

Très bonne performance, supérieure à l'objectif initial

Chiffre d'affaires : +7%**

Résultat opérationnel courant : +8%**

Résultat net part du Groupe : +10%

Forte réduction de la dette nette à 9 milliards d'euros



1 sept 2011

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

* Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après vérification du rapport de gestion

** Croissance interne



- Analyse globale

- Analyse du chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Faits marquants pour Pernod Ricard en 2010/11

Une stratégie efficace Des objectifs financiers dépassés

- ➔ **Dynamisme de l'activité : record historique des volumes du Top 14 et de 7 de ses marques**
- ➔ **Soutien publi-promotionnel renforcé et nombreuses initiatives en matière d'innovation**
- ➔ **Forte progression des résultats financiers et poursuite du désendettement et du refinancement**



Chiffres-clés 2010/11

➔ **Chiffre d'affaires : 7 643 M€ (+8%, croissance interne +7%)**

Top 14 : volumes +6%, chiffre d'affaires +10%*

Marchés émergents** : chiffre d'affaires +17%*

Retour à la croissance sur les marchés matures : chiffre d'affaires +1,5%*

➔ **Taux de marge brute en hausse à 60,3% du CA (vs 59,6% en 2009/10)**

➔ **Investissements publi-promotionnels : 1 441 M€ en hausse de +11%*
soit 18,9% du CA vs 17,8% en 2009/10**

Top 14 : 76% des investissements globaux, en croissance de +12%* (ratio Inv. PP / CA de 24,7%)

* Croissance interne

** PNB annuel par habitant < 10 000 USD



Chiffres-clés 2010/11

→ Forte progression des résultats :

Résultat opérationnel courant : 1 909 M€ (+6%, croissance interne +8%)

Résultat net courant part du Groupe : 1 092 M€ (+9%)

Résultat net part du Groupe : 1 045 M€ (+10%)

→ Poursuite d'un désendettement rapide :

Forte réduction de la dette de (1 546) M€ à 9 038 M€

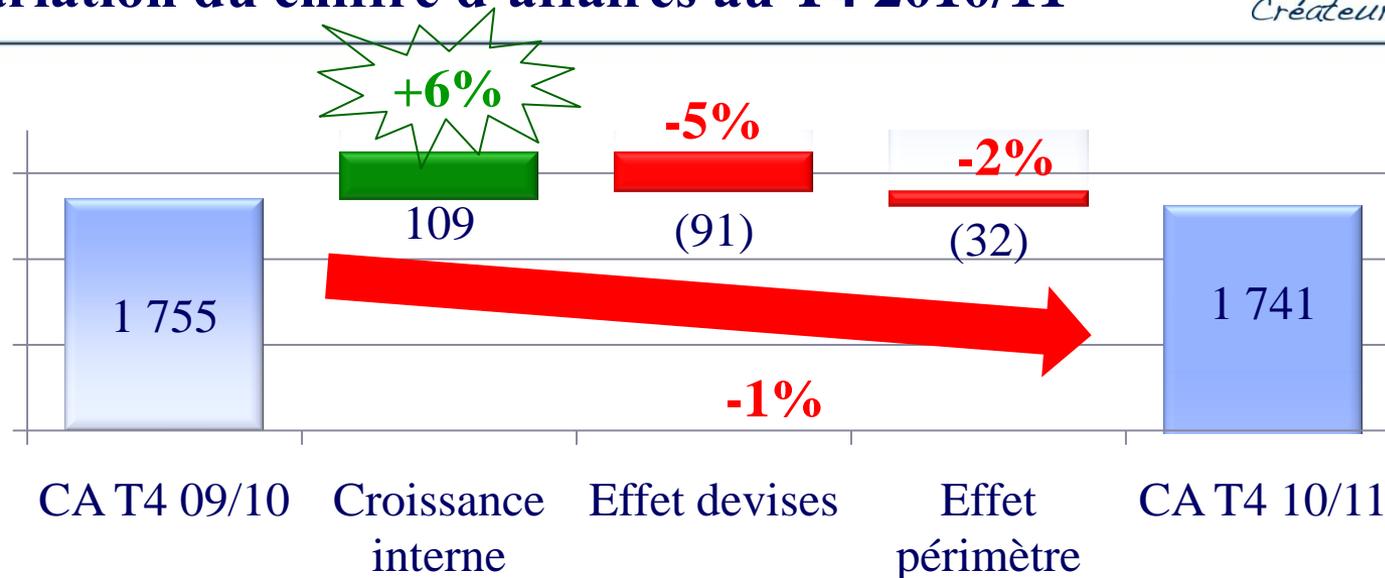
Amélioration du ratio Dette Nette* / EBITDA* à 4,4 au 30/06/11 (vs 4,9 au 30/06/10)



- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Variation du chiffre d'affaires au T4 2010/11

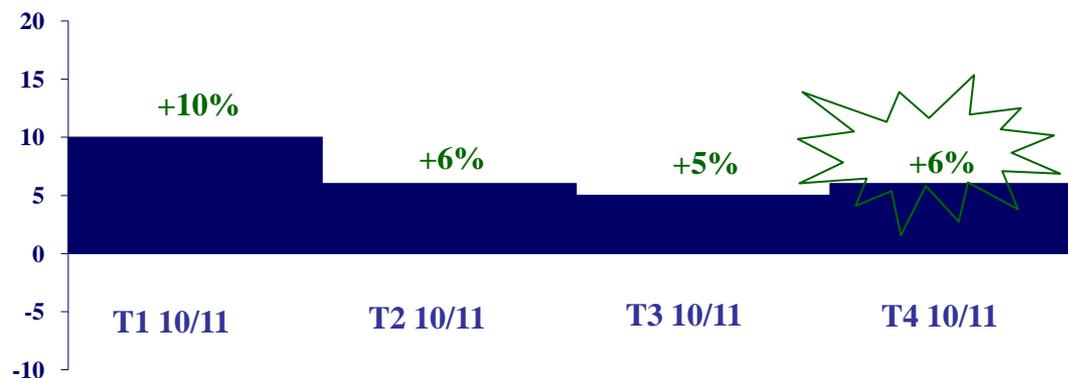


- ➔ **Croissance interne : +6% (Spiritueux +7%, Vins +1%)**
- ➔ **Effet devises principalement lié à la baisse de l'USD, du CNY et de l'INR**
- ➔ **Effet périmètre : cession de certaines activités scandinaves, espagnoles et néo-zélandaises**



Evolution de l'activité au T4 2010/11

→ Bon T4, croissance interne du chiffre d'affaires à +6%, dans la continuité des 9 premiers mois de l'exercice



→ Poursuite d'une croissance soutenue (+8%*) du Top 14

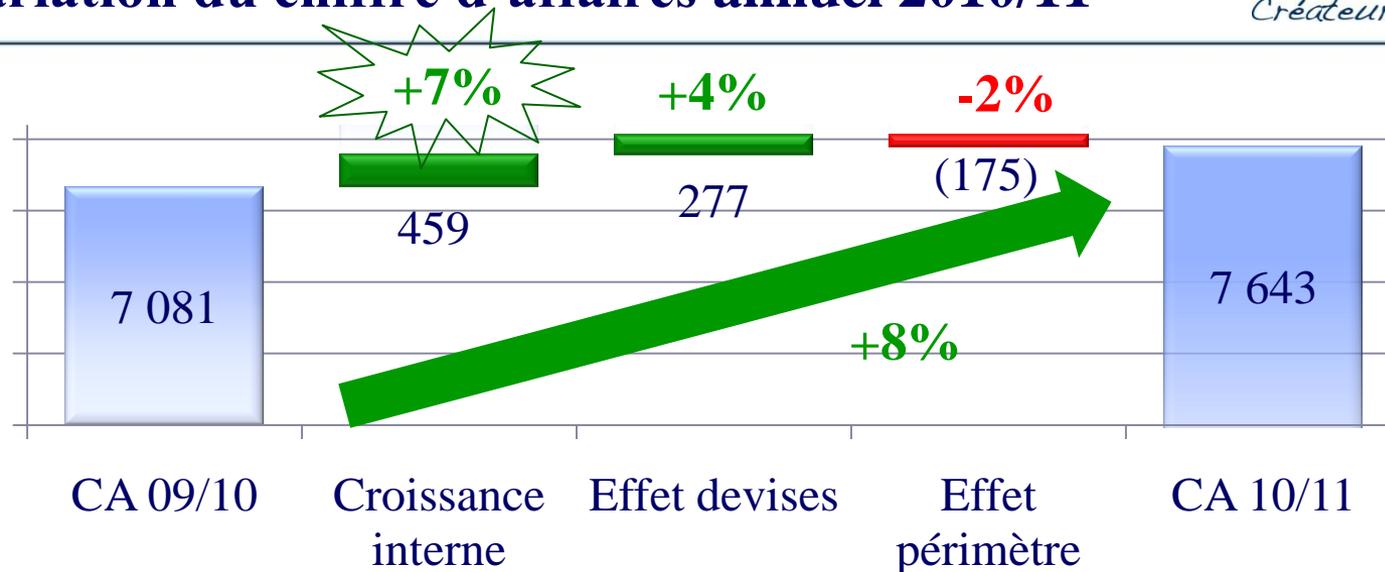
→ Confirmation de la très forte croissance sur les marchés émergents** (+20%*). Stabilité* sur les marchés matures

* Croissance interne

** PNB annuel par habitant < 10 000 USD



Variation du chiffre d'affaires annuel 2010/11



- ➔ **Croissance interne : +7%** (Spiritueux +8%, Vins en légère hausse)
- ➔ **Effet devises principalement lié à la hausse des devises suivantes : CNY, USD, AUD, INR, KRW, CAD, MXN, BRL ...**
- ➔ **Effet périmètre : cession de certaines activités scandinaves, espagnoles et néo-zélandaises**



Plan de la présentation

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
 - par région
 - par marque / Initiatives marketing
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Croissance interne du chiffre d'affaires par région

	<i>FY</i> 2009/10	<i>FY</i> 2010/11
Asie-RdM	+9%	+15%
Amérique	+4%	+5%
Europe (hors France)	-5%	0%
France	0%	+4%
Monde	+2%	+7%

Croissance de toutes les régions :

