) -14%	(63) -5%	0 0%	(110) -9%
Frais publi-promotionnels	(359) 17,9%	(298) 17,1%	61 -17%	39 -11%	0 0%	22 -6%
Contribution après PP	903 45,0%	791 45,2%	(112) -12%	(25) -3%	0 0%	(88) -10%
Résultat opérationnel courant	674 33,6%	584 33,4%	(90) -13%	(24) -4%	1 0%	(67) -10%



Résultat opérationnel courant par région (2/3)

Nouveaux secteurs opérationnels⁽¹⁾

Amérique

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 282 100,0%	1 209 100,0%	(73) -6%	41 3%	(2) 0%	(112) -9%
Marge brute après coûts logistiques	831 64,8%	794 65,7%	(37) -4%	39 5%	(1) 0%	(75) -9%
Frais publi-promotionnels	(243) 18,9%	(231) 19,1%	12 -5%	(6) 2%	0 0%	17 -7%
Contribution après PP	589 45,9%	563 46,6%	(25) -4%	33 6%	(1) 0%	(58) -10%
Résultat opérationnel courant	378 29,5%	356 29,4%	(22) -6%	19 5%	(1) 0%	(40) -10%

Europe

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 619 100,0%	1 612 100,0%	(7) 0%	59 4%	(33) -2%	(33) -2%
Marge brute après coûts logistiques	1 003 61,9%	1 025 63,6%	23 2%	45 5%	(11) -1%	(11) -1%
Frais publi-promotionnels	(286) 17,7%	(292) 18,1%	(5) 2%	(12) 4%	1 0%	5 -2%
Contribution après PP	716 44,2%	734 45,5%	17 2%	33 5%	(10) -1%	(6) -1%
Résultat opérationnel courant	407 25,1%	419 26,0%	12 3%	27 7%	(10) -2%	(5) -1%

(1) La France est désormais intégrée dans le secteur opérationnel Europe



Résultat opérationnel courant par région (3/3)

Anciens secteurs opérationnels

Europe hors France

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 245 100,0%	1 215 100,0%	(30) -2%	35 3%	(32) -3%	(33) -3%
Marge brute après coûts logistiques	744 59,7%	743 61,1%	(1) 0%	27 4%	(11) -1%	(16) -2%
Frais publi-promotionnels	(193) 15,5%	(191) 15,7%	2 -1%	(4) 2%	1 -1%	5 -3%
Contribution après PP	551 44,2%	552 45,4%	1 0%	22 4%	(10) -2%	(11) -2%
Résultat opérationnel courant	326 26,2%	320 26,3%	(6) -2%	12 4%	(10) -3%	(9) -3%

France

(en millions d'euros)	Fin décembre 2012/13	Fin décembre 2013/14	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	374 100,0%	397 100,0%	23 6%	24 6%	(1) 0%	0 0%
Marge brute après coûts logistiques	259 69,4%	283 71,2%	23 9%	18 7%	0 0%	5 2%
Frais publi-promotionnels	(93) 25,0%	(101) 25,4%	(7) 8%	(7) 8%	0 0%	0 0%
Contribution après PP	166 44,4%	182 45,8%	16 10%	11 6%	0 0%	5 3%
Résultat opérationnel courant	80 21,5%	99 25,0%	19 23%	15 18%	0 0%	3 4%

Effet devises à fin Décembre 2013/14 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
		2012/13	2013/14	%		
Dollar américain	USD	1,27	1,34	5,4%	(54)	(35)
Roupie indienne	INR	69,63	83,44	19,8%	(55)	(22)
Yen japonais	JPY	101,88	133,85	31,4%	(21)	(12)
Rouble russe	RUB	40,15	43,89	9,3%	(15)	(11)
Bolívar vénézuélien	VEF	10,83	16,79	54,9%	(16)	(11)
Yuan chinois	CNY	8,03	8,20	2,2%	(11)	(8)
Ecart de conversion / couvertures de change						(3)
Autres devises					(134)	(10)
Total					(306)	(112)

Sensibilité du résultat et de la dette à la parité EUR/USD

Impact estimé d'une **appréciation de 1%**
de l'USD et des devises liées⁽¹⁾

Impact sur le compte de résultat⁽²⁾

Résultat opérationnel courant

Frais financiers

Résultat courant avant impôts

M€

+17

(1)