- Retour à une croissance à deux chiffres en Asie-RdM
- Bonne progression en Amérique
- Amélioration de tendance en Europe, avec une activité redevenue dynamique en Europe de l'Est mais un marché qui reste difficile en Europe de l'Ouest
- Croissance solide en France

Asie – Reste du monde

Analyse par catégorie

M€	FY 2009/10	FY 2010/11	Δ	Δ Interne
Chiffre d'affaires	2 273	2 711	+19%	+15%

Très fort dynamisme

- ➔ **Martell** (+26%*) : 1^{ère} source de croissance avec un effet mix/prix très favorable
- ➔ **Scotch whiskies** du Top 14 (+16%*) : 2^{ème} source de croissance
- ➔ **Whiskies indiens** (+30%*) : 3^{ème} contributeur
- ➔ **Absolut, Jacob's Creek** et les **Champagnes** ont également tiré la croissance de la région

Asie – Reste du monde

Analyse par pays

- **Chine** : très forte croissance (+23%^{*}) tirée par Martell, les Scotchs et Jacob's Creek
- **Inde** : très forte hausse de +33%^{*} grâce aux whiskies locaux. Montée en puissance de Chivas et Absolut
- Autres marchés émergents en plein essor : **Vietnam** (+50%^{*}), **Afrique/MO** (+24%^{*})
- **Taiwan** : très forte croissance, notamment sur Martell et les Scotchs
- **Marchés Duty Free** : activité toujours dynamique (+21%^{*})
- **Corée du Sud** : croissance de +3%^{*} en ligne avec le marché
- **Thaïlande** : recul limité sur l'année (-2%^{*}), grâce à la bonne progression du Top 14 et à un fort rebond de 100 Pipers au T4
- **Australie** : activité pénalisée par la sortie volontaire d'activités de vins secondaires, des conflits commerciaux au S1 et les inondations dans le Queensland au T3
- **Japon** : ventes cumulées en croissance de +3%^{*} sur l'exercice (rappel : absence de vente sur Chivas au T1 2009/10). Impact du tsunami sur l'activité (-7%^{*} au T4) moins important qu'anticipé

Amérique

Analyse par catégorie

M€	FY 2009/10	FY 2010/11	Δ	Δ Interne
Chiffre d'affaires	1 911	2 068	+8%	+5%

Accélération de la croissance du Top 14

- ➔ **Top 14** (+7%* vs +4%* en 2009/10) : principale source de croissance, avec notamment Jameson, Malibu et The Glenlivet aux Etats-Unis, Absolut au Brésil, Chivas en Duty Free et en Amérique Latine et Havana Club à Cuba
- ➔ **Vins Premium Prioritaires** : recul (-10%*) principalement lié à Jacob's Creek aux Etats-Unis sur un marché des vins australiens déprimé
- ➔ **Marques locales** (+1%*) : fort recul de Seagram's Gin (-12%*) aux Etats-Unis mais très bonne performance de Passport (+16%*) et d'Orloff (+30%*) au Brésil

Amérique

Analyse par pays : États-Unis

➔ Bonne orientation du marché tant en terme de dynamique que de mix :

- Nielsen 12 mois au 30 juin 2011 à + 4% et NABCA à +3%
- Retour de la premiumisation et confirmation du redressement de l'activité dans le on-trade
- Baisse de l'intensité promotionnelle de la part de certains concurrents

➔ Pernod Ricard : impact positif du positionnement premium et du renforcement des investissements derrière les marques-clé

- Croissance interne du chiffre d'affaires à +2% et du Top 14 à +5%
- Absolut renoue avec la croissance
- Accélération du développement de Jameson, 1^{er} relais de croissance de Pernod Ricard USA

Absolut	2009/10	2010/11
Depletions	-2%	+2%
Nielsen	+1%	+3%
NABCA	-2%	+4%

Jameson	2009/10	2010/11
Depletions	+24%	+29%
Nielsen	+16%	+28%
NABCA	+22%	+25%

- Bonne performance de The Glenlivet, Malibu et Mumm Cuvée Napa. Rebond de Perrier-Jouët

- ➔ **Brésil** : forte croissance (+12%*) tirée par le Top 14 (+41%*), notamment par Absolut et les Scotch whiskies
- ➔ **Mexique** : croissance soutenue (+7%*) avec un très fort développement des Scotch whiskies
- ➔ **Canada** : légère progression de l'activité avec des performances contrastées : forte hausse d'Absolut et de Jameson mais recul de Jacob's Creek et de Kahlua
- ➔ Bonne progression sur la plupart des autres marchés : Argentine, pays andins, Cuba, Amérique Centrale, ... Fort recul au Venezuela (accès restreint à l'USD) désormais peu significatif (environ 0,5% du chiffre d'affaires du Groupe)

Europe (hors France)

Analyse par catégorie

M€	FY 2009/10	FY 2010/11	Δ	Δ Interne
Chiffre d'affaires	2 176	2 114	-3%	-

Nette amélioration de tendance sur l'année
Stabilité* du chiffre d'affaires en 2010/11 vs -5%* en 2009/10

- **Top 14** : 1^{ère} source de croissance (+4%*) tirée par Jameson, Absolut, Beefeater, Havana Club, Mumm et Perrier-Jouët. Baisse de Chivas en Grèce et Ballantine's en Espagne
- **Vins Premium Prioritaires** : retour à la croissance (+2%*) avec une forte progression de Campo Viejo au RU, en Allemagne et aux Pays-Bas. Recul de Jacob's Creek au RU
- **Marques locales** : fort recul des vodkas polonaises et des aquavits scandinaves



- ➔ **Europe Occidentale** : chiffre d'affaires en recul de -2%*, soit une amélioration de tendance vs 2009/10 (-5%*)
 - Recul principalement lié à deux marchés : la **Grèce** (-33%*) et l'**Espagne** (-5%*)
 - **Allemagne** : légère progression grâce au Top 14 (+11%*), tirée par Havana Club et Absolut
 - Quasi-stabilité au **RU** (-1%* vs -10%* en 2009/10) et en **Irlande** (-1%* vs -6%* en 2009/10), soit une nette amélioration par rapport à l'exercice précédent
- ➔ **Europe de l'Est et Europe Centrale** : net rebond (+9%* vs -9%* en 2009/10) avec une accélération au S2 (+12%*)
 - **Russie** : principal contributeur à la croissance de la région (+17%*, Top 14 +30%*)
 - **Ukraine** : vigoureux redressement de l'activité (+19%*)
 - **Pologne** (+1%*) : marques importées en forte croissance (Top 14 +32%*), notamment Ballantine's (+49%*), mais baisse des vodkas polonaises



France

M€	FY 2009/10	FY 2010/11	Δ	Δ Interne
Chiffre d'affaires	721	750	+4%	+4%

Croissance solide

- Poursuite de la bonne performance des marques du Top 14 (+6%*), notamment Ricard, Ballantine's, Mumm, Chivas, Havana Club, Perrier-Jouët, Jameson et Absolut
- Ricard (+5%*) bénéficie du lancement de la nouvelle bouteille au S2 2010/11
- Rebond des champagnes en volume et en valeur



Plan de la présentation

- Analyse globale
- Analyse du Chiffre d'affaires
 - par région
 - par marque / Initiatives marketing
- Résultat opérationnel courant
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives

Croissance interne du chiffre d'affaires par catégorie



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

	Part dans le CA	FY 2009/10	FY 2010/11
Top 14 Spiritueux & Champagnes	58%	+4%	+10%
Vins Premium Prioritaires	5%	-2%	0%
18 marques-clé locales / spiritueux	17%	+4%	+3%
Autres	20%	-3%	+1%
Total	100%	+2%	+7%

Mix de croissance très favorable

**Les marques premium* représentent 71% du chiffre d'affaires
au 30 juin 2011 contre 69% au 30 juin 2010**

* PVC aux US >= 17 USD pour les spiritueux et > 5 USD pour le vin

CHIVAS

Top 14
Spiritueux & Champagnes

ABSOLUT[®]
Country of Sweden
VODKA



BEEFEATER
LONDON



Ballantine's
LEAVE AN IMPRESSION



Volumes : +6%
Chiffre d'affaires : +10%*
Part dans le CA du Groupe : 58%



THE
GLENLIVET.





Top 14 Spiritueux & Champagnes

**Accélération de la croissance par rapport à 2009/10
avec un effet mix/prix toujours très favorable (+4%)**

Croissance interne

		Volumes	CA	Effet mix / prix
Absolut		6%	6%	0%
Chivas Regal		7%	9%	2%
Ballantine's		7%	8%	1%
Ricard		-1%	3%	4%
Jameson		17%	20%	3%
Malibu		6%	3%	-3%
Beefeater		3%	4%	1%
Kahlua		-1%	-1%	0%
Havana Club		10%	8%	-2%
Martell		11%	22%	11%
The Glenlivet		13%	14%	1%
Royal Salute		24%	27%	4%
Mumm		6%	7%	1%
Perrier-Jouët		14%	17%	3%
Top 14		6%	10%	4%

→ 5 marques sur 14 enregistrent une croissance interne du chiffre d'affaires à **deux chiffres**

→ 12 marques sur 14 bénéficient d'un effet mix/prix favorable ou neutre

→ Record historique des volumes pour le Top 14 et pour 7 des marques qui le constituent



Record historique en volumes

Top 14 Spiritueux & Champagnes

Marques « Icônes »

 ABSOLUT <i>Country of Sweden</i> VODKA 11 M cs +6%	<ul style="list-style-type: none">✓ Croissance des volumes à +6% (chiffre d'affaires +6%*) dont + 2% aux Etats-Unis et + 9% hors Etats-Unis✓ L'effet mix/prix global devient positif au S2 à +1%✓ Le Brésil, la Corée du Sud, la Russie, la Turquie, l'Allemagne, les pays andins et le RU représentent la moitié de la progression*
 CHIVAS 4,6 M cs +7%	<ul style="list-style-type: none">✓ Croissance tirée par l'Asie, l'Afrique/MO, l'Amérique Latine et l'Europe de l'Est (environ 80% de la croissance*)✓ Poursuite de la premiumisation : Chivas 18 ans à +23%* et Chivas 25 ans à +70%*

*Croissance interne



Record historique en volumes

Top 14 Spiritueux & Champagnes

Marques premium



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

 <p>6,3 M cs +7%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Croissance* tirée par l'Asie-RdM (2/3 de la croissance) → Les qualités Ballantine's 15 ans et plus progressent de +21%* (vs +5%* pour Ballantine's Finest) ✓ Cap de 1 M cs atteint en France, très forte hausse en Pologne (qui devient le 3^{ème} marché export en Europe) et en Amérique Latine ✓ Recul de la marque en Espagne (-8%*)
 <p>5,4 M cs -1%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lancement de la nouvelle bouteille au T3 2010/11 ✓ Gains de part de marché en off-trade sur le marché français ✓ Effet mix/prix de +4% : hausse tarifaire et effet mix favorable
 <p>3,8 M cs +10%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Forte progression sur l'ensemble des marchés à l'exception de la Grèce et de l'Espagne ✓ L'Allemagne est devenue le premier marché de la marque en valeur



*Croissance interne
Record historique en volumes

Top 14 Spiritueux & Champagnes

Marques premium



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

 3,5 M cs +6%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Accélération au S2, tirée par les Etats-Unis (succès de « Malibu cocktails ») ✓ Redressement en Europe (+2%* vs -7%* en 2009/10) avec des situations contrastées
  3,4 M cs +17%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cap des 3 M cs dépassé sur l'exercice ✓ Performance exceptionnelle tirée par les Etats-Unis avec 1 M cs (+29%), l'Europe de l'Est et l'Afrique du Sud
 2,4 M cs +3%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Belle performance en Espagne (+3%*), malgré un environnement difficile ✓ Très fort développement dans les marchés émergents (sur des bases faibles)
 1,7 M cs -1%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Quasi-stabilité* de la marque : léger recul aux Etats-Unis et progression en Europe et en Asie ✓ Relance de la marque avec la nouvelle campagne publicitaire « Delicioso »



*Croissance interne
Record historique en volumes

Top 14 Spiritueux & Champagnes

Marques prestige

  <p>1,8 M cs +11%</p>	<p>✓ Croissance remarquable (+22% *) traduisant un effet mix / prix très favorable</p> <p>✓ Bonne évolution du mix qualités (XO +29% *, Noblige +42% *)</p>
  <p>0,7 M cs +13%</p>	<p>✓ Fort développement tant sur son marché-clé (Etats-Unis +7% *) qu'en Duty Free et dans de nombreux marchés en plein essor (notamment en Asie)</p>
 <p>0,6 M cs +6%</p>	<p>✓ Rebond de la marque (+7% * vs -8% * en 2009/10) tiré par la France, l'Italie et la Chine</p>
 <p>0,2 M cs +14%</p>	<p>✓ Rebond confirmé sur les principaux marchés : Etats-Unis, France et Italie. Très fort développement en Asie (+31% *). Recul au RU</p>
  <p>0,2 M cs +24%</p>	<p>✓ Très forte croissance en Asie et sur les marchés Duty Free</p> <p>✓ Bonne performance en Amérique Latine et en Afrique/MO sur des bases faibles</p>

*Croissance interne



Record historique en volumes

Vins Premium Prioritaires : retour à la croissance pour la première fois depuis 2007/2008

Volumes : -1%
Chiffre d'affaires : +0,4%*
Stratégie valeur : contribution +6%***
Part dans le CA du Groupe : 5%



JACOB'S CREEK®

Volumes -3% CA -1%*



Campo Viejo

Volumes +6% CA +8%*



BRANCOTT™
ESTATE

Volumes +2% CA -3%*



GRAFFIGNA
CENTENARIO

Volumes +3% CA +6%*

*Croissance interne

**Contribution après investissements publi-promotionnels

18 marques-clé locales de spiritueux : poursuite de la croissance tirée par les whiskies indiens

Volumes : +6%

Chiffre d'affaires : +3%*

Part dans le CA du Groupe : 17%

- ➔ **Très fort développement des whiskies indiens (+30%*), activité stratégique du Groupe**
- ➔ **Performance globale pénalisée par les reculs de Seagram's Gin aux Etats-Unis (-12%*) et de 100 Pipers en Thaïlande (-13%*)**



Principales initiatives marketing & innovations

Innovations produit
Nouveaux packagings
Editions limitées
Promotions consommateurs
Sponsoring
Initiatives digitales
Nouvelles campagnes publicitaires

Croissance grâce à l'innovation : Innovation produits



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



ABSOLUT
Wild Tea



ABSOLUT
Berri Açai



ABSOLUT
*Orient
Apple*



ABSOLUT
Elyx



MALIBU
EZ Cocktails



MALIBU
Fresh



MALIBU
Black



**ROYAL
SALUTE**
62 Gun Salute



ROYAL SALUTE
*A Tribute to
Honour*



JAMESON
*Select
Reserve*



**THE
GLENLIVET**
*Nadurra
Triumph*



**HAVANA
CLUB**
*Selección de
Maestros*



**BRANCOTT
ESTATE**
*Sparkling
Sauvignon Blanc*



**JACOB'S
CREEK**
*Sparkling
Moscato*

Croissance grâce à l'innovation : Nouveaux packagings



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



RICARD
Nouvelle Bouteille



MARTELL VSOP
Nouveau Packaging



MUMM
Packaging gamme Expert



HAVANA CLUB 3 Años
Nouveau Packaging



THE GLENLIVET
Nouveau Packaging de gamme

Croissance grâce à l'innovation : Editions limitées



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



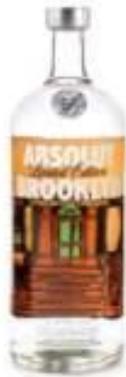
ABSOLUT
Watkins



ABSOLUT
Svea



ABSOLUT
Glimmer



ABSOLUT
Brooklyn



ABSOLUT
SF



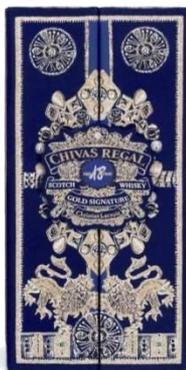
MALIBU
Snowflake



BEEFEATER
Winter Gin



CHIVAS REGAL 18
Christian Lacroix



CHIVAS REGAL 18
Vivienne Westwood



JAMESON
St Patrick's Day



PERRIER-JOUËT
Belle Epoque sculptures



Croissance grâce à l'innovation : Promotions consommateurs



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

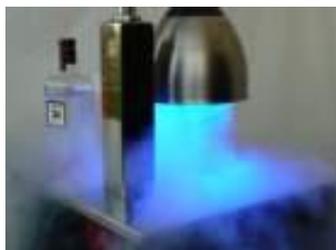
ON-TRADE



BEEFEATER 24
Salons de Thé



BALLANTINE'S
Dégustations Blue Safari



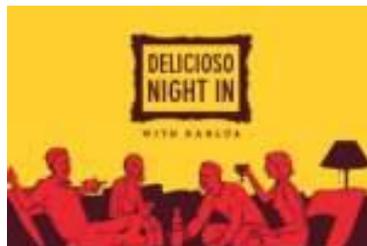
BEEFEATER 24
Freeze Serve



PERRIER-JOUËT
Luxury Hotel Salons



RICARD
Triporteurs Bar Tour



KAHLÙA
Delicioso Night In

OFF-TRADE & EVENEMENTIEL



MARTELL
Boutiques Duty Free Asie



MARTELL
Cognac Trunk Tour



MUMM
Explorer Experiences



JAMESON
Cult Film Club



BEEFEATER
Forever London Events

Croissance grâce à l'innovation : Sponsoring



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



“BALLANTINE’S CHAMPIONSHIP”
Corée du Sud



JACOB’S CREEK
Sponsoring de l’Open de Tennis d’Australie



JACOB’S CREEK
Vin officiel de Wimbledon



CHIVAS REGAL 25
Festival de Cannes



ROYAL SALUTE
Sponsoring du Polo



BRANCOTT ESTATE
Sponsoring de la Coupe du Monde de Rugby



CHIVAS REGAL
Asian Film Awards

Croissance grâce à l'innovation : Initiatives digitales



ABSOLUT
Drinkspiration iPad App



CHIVAS REGAL
China: Voices of Chivalry Virtual Band



BALLANTINE'S Finest
ElPlanBtv Virtual Music Platform



BALLANTINE'S Finest
Human API



JAMESON
Empire 'Done in 60 Seconds'



MALIBU
Music Mixer app



PERRIER-JOUËT
Favourite Website Award



WORLD'S BEST BARS
iPhone app



KAHLUA
Talkabout iPhone App



DRINKOLOGY
UK Mixology Forum

Croissance grâce à l'innovation : Nouvelles campagnes publicitaires



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



ABSOLUT - *Blank*



CHIVAS REGAL - *Live with Chivalry*



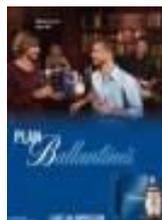
CHIVAS
REGAL 18



JAMESON Global - *Easygoing Irish*



JAMESON -
Mexico



BALLANTINE'S - *Leave an Impression*



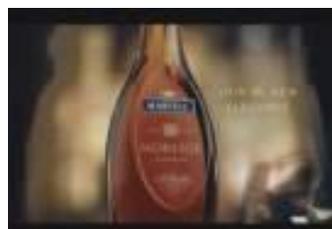
KAHLÚA - *Delicioso*



HAVANA CLUB Global



MARTELL Cordon Bleu



MARTELL - *Noblige*



BRANCOTT ESTATE -
Stay Curious



JACOB'S CREEK
China



JACOB'S CREEK
Australia



THE
GLENLIVET
Taiwan



JACOB'S CREEK
US - Australia



Plan de la présentation

- Analyse globale
- Analyse du chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
 - Compte de résultat synthétique
 - Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Compte de résultat synthétique