+16

&

Impact sur le bilan

**Augmentation/(diminution)
de la dette nette**

M€

+46



Effet périmètre

Effet périmètre S1 2013/14 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
Activités scandinaves	(22)	(10)
Activités espagnoles	(11)	1
Activités australiennes	(6)	2
Autres	(9)	(2)
Total effet périmètre	(48)	(10)

Bilan (1/2)

Actif (En millions d'euros)	30/06/2013 (*)	31/12/2013
(En valeurs nettes)		
Actifs non courants		
Immobilisations incorporelles et goodwill	16 753	16 291
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 506	2 605
Actifs d'impôt différé	1 771	1 729
Actifs non courants	21 030	20 625
Actifs courants		
Stocks et en-cours	4 484	4 568
<i>dont en-cours de biens vieillés</i>	3 617	3 706
<i>dont en-cours de biens non vieillés</i>	69	65
Créances clients (**)	1 159	1 695
<i>dont créances d'exploitation</i>	1 090	1 624
<i>dont autres créances d'exploitation</i>	69	71
Autres actifs courants	209	198
<i>dont actifs courants d'exploitation</i>	203	192
<i>dont actifs courants d'immobilisation</i>	6	6
Actif d'impôt exigible	27	39
Trésorerie, équivalents de trésorerie et dérivés courants	620	688
Actifs courants	6 499	7 188
Actifs destinés à être cédés	8	4
Total actifs	27 537	27 817

(**) après cessions de créances de :

505	684
-----	-----

(*) Les données publiées au titre de l'exercice 2012/2013 ont été retraitées des impacts liés à l'application de la norme IAS 19 amendée (Avantages au personnel), adoptée par l'Union européenne et d'application obligatoire pour le Groupe à partir du 1er juillet 2013 avec effet rétroactif au 1er juillet 2012

Bilan (2/2)

Passif (En millions d'euros)	30/06/2013 (*)	31/12/2013
Capitaux propres Groupe	11 014	11 467
Participations ne donnant pas le contrôle	165	162
<i>dont résultat tiers</i>	19	11
Capitaux propres	11 179	11 629
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	4 076	4 069
Emprunts obligataires non courants	6 949	6 731
Dettes financières et dérivés non courants	915	1 441
Total passifs non courants	11 940	12 241
Provisions courantes	163	153
Dettes fournisseurs	1 546	1 572
Autres passifs courants	924	765
<i>dont passifs courants d'exploitation</i>	635	723
<i>dont passifs courants d'immobilisation et autres</i>	288	41
Passif d'impôt exigible	127	167
Emprunts obligataires courants	1 001	525
Dettes financières et dérivés courants	656	765
Total passifs courants	4 418	3 947
Passifs destinés à être cédés	0	0
Total passifs et capitaux propres	27 537	27 817

(*) Les données publiées au titre de l'exercice 2012/2013 ont été retraitées des impacts liés à l'application de la norme IAS 19 amendée (Avantages au personnel), adoptée par l'Union européenne et d'application obligatoire pour le Groupe à partir du 1er juillet 2013 avec effet rétroactif au 1er juillet 2012

IAS 19 amendée :

Tableau de passage du bilan

Actif (En millions d'euros)	Publié 30/06/2013	Retraitements liés à IAS19 amendée	Retraité 30/06/2013
(En valeurs nettes)			
Actifs non courants			
Immobilisations incorporelles et goodwill	16 753		16 753
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 507	(1)	2 506
Actifs d'impôt différé	1 721	50	1 771
Actifs non courants	20 981	49	21 030
Actifs courants			
Stocks et en-cours	4 484		4 484
<i>dont en-cours de biens vieillis</i>	<i>3 617</i>		<i>3 617</i>
<i>dont en-cours de biens non vieillis</i>	<i>69</i>		<i>69</i>
Créances clients (*)	1 159		1 159
<i>dont créances d'exploitation</i>	<i>1 090</i>		<i>1 090</i>
<i>dont autres créances d'exploitation</i>	<i>69</i>		<i>69</i>
Autres actifs courants	209		209
<i>dont actifs courants d'exploitation</i>	<i>203</i>		<i>203</i>
<i>dont actifs courants d'immobilisation</i>	<i>6</i>		<i>6</i>
Actif d'impôt exigible	27		27
Trésorerie, équivalents de trésorerie et dérivés courants	620		620
Actifs courants	6 499		6 499
Actifs destinés à être cédés	8		8
Total actifs	27 488	49	27 537

(*) après cessions de créances de :