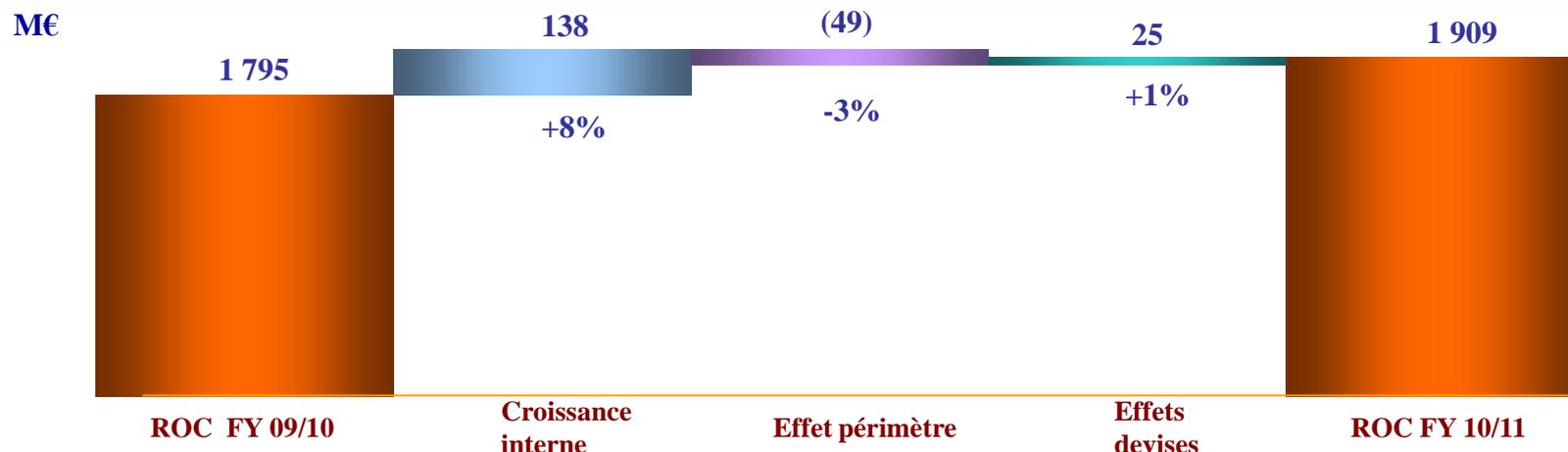
M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ	Δ Interne 10/11	Δ Interne 09/10
Chiffre d'affaires	7 081	7 643	+8%	+7%	+2%
Marge brute après coûts logistiques MB/CA	4 218 59,6%	4 610 60,3%	+9%	+8%	+4%
Investissements publi-promo Inv. PP/CA	(1 262) 17,8%	(1 441) 18,9%	+14%	+11%	+5%
Contribution après publi-promo (CAAP) CAAP/CA	2 956 41,7%	3 169 41,5%	+7%	+7%	+4%
Résultat opérationnel courant (ROC) ROC/CA	1 795 25,4%	1 909 25,0%	+6%	+8%	+4%

→ Forte croissance du résultat opérationnel courant :

- Retour à une croissance soutenue de l'activité
- Nouvelle progression du taux de marge brute (effet mix/prix favorable)
- Poursuite d'une forte croissance des investissements derrière les marques



Effets devises / périmètre sur le ROC



- ➔ Effet périmètre de (49) M€ sur le ROC 2010/11 notamment lié aux cessions d'activités en Espagne, en Scandinavie et en Nouvelle-Zélande (*effet anticipé sur le ROC 2011/12 de (7)* M€*)
- ➔ Effet devises globalement positif de +25 M€ sur l'exercice, avec :
 - Impact favorable de la hausse des cours moyens de nombreuses devises dont principalement l'USD (EUR/USD = 1,36 vs 1,39 en 2009/10) et le CNY, partiellement compensé par la hausse de la SEK, de l'AUD et de la GBP
 - Effet très favorable sur le S1 à +98 M€ mais défavorable sur le S2 à (73) M€



Marge brute après coûts logistiques

M€	FY 09/10	Croissance interne	FY 10/11
Marge brute après coûts logistiques	4 218	+8%	4 610
MB/CA	59,6%		60,3%

+75pb

➔ Nouvelle forte amélioration du ratio marge brute après coûts logistiques / CA

➔ Cette progression résulte notamment :

- d'un effet mix favorable : croissance du chiffre d'affaires du Top 14 supérieure à celle du Groupe, forte progression des qualités supérieures (Martell, Ballantine's, Chivas,...)
- des hausses tarifaires (en moyenne +1,5% pour le Top 14)
- d'une bonne maîtrise des coûts (en moyenne +1,5%)



Investissements publi-promotionnels

M€	FY 09/10	Croissance interne	FY 10/11
Investissements PP	(1 262)	+11%	(1 441)
Inv. PP/CA	17,8%		18,9%

+103pb

- ➔ Comme annoncé, Pernod Ricard a significativement accru les investissements derrière ses marques (+11%*)
- ➔ Croissance du ratio Inv. PP/CA largement liée à la hausse de la part du Top 14 dans le chiffre d'affaires
- ➔ 76% des investissements publi-promotionnels sont concentrés sur le Top 14 (ratio PP/CA de 24,7% vs 24,3% en 2009/10)
- ➔ Les investissements sont alloués en priorité aux marchés émergents (54% de la croissance globale des investissements)

Frais de structure



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

M€	FY 09/10	Croissance interne	FY 10/11
Frais de structure*	(1 160)	+5%	(1 260)
Frais de structure/CA	16,4%		16,5%

* Frais de structure : Frais commerciaux + Frais généraux + Autres produits et charges

+10pb

- ➔ Hausse des frais de structure de +5%*, inférieure à celle du chiffre d'affaires
- ➔ Ratio frais de structure/CA en baisse de 15 pb à changes et périmètre constants. Hausse faciale de 10 pb (impact des cessions)
- ➔ Moyens alloués en fonction du potentiel de croissance des marchés :
 - Renforcement du réseau commercial sur les marchés émergents à fort potentiel : Chine (+24%*), Inde (+29%*), Russie (+23%*), Brésil (+17%*)
 - Création de filiales au Vietnam et en Afrique Sub-saharienne
 - Légère baisse* des frais de structure en Europe Occidentale

*Croissance interne



Résultat opérationnel courant

M€	FY 09/10	Croissance interne	FY 10/11
Résultat opérationnel courant	1 795	+8%	1 909
ROC/CA	25,4%		25,0%

-38pb

➔ Croissance du ROC de +8%*:

- Deux fois la croissance de 2009/10 (+4%*)
- Croissance supérieure à l'objectif annoncé en début d'exercice (+6%*)

➔ Marge opérationnelle : hors effets de changes et périmètre, amélioration de 28pb, en dépit de la forte hausse du ratio Inv. PP/CA

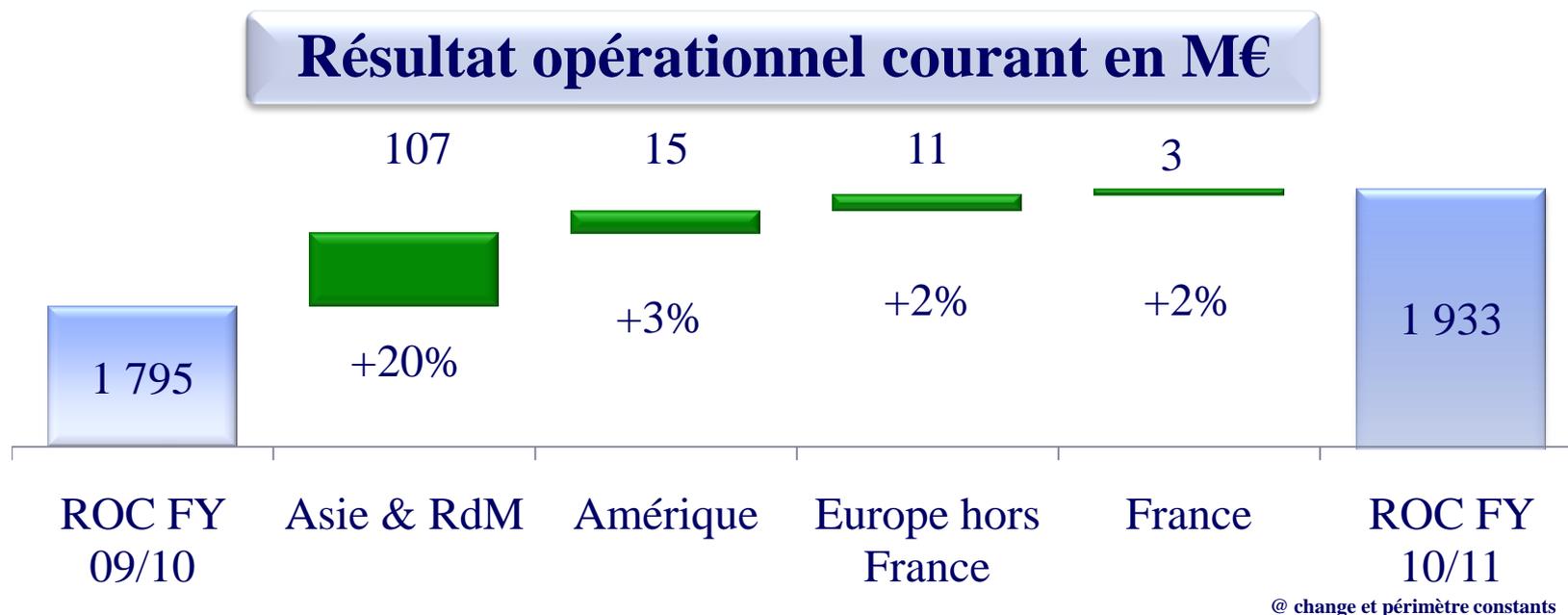


Plan de la présentation

- Résultat net courant part du Groupe
- Analyse du Chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
- Compte de résultat synthétique
- Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Contribution des régions à la croissance* du ROC



Toutes les régions ont contribué à la croissance interne du résultat opérationnel courant du Groupe, avec un dynamisme très fort en Asie (Chine, Inde, Vietnam, Taïwan et marchés Duty Free)

M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires ⁽¹⁾	2 273	2 711	+19%	+15%
Marge brute après coûts logistiques	1 263	1 559	+23%	+19%
MB/CA	55,6%	57,5%		
Investissements publi-promo	(424)	(531)	+25%	+19%
Inv. PP/CA	18,7%	19,6%		
Résultat opérationnel courant ⁽²⁾	566	684	+21%	+20%
ROC/CA	24,9%	25,2%		
ROC/CA (hors droits de douane)	28,3%	28,4%		

(1) droits de douane inclus (2) les frais de siège sont répartis au prorata de la contribution

- ✓ **Très forte croissance du ROC (+20%*), tirée par l'activité**
- ✓ **Forte hausse des investissements publi-promotionnels et des frais de structure pour consolider le développement et le leadership de Pernod Ricard dans la région la plus dynamique**



M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires	1 911	2 068	+8%	+5%
Marge brute après coûts logistiques	1 193	1 277	+7%	+5%
MB/CA	62,4%	61,7%		
Investissements publi-promo	(332)	(379)	+14%	+10%
Inv. PP/CA	17,4%	18,3%		
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	541	558	+3%	+3%
ROC/CA	28,3%	27,0%		

(1) les frais de siège sont répartis au prorata de la contribution

✓ Performance solide

✓ Renforcement significatif des investissements publi-promotionnels (+10%*, soit deux fois la croissance du chiffre d'affaires), notamment aux Etats-Unis (+9%*), au Brésil (+46%*) et au Mexique (+17%*)

✓ Hausse modérée des frais de structure (+3%*). Renforcement significatif au Brésil

**Europe (hors France)**

M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires	2 176	2 114	-3%	-
Marge brute après coûts logistiques	1 234	1 228	-	+2%
MB/CA	56,7%	58,1%		
Investissements publi-promo	(337)	(343)	+2%	+2%
Inv. PP/CA	15,5%	16,2%		
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	501	479	-5%	+2%
ROC/CA	23,0%	22,7%		

(1) les frais de siège sont répartis au prorata de la contribution

- ✓ **Nette amélioration de la performance vs 2009/10 : rebond à l'Est, recul moins marqué à l'Ouest**
- ✓ **Hausse modérée des investissements publi-promotionnels (+2%*) et des frais de structure (+1%*) alloués en priorité aux marchés à potentiel (Europe de l'Est, ...)**
- ✓ **Baisse faciale du ROC de la région liée aux effets négatifs des variations de périmètre (cessions en Espagne et en Scandinavie) et des devises**



M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ	Δ interne
Chiffre d'affaires	721	750	+4%	+4%
Marge brute après coûts logistiques	528	546	+3%	+4%
MB/CA	73,2%	72,7%		
Investissements publi-promo	(170)	(189)	+11%	+11%
Inv. PP/CA	23,6%	25,2%		
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	187	189	+1%	+2%
ROC/CA	25,9%	25,1%		

(1) les frais de siège sont répartis au prorata de la contribution

✓ **Poursuite de la croissance du ROC**

✓ **Hausse du ratio PP/CA avec notamment le lancement de la nouvelle bouteille Ricard au T3**

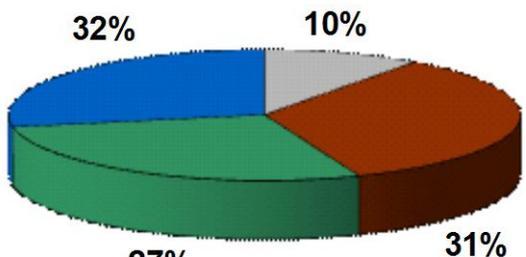
✓ **Réduction des frais de structure (-2%*)**



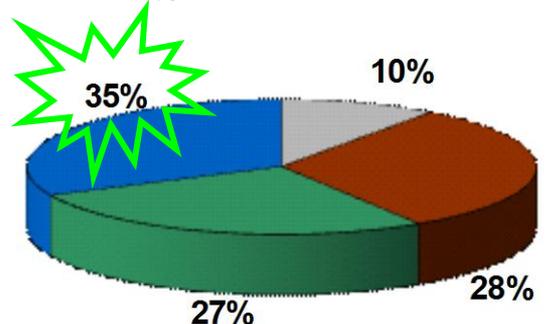
Répartition par zone géographique

Chiffre d'affaires

FY 09/10



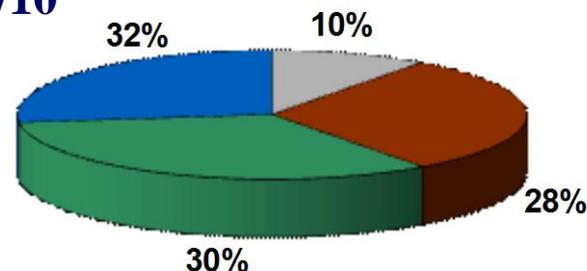
FY 10/11



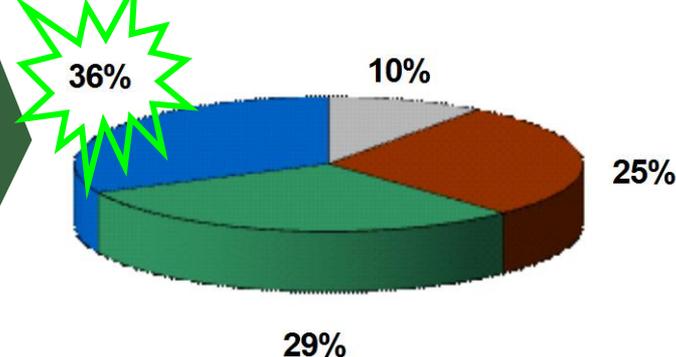
France
Europe
Amérique
Asie et RdM

Résultat opérationnel courant

FY 09/10



FY 10/11



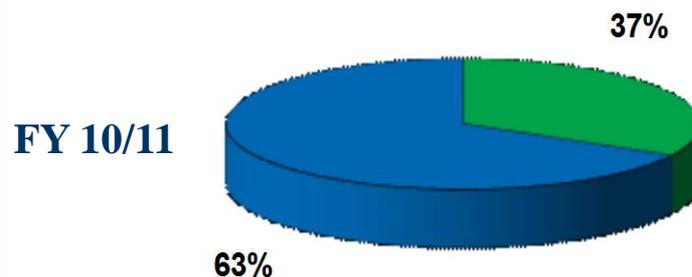
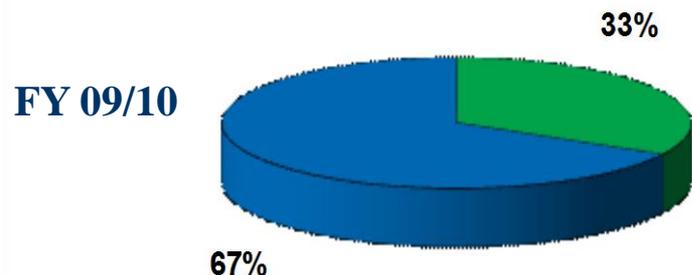
- ➔ L'Asie - RdM renforce son statut de première région du Groupe en 2010/11
- ➔ Contribution de chaque région homogène entre chiffre d'affaires et ROC



Part des marchés émergents en 2010/11

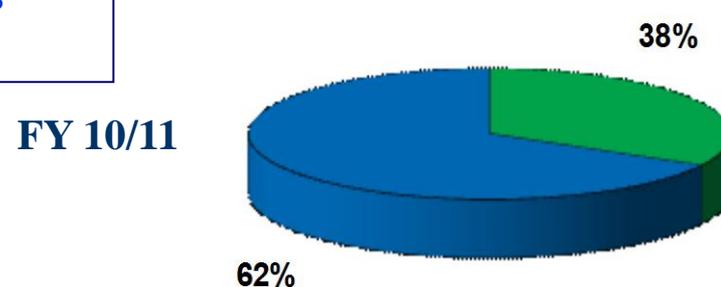
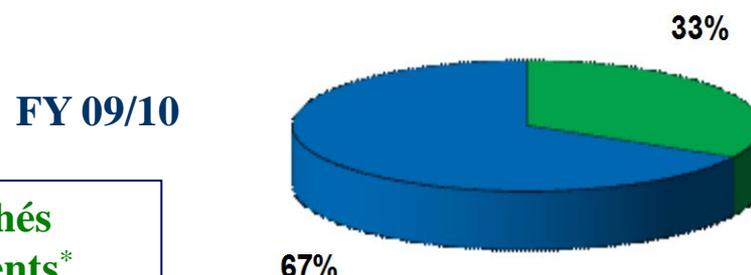
Chiffre d'affaires

Résultat opérationnel courant



Marchés
émergents*

Marchés
matures



Un relais de croissance de plus en plus puissant pour le Groupe

* PNB annuel par habitant < 10 000 USD



Plan de la présentation

- Résultat net courant part du Groupe
- Analyse du chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
 - Compte de résultat synthétique
 - Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- Éléments non courants et résultat net
- Conclusion et perspectives



Résultat financier courant

M€	FY 09/10	FY 10/11
Frais financiers nets	(446)	(446)
Autres produits et charges financiers courants	(51)	(23)
Résultat financier courant	(497)	(469)

Amélioration du résultat financier courant

→ Stabilité des frais financiers nets courants :

- Maintien du coût moyen* de la dette à un niveau bas (4,7% vs 4,3% en 2009/10) et inférieur à l'objectif initial de 5%
- L'impact du désendettement compense la hausse du coût moyen* de la dette

→ Réduction des autres produits et charges financiers courants principalement due à la baisse des charges financières nettes liées aux engagements de retraite

NB : Sur la base des taux d'intérêts actuels, l'objectif pour l'exercice 2011/12 est de maintenir le coût moyen de la dette à un niveau proche de 5%*

* (Frais financiers nets courants + commissions de mise en place) / dette nette moyenne



Free Cash Flow

M€	FY 09/10	FY 10/11
Résultat opérationnel courant	1 795	1 909
Amortissements, variations de provisions et divers	196	174
Capacité d'autofinancement courante	1 991	2 083
Diminution (augmentation) du BFR	(4)	15
Résultat financier et impôts	(643)	(724)
Acquisitions nettes immobilisations non financières et divers	(184)	(183)
Free Cash Flow courant	1 160	1 191
Éléments non courants	(50)	(190)
Free Cash Flow	1 110	1 001

➔ **A nouveau, forte génération de cash : Free Cash Flow courant à 1 191 M€, en légère progression par rapport à 2009/10**



Free Cash Flow

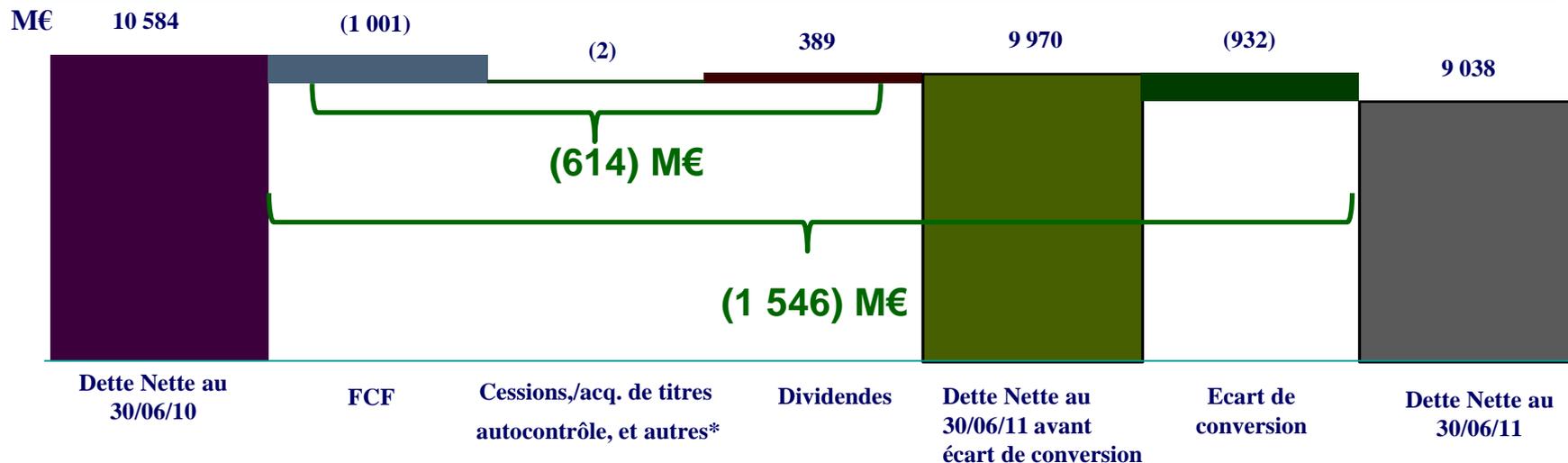
→ Forte génération de Free Cash Flow courant grâce à :

- La croissance du résultat opérationnel courant
- La maîtrise du besoin en fonds de roulement, en baisse de (15) M€ malgré la croissance de l'activité :
 - Croissance modérée (+85 M€) des stocks stratégiques
 - Baisse du BFR opérationnel* de 100 M€ grâce à une optimisation des délais de paiements clients et fournisseurs et des stocks de matières sèches et de produits finis
- La maîtrise des investissements industriels, stables à 183 M€

→ Evolution défavorable du Free Cash Flow non courant principalement liée à une base de comparaison défavorable (remboursement d'impôts de 105 M€ aux Etats-Unis en 2009/10)



Évolution de la dette nette



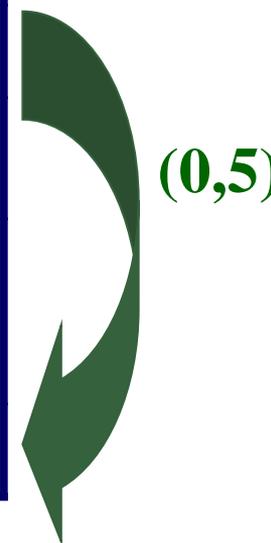
* Dont + 154 M€ de cessions et (80) M€ de paiement aux fonds de retraite

➔ Baisse très significative de 1 546 M€ de la dette faciale grâce au fort free cash flow et à un écart de conversion très positif de 932 M€ (taux EUR/USD à 1,45 au 30/06/2011 vs 1,23 au 30/06/2010)



Évolution du ratio dette nette / EBITDA

	Cours de clôture	Cours moyen
<i>Evolution du taux EUR/USD : 09/10 → 10/11</i>	1,23 → 1,45	1,39 → 1,36
Ratio au 30/06/2010	5,3	4,9
EBITDA & Génération de cash hors effets devises et périmètre	(0,6)	(0,6)
Effet périmètre	0,1	0,1
Effet devises	(0,6)	
Ratio au 30/06/2011	4,2 ⁽¹⁾	4,4 ⁽²⁾



➔ 2010/11, une nouvelle étape importante dans le désendettement du Groupe :

- Forte baisse du ratio Dette Nette / EBITDA
- Baisse de la marge du crédit syndiqué à 100 pb depuis janvier 2011

(1) Base du taux de marge du crédit syndiqué

(2) Base des covenants du crédit syndiqué



Refinancement de la dette en 2010/11

→ Gestion active des refinancements à des conditions attractives :

- deux émissions obligataires
 - 1 000 M EUR en mars 2011
 - 1 000 M USD (émission inaugurale aux Etats-Unis) en avril 2011
- deux financements bilatéraux de 150 M EUR et 201 M USD en décembre 2010

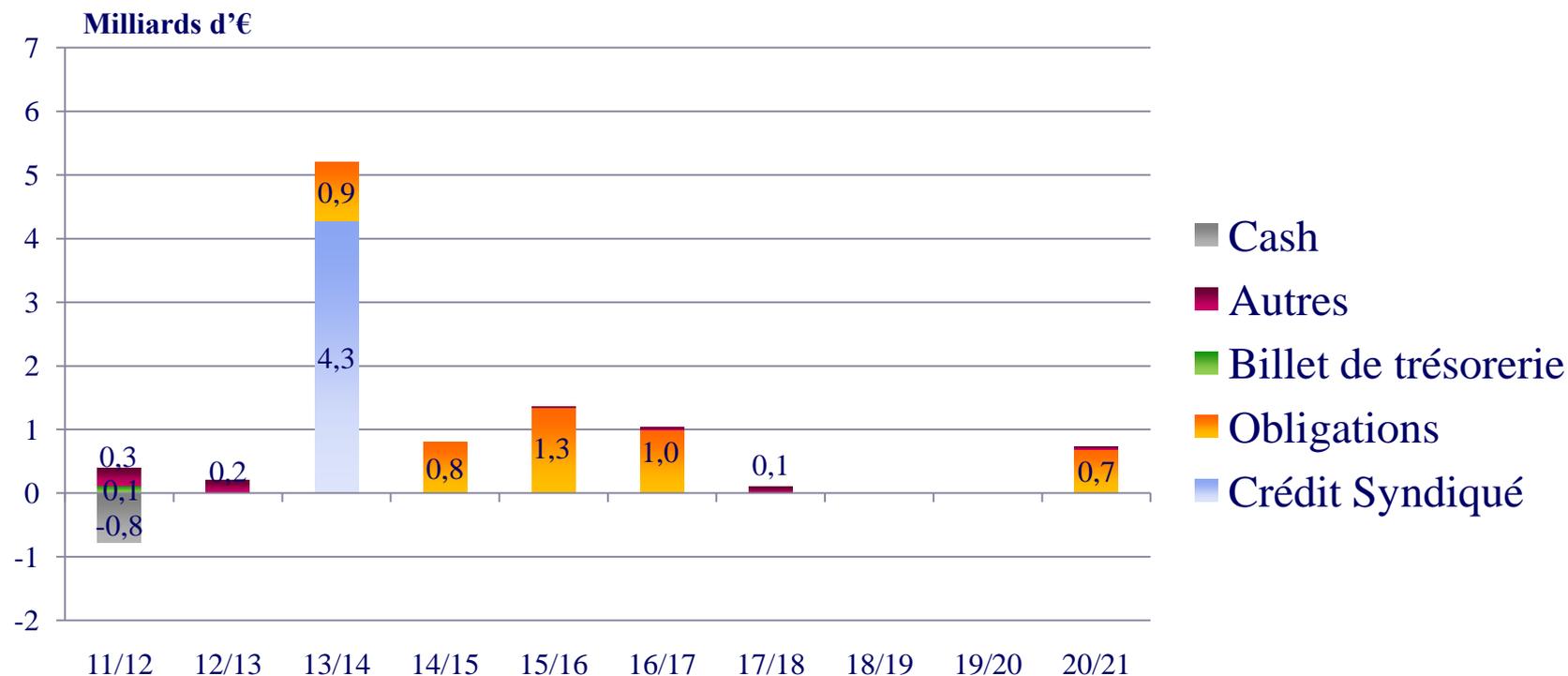
→ Au 30 juin 2011 :

- la dette obligataire représente 48% de l'endettement brut (en avance sur le plan de marche pour atteindre l'objectif annoncé de 50%)
- le succès de l'émission inaugurale sur le marché US a permis d'élargir la base d'investisseurs et de sécuriser davantage les échéances de refinancement à venir
- la maturité pondérée de la dette a été allongée à 3 ans et 7 mois et le profil des remboursements futurs est mieux lissé



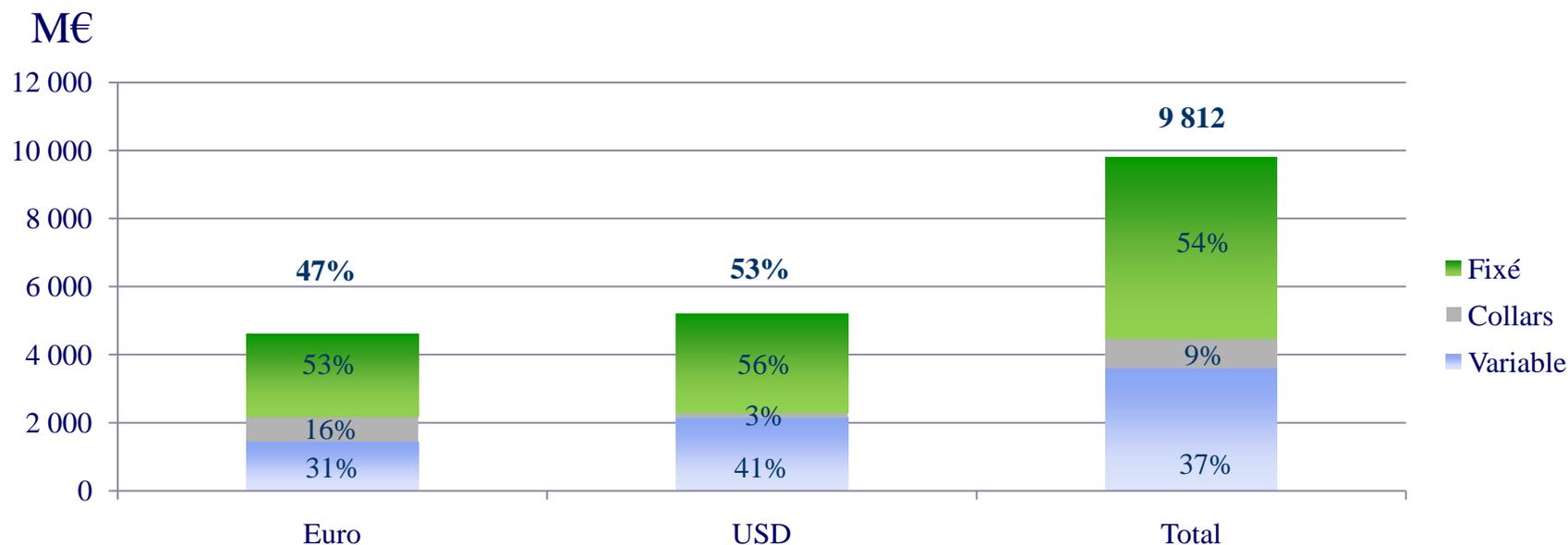
Maturité de la dette au 30 juin 2011

- Au 30 juin 2011, Pernod Ricard dispose de 0,8 milliard d'EUR de cash et de 1,5 milliard d'EUR de lignes de crédit non tirées
- Absence d'échéance significative de remboursement d'ici à juillet 2013





Couverture de la dette brute au 30 juin 2011



➔ Répartition* de la dette par devises cohérente avec celle de l'EBITDA

➔ Maintien d'environ 1/3 de la dette à taux variable

Impôt sur les sociétés : (318) M€

**Impôt sur les éléments courants :
(317) M€ - Taux : 22%**

**Impôt sur les éléments non courants :
(1) M€**

- ➔ Taux courant effectif d'impôt à 22%, en légère hausse par rapport à celui de 2009/10 (20,9%)
- ➔ Éléments non courants : charge nette limitée à (1) M€



Résultat net courant part du Groupe et RNCPA

M€ et €/action	FY 09/10	FY 10/11	Δ
Résultat opérationnel courant	1 795	1 909	+6%
Résultat financier courant	(497)	(469)	-5%
IS sur activités courantes	(271)	(317)	+17%
Droits des tiers & divers	(26)	(31)	+18%
Résultat net courant part du Groupe	1 001	1 092	+9%
<i>Résultat net courant par action dilué (RNCPA)</i>	<i>3,78</i>	<i>4,12</i>	<i>+9%</i>

- ➔ Nouvelle progression du résultat net courant grâce au dynamisme du ROC et à la maîtrise du coût moyen de la dette
- ➔ Le résultat net courant dilué par action augmente de +9% sur l'exercice 2010/11 en ligne avec la progression du résultat net courant

Dividende : 1,44 € / action



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

€	06/07 ⁽¹⁾	07/08 ⁽¹⁾	08/09	09/10	10/11*
Dividende proposé	1,17	1,22	0,50	1,34	1,44

* Dividende 10/11 soumis au vote de l'Assemblée Générale du 15 novembre 2011

➔ Le dividende proposé au titre de l'exercice 2010/11 s'élève à 1,44 (+7,5%) en ligne avec la politique habituelle de distribution en numéraire d'environ 1/3 du résultat net courant

(1) Dividendes retraités pour tenir compte de l'attribution d'une action gratuite pour cinq au 16 janvier 2007, de la division du nominal par deux au 15 janvier 2008, de l'augmentation de capital du 14 mai 2009 et de l'attribution d'une action gratuite pour cinquante le 18 novembre 2009,



Plan de la présentation

- Résultat net courant part du Groupe
- Analyse du chiffre d'affaires
- Résultat opérationnel courant
 - Compte de résultat synthétique
 - Analyse par zone géographique
- Résultat net courant part du Groupe
- **Éléments non courants et résultat net**
- Conclusion et perspectives

→ Autres produits et charges opérationnels

M€	FY 10/11
Plus ou moins values nettes sur cessions et évaluations d'actifs	
• Impact des cessions : certaines activités espagnoles et néo-zélandaises, participation Suntory, ...	19
• Impact des tests de valeur sur les actifs : principalement sur les vodkas polonaises	(42)
Charges de restructuration	(17)
Autres produits et charges non récurrents (principalement variations de provisions)	(16)
<hr/>	
Autres produits et charges opérationnels	(56)

→ Éléments financiers non courants

M€	FY 10/11
Produits et charges financiers divers (principalement gains de change)	11



Résultat net part du Groupe

M€	FY 09/10	FY 10/11	Δ
Résultat opérationnel courant	1 795	1 909	+6%
Autres produits et charges opérationnels	(88)	(56)	NA
Résultat opérationnel	1 707	1 852	+8%
Résultat financier courant	(497)	(469)	-5%
Autres éléments financiers non courants	(10)	11	NA
Impôt sur les sociétés	(223)	(318)	NA
Droits des tiers & divers	(26)	(31)	+18%
Résultat net part du Groupe	951	1 045	+10%

➔ Résultat net part du Groupe en hausse de +10%



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Conclusion et perspectives

→ En 2010/11, Pernod Ricard a :

- **renforcé ses positions commerciales, notamment sur les marchés émergents, de nouveau en très forte croissance**
- **poursuivi sa stratégie d'innovation et de premiumisation grâce à des investissements soutenus et ciblés**
- **accru son taux de marge brute**
- **accélééré la croissance interne de son résultat opérationnel courant à +8% (+4% en 2009/10, objectif initial 2010/11 de +6%)**
- **poursuivi son désendettement et augmenté la part obligataire de ses financements (EUR & USD)**

- **Notre remarquable performance sur l'exercice 2010/11 a démontré la pertinence de notre stratégie et de notre modèle décentralisé**
- **Pour l'exercice 2011/12 :**
- **le démarrage de l'exercice confirme la solidité de nos marchés**
 - **nous poursuivrons notre croissance, en capitalisant sur la force de notre portefeuille de marques, sur la qualité de notre réseau de distribution et sur le puissant levier des marchés émergents**
 - **nous poursuivrons notre désendettement et la gestion optimisée de nos financements (confirmation de l'objectif d'un ratio Dette Nette* / EBITDA* à un niveau proche de 4 au 30 juin 2012)**



**Conformément à notre pratique, nous communiquerons
nos objectifs de résultats pour l'exercice en cours
lors de la communication du chiffre d'affaires
du 1^{er} trimestre le 20 octobre 2011**



Prochaines communications

→ Prochaines communications de Pernod Ricard Holding :

- Chiffre d'affaires T1 2011/12 et guidance 2011/12 : le 20 octobre 2011
- Assemblée Générale 2010/11 : le mardi 15 novembre 2011
- Conférence téléphonique région Amérique : le jeudi 15 décembre 2011 avec Philippe Dréano
- Conférence téléphonique région Asie : le mardi 20 mars 2012 avec Pierre Coppéré



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité



Annexes



Croissance interne des marques

	Volumes à fin juin 2009/10 (en millions de caisses de 9 litres)	Volumes à fin juin 2010/11 (en millions de caisses de 9 litres)	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires	Effet mix / prix
Absolut*	10,4	11,0	6%	6%	0%
Chivas Regal*	4,3	4,6	7%	9%	2%
Ballantine's	5,9	6,3	7%	8%	1%
Ricard	5,4	5,4	-1%	3%	4%
Jameson*	2,9	3,4	17%	20%	3%
Malibu	3,3	3,5	6%	3%	-3%
Beefeater	2,3	2,4	3%	4%	1%
Kahlua	1,8	1,7	-1%	-1%	0%
Havana Club*	3,5	3,8	10%	8%	-2%
Martell*	1,6	1,8	11%	22%	11%
The Glenlivet*	0,6	0,7	13%	14%	1%
Royal Salute*	0,1	0,2	24%	27%	4%
Mumm	0,6	0,6	6%	7%	1%
Perrier-Jouët	0,2	0,2	14%	17%	3%
Top 14*	42,9	45,6	6%	10%	4%
Jacob's Creek	7,1	6,8	-3%	-1%	3%
Brancott Estate	1,3	1,3	2%	-3%	-5%
Campo Viejo	1,5	1,6	6%	8%	3%
Graffigna	0,3	0,3	3%	6%	3%
Priority Premium Wines	10,2	10,1	-1%	0%	1%

* record historique en volumes



Chiffre d'affaires par période et par région

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Fin juin 2009/10		Fin juin 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	721	10,2%	750	9,8%	30	4%	30	4%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	2 176	30,7%	2 114	27,7%	(63)	-3%	5	0%	(101)	-5%	33	2%
Amériques	1 911	27,0%	2 068	27,1%	157	8%	87	5%	(6)	0%	76	4%
Asie / Reste du Monde	2 273	32,1%	2 711	35,5%	438	19%	337	15%	(67)	-3%	168	7%
Monde	7 081	100,0%	7 643	100,0%	562	8%	459	7%	(175)	-2%	277	4%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 4 2009/10		Trimestre 4 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	195	11,1%	202	11,6%	6	3%	7	3%	(0)	0%	(0)	0%
Europe hors France	490	27,9%	480	27,6%	(10)	-2%	6	1%	(13)	-3%	(4)	-1%
Amériques	543	30,9%	504	29,0%	(39)	-7%	9	2%	(2)	0%	(46)	-8%
Asie / Reste du Monde	527	30,0%	555	31,9%	29	5%	87	17%	(17)	-3%	(41)	-8%
Monde	1 755	100,0%	1 741	100,0%	(13)	-1%	109	6%	(32)	-2%	(91)	-5%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 2 2009/10		Semestre 2 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	324	9,8%	335	10,0%	11	4%	11	4%	(0)	0%	(0)	0%
Europe hors France	929	28,2%	879	26,2%	(51)	-5%	(19)	-2%	(34)	-4%	2	0%
Amériques	911	27,7%	917	27,3%	6	1%	49	5%	(3)	0%	(40)	-4%
Asie / Reste du Monde	1 128	34,3%	1 230	36,6%	102	9%	146	13%	(34)	-3%	(10)	-1%
Monde	3 292	100,0%	3 361	100,0%	69	2%	187	6%	(71)	-2%	(48)	-1%

Compte de résultat consolidé synthétique



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

(En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011	Variation
Chiffre d'affaires	7 081	7 643	8%
Marge brute après coûts logistiques	4 218	4 610	9%
Frais publi-promotionnels	(1 262)	(1 441)	14%
Contribution après frais publi-promotionnels	2 956	3 169	7%
Frais commerciaux et généraux	(1 160)	(1 260)	9%
Résultat opérationnel courant	1 795	1 909	6%
Résultat financier courant	(497)	(469)	-6%
Impôt sur les bénéfices courant	(271)	(317)	17%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(26)	(31)	19%
Résultat net courant part du Groupe	1 001	1 092	9%
Autres produits et charges opérationnelles	(88)	(56)	-36%
Éléments financiers non courants	(10)	11	NA
Impôt sur les bénéfices non courant	48	(1)	NA
Résultat net part du Groupe	951	1 045	10%
Résultat net part des minoritaires	27	32	19%
Résultat net	978	1 077	10%

M€	FY 09/10	FY 10/11
Droits des tiers	(27)	(32)
Divers	1	1

➔ Les droits des tiers incluent notamment :

- Havana Club
- Corby (Canada)
- JBC (Corée du Sud)



Résultat opérationnel courant par région

Monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	7 081 100,0%	7 643 100,0%	562 8%	459 7%	(175) -2%	277 4%
Marge brute après coûts logistiques	4 218 59,6%	4 610 60,3%	392 9%	338 8%	(56) -1%	111 3%
Frais publi-promotionnels	(1 262) 17,8%	(1 441) 18,9%	(179) 14%	(136) 11%	7 -1%	(50) 4%
Contribution après PP	2 956 41,7%	3 169 41,5%	213 7%	201 7%	(49) -2%	61 2%
Résultat opérationnel courant	1 795 25,4%	1 909 25,0%	113 6%	138 8%	(49) -3%	25 1%

Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 273 100,0%	2 711 100,0%	438 19%	337 15%	(67) -3%	168 7%
Marge brute après coûts logistiques	1 263 55,6%	1 559 57,5%	296 23%	240 19%	(20) -2%	76 6%
Frais publi-promotionnels	(424) 18,7%	(531) 19,6%	(106) 25%	(79) 19%	2 0%	(30) 7%
Contribution après PP	839 36,9%	1 029 37,9%	189 23%	161 20%	(18) -2%	47 6%
Résultat opérationnel courant	566 24,9%	684 25,2%	118 21%	107 20%	(18) -3%	28 5%

Amériques

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 911 100,0%	2 068 100,0%	157 8%	87 5%	(6) 0%	76 4%
Marge brute après coûts logistiques	1 193 62,4%	1 277 61,7%	84 7%	59 5%	(4) 0%	29 2%
Frais publi-promotionnels	(332) 17,4%	(379) 18,3%	(47) 14%	(33) 10%	0 0%	(14) 4%
Contribution après PP	861 45,1%	898 43,4%	37 4%	26 3%	(4) 0%	15 2%
Résultat opérationnel courant	541 28,3%	558 27,0%	16 3%	15 3%	(4) -1%	5 1%



Résultat opérationnel courant par région

Europe hors France

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10		Fin juin 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	2 176	100,0%	2 114	100,0%	(63)	-3%	5	0%	(101)	-5%	33	2%
Marge brute après coûts logistiques	1 234	56,7%	1 228	58,1%	(6)	0%	20	2%	(32)	-3%	6	0%
Frais publi-promotionnels	(337)	15,5%	(343)	16,2%	(6)	2%	(5)	2%	5	-1%	(6)	2%
Contribution après PP	898	41,2%	886	41,9%	(12)	-1%	14	2%	(27)	-3%	0	0%
Résultat opérationnel courant	501	23,0%	479	22,7%	(23)	-5%	11	2%	(27)	-5%	(7)	-1%

France

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10		Fin juin 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	721	100,0%	750	100,0%	30	4%	30	4%	(0)	0%	0	0%
Marge brute après coûts logistiques	528	73,2%	546	72,7%	18	3%	19	4%	(0)	0%	(1)	0%
Frais publi-promotionnels	(170)	23,6%	(189)	25,2%	(19)	11%	(19)	11%	0	0%	(0)	0%
Contribution après PP	358	49,6%	356	47,5%	(1)	0%	(0)	0%	(0)	0%	(1)	0%
Résultat opérationnel courant	187	25,9%	189	25,1%	2	1%	3	2%	(0)	0%	(1)	-1%

Effet devises 2010/11



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Effet devises à fin juin 2010/11 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
		2009/10	2010/11	%		
Dollar américain	USD	1,39	1,36	-2,0%	31	22
Yuan chinois	CNY	9,50	9,03	-4,9%	33	17
Roupie indienne	INR	64,93	61,80	-4,8%	20	6
Won coréen	KRW	1,64	1,54	-6,2%	17	6
Yen japonais	JPY	127,38	113,22	-11,1%	14	6
Rouble russe	RUB	42,05	40,39	-3,9%	7	4
Dollar canadien	CAD	1,47	1,36	-7,1%	16	4
Ringgit malaisien	MYR	4,71	4,20	-10,8%	6	4
Peso mexicain	MXN	17,98	16,68	-7,2%	16	4
Real brésilien	BRL	2,50	2,28	-8,7%	16	4
Rand sud-africain	ZAR	10,56	9,55	-9,5%	7	3
Baht thaïlandais	THB	46,14	41,73	-9,6%	14	3
Dollar taiwanais	TWD	44,85	40,93	-8,7%	6	3
Dollar singapourien	SGD	1,96	1,76	-9,9%	6	2
Livre sterling	GBP	0,88	0,86	-2,5%	9	(7)
Dollar australien	AUD	1,58	1,38	-12,6%	28	(10)
Couronne suédoise	SEK	10,09	9,12	-9,6%	7	(18)
Ecart de conversion / couvertures de change						(36)
Autres devises						9
Total						25

Rappel de la sensibilité du résultat et de la dette à la parité EUR/USD

→ Rappel : impact estimé d'une dépréciation de 1% de l'USD et des devises liées⁽¹⁾ :

- (12) M€ sur le résultat opérationnel courant (ROC) et + 2 M€ sur les frais financiers → (10) M€ sur le résultat courant avant impôts (taux de change annuel moyen = 1,36 sur 2010/11)
- (50) M€ sur la dette nette (taux de change au 30 juin 2011 =1,45)

→ Certaines autres devises pèsent également sur le CA et le ROC : GBP, AUD, SEK, KRW, INR, RUB, BRL, ...

(1) CNY, HKD



Effet périmètre à fin juin 2010/11 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
Actifs scandinaves	(72)	(20)
Actifs néo-zélandais	(25)	(6)
Actifs espagnols	(19)	(6)
Autres	(58)	(17)
Total effet périmètre	(175)	(49)



Actif (En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011
(En valeurs nettes)		
Actifs non courants		
Immobilisations incorporelles et goodwill	17 757	16 332
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 083	2 156
Actifs d'impôt différé	1 307	1 459
Actifs non courants	21 148	19 947
Actifs courants		
Stocks et en-cours	4 007	3 875
<i>Dont en-cours de biens</i>	<i>3 170</i>	<i>3 150</i>
Créances clients et comptes rattachés (*)	944	904
Autres créances d'exploitation	218	136
Autres actifs courants	49	59
Trésorerie et équivalents de trésorerie	701	774
Actifs courants	5 918	5 748
Actifs destinés à être cédés	42	4
Total actifs	27 107	25 699

(*) après cessions de créances de :

	435	425
--	-----	-----



Passif (En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011
Capitaux propres Groupe	9 122	9 284
Intérêts minoritaires	216	190
Dont résultat tiers	27	32
Capitaux propres	9 337	9 474
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 599	3 612
Emprunts obligataires non courants	2 893	4 657
Dettes financières et dérivés non courants	7 300	5 004
Total passifs non courants	13 792	13 272
Provisions courantes	312	265
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 871	1 884
Autres passifs d'exploitation	25	23
Autres passifs courants	303	361
Emprunts obligataires courants	934	82
Dettes financières et dérivés courants	529	337
Total passifs courants	3 975	2 953
Passifs destinés à être cédés	2	-
Total passifs et capitaux propres	27 107	25 699



Analyse du besoin en fonds de roulement

En M€	Jun 2010	Jun 2011	Δ Jun 2011 vs Jun 2010	Effets devises et reclassements	A 10/11 variation de BFR	A 09/10 variation de BFR
En-cours de biens	3 170	3 150	(20)	(105)	85	104
Créances clients avant affacturage/titrisation	1 596	1 466	(130)	(128)	(2)	(32)
Autres stocks	836	725	(111)	(78)	(33)	(15)
Dettes fournisseurs et autres	1 896	1 907	11	(68)	79	(63)
Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Brut	536	284	(253)	(139)	(114)	16
Créances clients affacturées/titrisées	435	425	(10)	(13)	3	72
Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Net	102	(141)	(243)	(125)	(117)	(56)
Besoin en Fonds de Roulement	3 272	3 009	(263)	(230)	(32)	48

Variation de la dette nette



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

(En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011
Capacité d'autofinancement	1 893	1 916
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(48)	32
Résultat Financier et impôts cash	(573)	(734)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(163)	(213)
Free Cash Flow	1 110	1 001
Cessions/acquisitions actifs et divers	91	3
Incidence des variations du périmètre de consolidation	12	
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(123)	(389)
Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)	1 090	614
Incidence des écarts de conversion	(786)	932
Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)	304	1 546
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10 888)	(10 584)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(10 584)	(9 038)



Emissions obligataires

Devise	Nominal	Coupon	Date d'émission	Date d'échéance	Commentaire
Euro	300 M€	Euribor 3M+50 pb	06/12/2006	06/06/2011	Remboursée
	550 M€	4,625%	06/12/2006	06/12/2013	
	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	Souscrite 4 X Marge 193
USD	201 M\$	Libor 3M + marge	21/12/2010	21/12/2015	Bilatérale
	1 000 M\$	5,750%	07/04/2011	07/04/2021	Souscrite 6 X Marge 245
GBP	450 M£	6,625%	18/04/2001	18/04/2011	Remboursée
	250 M£	6,625%	12/06/2002	12/06/2014	



Nombre d'actions pour le calcul du BPA

(x1000)	FY 09/10	FY 10/11
Nombre d'actions en circulation à la clôture	264 232	264 722
Nombre moyen d'actions pondéré (prorata temporis)	263 950	264 424
Nombre d'actions auto-détenues	(1 257)	(1 740)
Effet dilutif des stocks options	2 164	2 348
Nombre d'actions pour le calcul du BPA	264 856	265 032

Stabilité du nombre d'actions à retenir

pour le calcul du bénéfice par action entre les exercices 2009/10 et 2010/11