505		505
-----	--	-----

Passif (En millions d'euros)	Publié 30/06/2013	Retraitements liés à IAS19 amendée	Retraité 30/06/2013
Capitaux propres Groupe	11 183	(169)	11 014
Participations ne donnant pas le contrôle	168	(3)	165
<i>dont résultat tiers</i>	<i>19</i>	<i>(0)</i>	<i>19</i>
Capitaux propres	11 351	(172)	11 179
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 855	221	4 076
Emprunts obligataires non courants	6 949		6 949
Dettes financières et dérivés non courants	915		915
Total passifs non courants	11 719	221	11 940
Provisions courantes	163		163
Dettes fournisseurs	1 546		1 546
Autres passifs courants	924		924
<i>dont passifs courants d'exploitation</i>	<i>635</i>		<i>635</i>
<i>dont passifs courants d'immobilisation et autres</i>	<i>288</i>		<i>288</i>
Passif d'impôt exigible	127		127
Emprunts obligataires courants	1 001		1 001
Dettes financières et dérivés courants	656		656
Total passifs courants	4 418		4 418
Passifs destinés à être cédés	0		0
Total passifs et capitaux propres	27 488	49	27 537



Analyse du besoin en fonds de roulement

(En millions d'euros)	Jun 2012	Décembre 2012	Jun 2013	Décembre 2013	A 12/13 variation de BFR*	A 13/14 variation de BFR*
En-cours de biens vieilliss	3 431	3 439	3 617	3 706	24	78
Avances fournisseurs pour biens vieilliss	7	10	6	12	4	7
Dettes fournisseurs associées	90	110	91	138	21	45
En-cours de biens vieilliss nets des fournisseurs et des avances	3 348	3 339	3 532	3 580	7	39
Créances clients avant affacturation/titrisation	1 602	2 460	1 595	2 309	905	783
Avances clients	4	3	12	2	(1)	(9)
Autres actifs courants	260	256	266	251	1	(1)
Autres stocks	801	779	799	797	(1)	29
En-cours de biens non vieilliss	64	63	69	65	1	(0)
Dettes fournisseurs et autres	2 061	2 169	2 079	2 155	152	134
Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Brut	662	1 387	638	1 264	755	686
Créances clients affacturées/titrisées	500	707	505	684	(215)	(188)
Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Net	162	680	133	580	540	498
Besoin en Fonds de Roulement	3 510	4 019	3 665	4 160	548	536

* à change et reclassements constants

Dont variation courante	568	537
Dont variation non courante	(21)	(1)

Variation de la dette

(En millions d'euros)	31/12/2012	31/12/2013
Capacité d'autofinancement avant intérêts financiers et impôts	1 491	1 417
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(548)	(536)
Résultat Financier et impôts cash	(434)	(414)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(94)	(134)
Free Cash Flow	416	332
Cessions/acquisitions actifs et divers	(32)	(70)
Incidence des variations du périmètre de consolidation	-	-
Dividendes et autres	(419)	(441)
Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)	(34)	(179)
Incidence des écarts de conversion	249	281
Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)	215	102
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(9 363)	(8 727)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(9 148)	(8 626)



Maturité de la dette au 31 décembre 2013

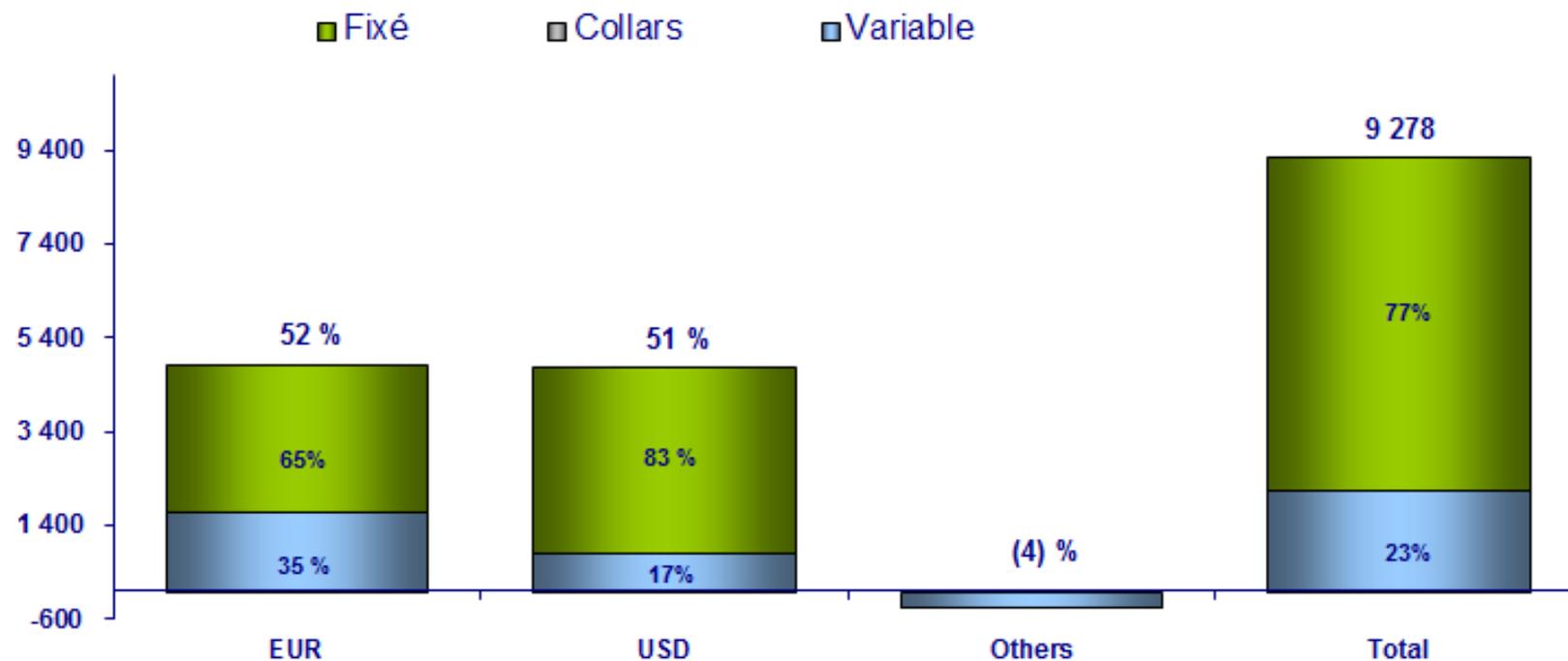


- ➔ Maturité de la dette brute à fin décembre 2013 : 6 ans et 2 mois
- ➔ Liquidité à fin décembre 2013 : 0,7 milliard d'€ de cash et 1,1 milliard d'€ de lignes de crédit disponibles (après remboursement d'une obligation de 550 M€ arrivée à échéance en décembre 2013)
- ➔ Sur S2 2013/14, nouvelle échéance obligataire (250 M€) qui pourra être intégralement couverte par les cash flows prévisionnels et/ou les lignes bancaires confirmées non tirées



Couverture de la dette brute au 31 décembre 2013

M€



Maintien de la couverture naturelle de la dette : **répartition EUR/USD proche de celle de l'EBITDA**
Large part de la dette maintenue à taux fixes (77%)



Emissions obligataires

Devise	Nominal	Coupon	Date d'émission	Date d'échéance
EUR	800 M€	7,000%	15/06/2009	15/01/2015
	1 200 M€	4,875%	18/03/2010	18/03/2016
	1 000 M€	5,000%	15/03/2011	15/03/2017
USD	201 M\$	Libor 3M + marge	21/12/2010	21/12/2015
	1 000 M\$	5,750%	07/04/2011	07/04/2021
	1 500 M\$	4,450%	20/10/2011	15/01/2022
	2500 M\$ dont : 850 M\$ à 5 ans 800 M\$ à 10,5 ans 850 M\$ à 30 ans	2,950% à 5 ans 4,250% à 10,5 ans 5,500% à 30 ans	12/01/2012	15/01/2017 15/07/2022 15/01/2042
GBP	250 M£	6,625%	12/06/2002	12/06/2014



Nombre d'actions pour le calcul du BPA après dilution

(x 1 000)	S1 12/13	S1 13/14	
Nombre d'actions en circulation à la clôture	265 422	265 422	
Nombre moyen d'actions pondéré (pro rata temporis)	265 356	265 422	
Nombre d'actions auto-détenues	(1 901)	(2 156)	
Effet dilutif des stock options et actions de performance	2 780	2 501	
Nombre d'actions pour le calcul du BPA après dilution	266 234	265 766	
(M€) et (€/action)	S1 12/13	S1 13/14	Δ
<i>Résultat net courant part du Groupe⁽¹⁾</i>	852	826	-3%
Résultat net courant part du Groupe par action dilué⁽¹⁾	3,20	3,11	-3%



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité