

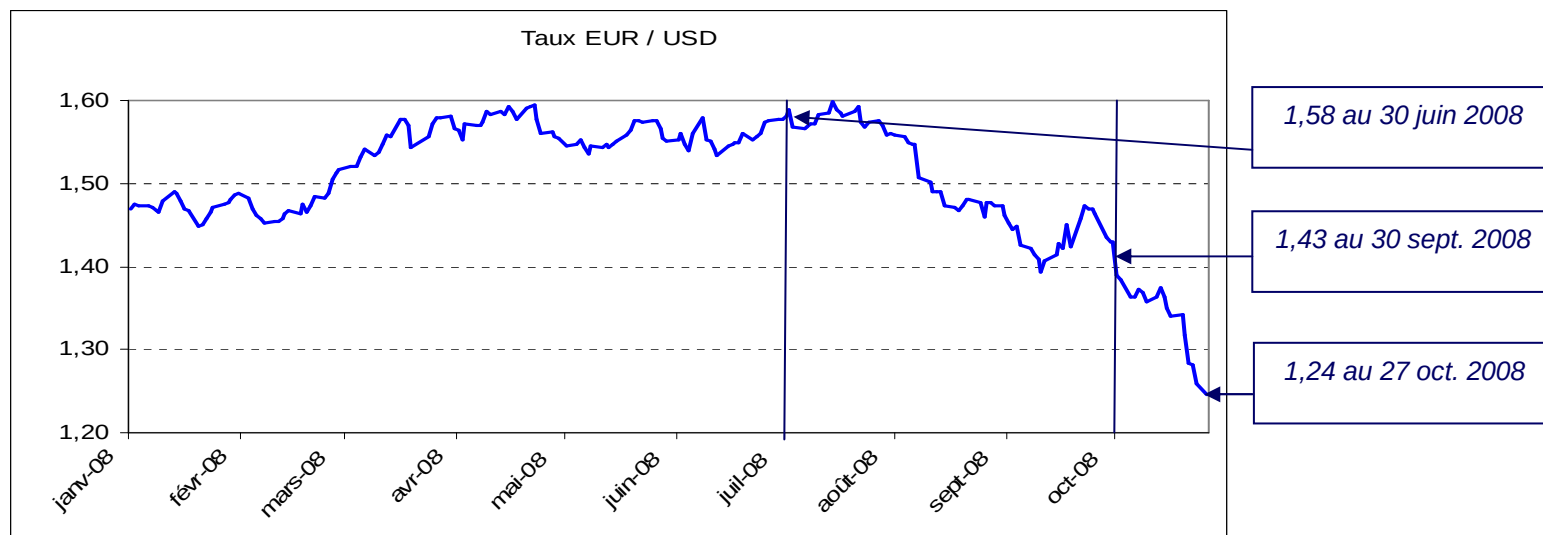
Forte croissance interne
au 1^{er} trimestre 2008/09 : +7%



30 octobre 2008

- Analyse globale
- Revue du portefeuille
- Croissance par région
- Conclusion et perspectives

- ➔ Poursuite d'une croissance soutenue dans les pays émergents
- ➔ Situations contrastées dans les pays occidentaux
- ➔ Forte appréciation de l'USD vis-à-vis de l'EUR :



- ➔ Chiffre d'affaires : 1 756 M€ en hausse de +13%, soit une croissance interne de +7%, tirée par les spiritueux super premium⁽¹⁾, les marchés émergents⁽²⁾ et certains pays occidentaux
- ➔ Croissance soutenue des marques clés avec un fort effet mix et hausses de prix :

Top 14 : Volume +2%, Valeur +7%⁽³⁾

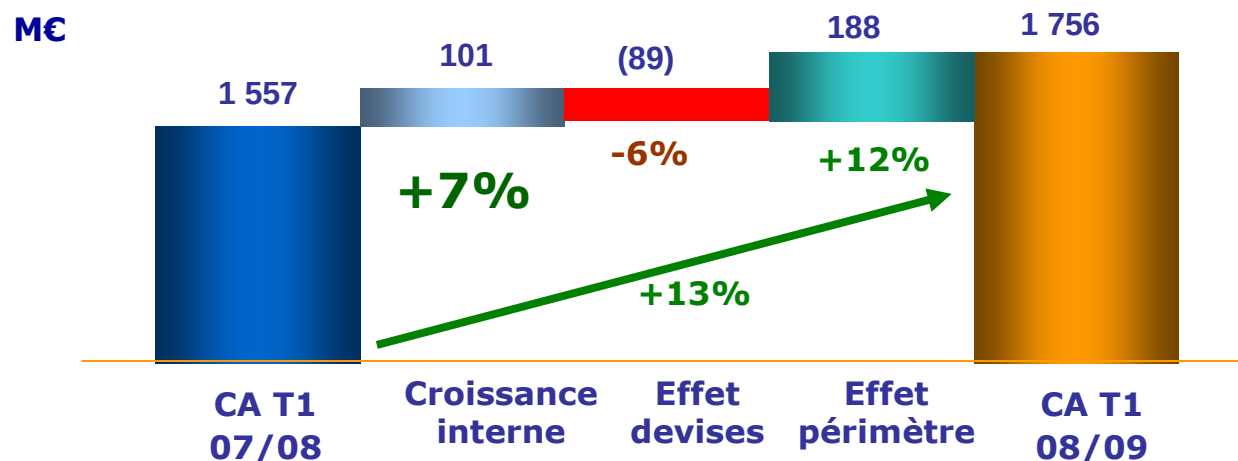
(1) Marques $\geq$ Chivas 12 ans ou Martell VS (voir nouvelle classification en annexe)

(2) PNB/Habitant $<$ 10 000 USD

(3) croissance interne

- ➔ Forte croissance de l'activité à + 7%⁽¹⁾, sur une base de comparaison pourtant très élevée (+ 12%⁽¹⁾ au 1^{er} trimestre 2007/08) avec un très bon mois de septembre
- ➔ 1^{er} trimestre 2008/09 impacté par des éléments :
 - Défavorables : base de comparaison, pression sur les stocks aux États-unis, JO en Chine, ...
 - Favorables : ventes à la hausse sur certains marchés,...
- ➔ Acquisition le 23 juillet du groupe Vin & Sprit et reprise de la distribution d'ABSOLUT VODKA dès le 1^{er} octobre 2008 ; cession de Cruzan Rum

Forte croissance interne au 1er trimestre 2008/09



→ Croissance interne : +7% (Spiritueux = +6%, Vins = +8%)

→ Effet périmètre : apport de l'activité Vin & Sprit, soit +214 M€, net des cessions pour (26) M€

→ Effet devises principalement lié à la baisse de l'USD (taux moyen EUR/USD = 1,50 au T1 2008/09 vs 1,37 au T1 2007/08), de la GBP, du KRW et de l'INR

Impact de l'évolution des devises

→ Impact positif de la hausse du dollar :

M€	Résultat opérationnel courant	Frais Financiers	Dette
Impact estimé d'une hausse de 1% du dollar vs euro	+ 12*	(4)	≈ 70

- Impact positif sur le ROC et la marge opérationnelle
- Impact positif sur le résultat net
- Impact positif sur la génération de cashflow mais hausse de la dette

→ Pour le périmètre historique Pernod Ricard et sur la base des taux de change au 27 octobre, l'effet devises positif est estimé entre 110 M € et 130 M € sur le ROC annuel 2008/09

* Dont une partie en effet devises et une partie en variation de périmètre Vin & Sprit

➔ Pas de risque de liquidité :

- Pernod Ricard dispose actuellement d'à peu près 400 millions d'euros de cash et de 2 milliards d'euros de lignes de crédit non tirées
- Aucune échéance de refinancement non couverte en 2008/09 et 2009/10
- Les 2 milliards d'euros à refinancer sur 2010/11 seront très largement couverts par les cessions d'actifs et le cashflow attendu de l'activité

➔ Un objectif de coût moyen maintenu à environ 5,2%* pour l'exercice 2008/09 :

- Les tensions sur les taux court termes ont été compensées par des couvertures complémentaires
- La baisse des taux ouvre des perspectives d'évolution favorables du coût de la dette en 2009/10

* Sur la base des taux d'intérêt actuels et des anticipations de marché sur les mois à venir

- Analyse globale
- Revue du portefeuille
- Croissance par région
- Conclusion et perspectives

Revue du portefeuille



TOP 15



Volume : + 2 %*
Chiffre d'affaires : + 7 %*



*Croissance interne calculée sur le TOP 14 hors ABSOLUT VODKA



Croissance des volumes à +10%



- ➔ Nielsen 3 derniers mois : États-Unis +2%, Espagne +8%, Pologne +20%, Brésil +42%, France +23%, Grèce +12%, ...
- ➔ Le chiffre d'affaires consolidé depuis le 23 juillet 2008 correspond aux ventes directes de Vin & Sprit aux États-Unis et aux ventes locales des filiales Maxxium sur leurs marchés respectifs
- ➔ Ces ventes locales ont été favorablement impactées par des expéditions de promotions de fin d'année au T1 2008/09
- ➔ Sur 12 mois glissants à fin juin 2008, les ventes locales d'ABSOLUT VODKA sont évaluées à 10,9 millions de caisses, en croissance de 9% sur la période précédente

Revue du portefeuille



Volume +10% CA* +11%

Chivas 18 et 25 ans progressent de +31% vs +9% pour Chivas 12 ans



→ Asie :

- Progression grâce notamment au Duty Free, au Golfe Persique, à la Thaïlande et au Vietnam
- Recul en Chine, lié à l'effet JO

→ Europe :

- Évolution contrastée en Europe Occidentale : croissance au RU, en Allemagne, en Suisse et en Belgique, replis en France (effet technique / promotions en 2007/08), en Espagne et en Italie
- Poursuite du fort développement en Europe de l'Est : Russie, Pologne, Roumanie, Kazakhstan, ...

→ Amériques :

- États-Unis : difficultés persistantes sur Chivas Regal 12 ans
- Forte croissance : Mexique, Canada, Amérique Centrale et du Sud et marchés Duty Free

Revue du portefeuille



Volume +6% CA* +9%



→ Ballantine's Finest :

- Europe Occidentale : hausse en France, en Allemagne et en Suisse, stabilité en Italie, recul en Espagne et au Portugal
- Très forte expansion dans de nombreux pays d'Europe Centrale et de l'Est : Pologne, Russie, Hongrie, Roumanie, Lituanie, Bulgarie, Serbie...
- Poursuite d'une forte croissance en Amérique Latine, en Asie et en Afrique

→ Ballantine's Qualités Supérieures : volume +20% → poursuite de l'amélioration du mix

- Forte progression en Asie grâce principalement à la Chine, à Taiwan et au Duty Free
- Progression accélérée grâce à l'Amérique du Nord et l'Amérique Latine

Revue du portefeuille



Volume +10% CA* +17%

- États-Unis : poursuite d'une forte progression à deux chiffres, confirmée par les Nielsen +30% et NABCA +25%
- Bonne croissance en Europe avec des situations contrastées : repli en Irlande et au RU, mais progression en France, en Europe de l'Est, en Espagne en Allemagne et en Duty Free
- Progression ralentie en Afrique du Sud



Volume +20% CA* +27%

- États-Unis : bonne croissance (Nielsen +7%, NABCA +7%) sur un marché bien orienté
- Asie : forte progression grâce au Duty Free
- Europe : progression à deux chiffres grâce au RU, à l'Allemagne et au Duty Free



Revue du portefeuille



Volume -14% CA* +5%

- Volumes en baisse, en ligne avec notre plan de marche, sur une base de comparaison élevée ; rebond attendu au T2 2008/09
- Effet prix très positif, suite aux fortes hausses de tarif effectuées au T1 et T3 2007/08



Volume +11% CA* +9%

- En Europe : progression à deux chiffres dans la plupart des pays (Allemagne, France, Suisse, RU, Belgique, Danemark, Suède, Pologne, Russie et Duty Free) mais recul sur deux pays importants, l'Italie et l'Espagne
- Développement très rapide au Canada, au Mexique, au Chili, en Argentine et au Pérou
- Poursuite de la croissance à Cuba



Revue du portefeuille



Volume -2% CA* -2%

- France : stabilité de la marque dans un marché lui-même stable
- Recul sur l'ensemble des autres marchés européens, en particulier en Espagne



Volume +1% CA* +6%

- Europe :
 - Espagne : progression grâce à des gains de distribution, dans une catégorie en repli
 - Recul au RU, en France et en Italie mais forte croissance en Europe de l'Est
- États-Unis : marché qui reste difficile, Nielsen à -3%
- Lancement de Beefeater 24



Beefeater 24: Daring London Glamour



Creating
the World's
Best Super
Premium
Gin.

Lancement international le 30 octobre,
en Espagne, aux Etats-Unis, en Duty
Free, au RU & en Russie



Revue du portefeuille



Volume -11% CA* -9%

- Stabilité en Europe avec des situations contrastées : repli au RU, en Espagne, aux Pays-Bas, en Grèce et en Belgique, mais forte croissance en Allemagne, en Pologne en Russie et en Italie
- États-Unis : Malibu a souffert du destockage de certains distributeurs et de son exposition au « casual on-trade »



Volume -13% CA* -15%

- États-Unis : situation encore difficile, Nielsen à -5% et NABCA à -7%
- Stabilité globale sur l'ensemble des autres marchés



Revue du portefeuille



Volume +0% CA* +1%

- Progression en Europe, tirée par le RU
- Repli aux États-Unis
- Très forte progression en Nouvelle Zélande (lancement de « 3 vines » et activités promotionnelles) mais léger repli en Australie (base de comparaison élevée)



Volume +15% CA* +15%

- Fort rebond, avec une progression à deux chiffres sur les deux principaux marchés, RU et Océanie
- États-Unis : progression à deux chiffres confirmée par des Nielsen à +17%



Revue du portefeuille



Volume +7% CA* +16%

- ➔ Progression à deux chiffres en France, avec une hausse de la part de marché
- ➔ Recul au RU et en Belgique, mais fortes progressions en Italie, en Espagne, et en Suisse



Volume +24% CA* +29%

- ➔ Forte progression à deux chiffres sur toutes les régions et les trois principaux marchés : États-Unis, France, et RU
- ➔ Perrier-Jouët est en repli dans les Nielsen aux États-Unis, mais progresse fortement en on-trade. Début des expéditions relatives aux ventes de fin d'année

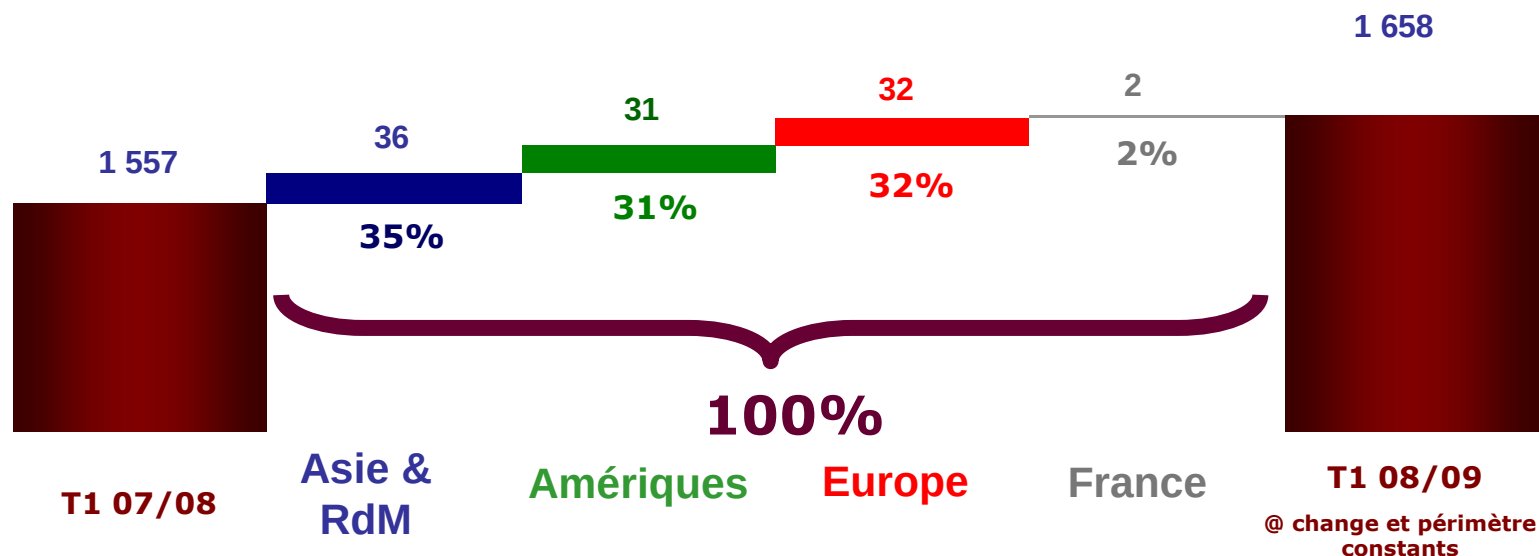


➔ Bonne progression globale de l'ensemble des autres marques de spiritueux, avec des situations contrastées, notamment liées aux dynamismes de leurs marchés clés respectifs :

- Très bonne performance de nos marques locales : Amaro Ramazzotti en Allemagne, Wisers au Canada, Royal Stag en Inde, Ararat en Russie, Something Special au Venezuela et en Équateur, Passport en Afrique, au Brésil et au Mexique, Wyborowa en Pologne, ...
- Situations plus difficiles pour Imperial en Corée du Sud, 100 Pipers en Thaïlande et Suze en France

- Analyse globale
- Revue du portefeuille
- Croissance par région
- Conclusion et perspectives

Contribution à la croissance interne / Région



Toutes les régions participent à la croissance
du chiffre d'affaires

Asie – Reste du Monde

M€	T1 07/08	T1 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	499	498	+7%	-10%	2%

→ Asie :

- Forte croissance des pays émergents d'Asie à +13%*
- Forte progression en Inde et sur le Duty Free
- Bénéficiant du fort effet des hausses de prix passées sur l'exercice précédent, la Chine affiche également une bonne progression
- Les replis en Corée du Sud et au Japon ont ralenti la croissance globale de la région

→ **Pacifique** : effet positif des hausses de prix 2007/08 en Australie et forte croissance en Nouvelle Zélande

Amériques

M€	T1 07/08	T1 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	393	467	+9%	-7%	+18%

➔ Amérique du Nord :

Aux Etats-Unis :

- Poursuite d'une légère croissance* de l'activité grâce au dynamisme de l'activité Duty Free et aux marques performantes : Jameson, The Glenlivet, Wild Turkey, Perrier-Jouët, Mumm Napa, Campo Viejo, ...
- ... en dépit des marques plus sensibles à la conjoncture : Kahlúa, Beefeater

Canada / Mexique : bonne progression des marques internationales et des marques locales (brandies au Mexique et whiskies et rhum au Canada)

➔ Amérique Centrale et du Sud : forte croissance* avec une vive progression des marques stratégiques et une bonne progression des autres marques de scotch : Something Special, 100 Pipers, Passport

*Croissance interne

M€	T1 07/08	T1 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	508	630	+7%	-3%	+20%

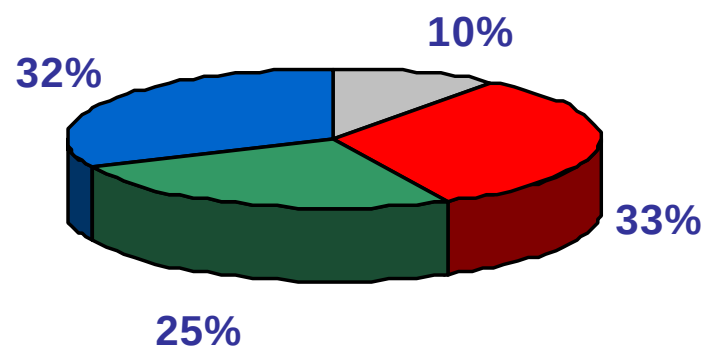
- ➔ **L'Europe de l'Est et l'Europe Centrale** : poursuite d'une forte croissance* à deux chiffres, tirée par la Russie (hausse de prix au 1^{er} octobre), l'Ukraine, la Pologne, la Roumanie, la Bulgarie et le Kazakhstan
- ➔ **Europe Occidentale** : croissance* modérée et contrastée avec des pays :
 - qui poursuivent une forte croissance* : Allemagne (hausse des ventes amplifiée par une activité promotionnelle importante), Suisse, Suède, Norvège, ...
 - l'Espagne en quasi-stabilité avec des ventes en léger recul à -0,5%,
 - et d'autres en repli* : le RU et l'Irlande
- ➔ Effet technique positif lié à la cession du stock de Glendronach

M€	T1 07/08	T1 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	157	161	+1%	-	+1%

- La croissance est principalement tirée par Mumm, Ballantine's et Havana Club
- Ricard : stabilité de la marque sur un marché lui-même stable
- Bonne performance globale des whiskies, malgré la baisse technique de Chivas Regal (non reconduction cette année, de fortes activités promotionnelles réalisées en GD au 1^{er} trimestre 2007/08)

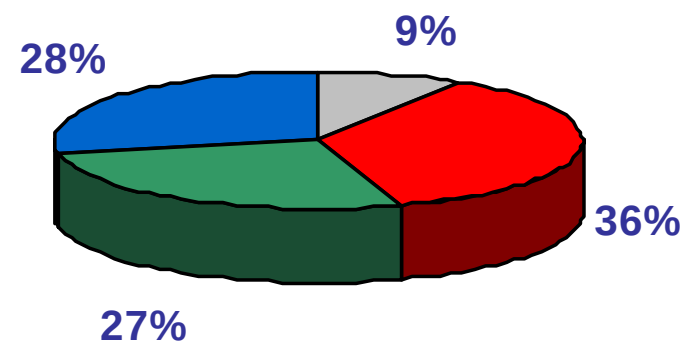
Répartition du CA par zone géographique

T1 07/08



France
Europe
Amériques
Asie et RDM

T1 08/09



L'intégration de Vin & Sprit renforce logiquement le poids de l'Europe et des Amériques

- Analyse globale
- Revue du portefeuille
- Croissance par région
- Conclusion et perspectives

Conclusion & Perspectives



La bonne performance du TI 2008/09,

La puissance de notre réseau commercial et de notre portefeuille de marques,

Et la force du « business model » Pernod Ricard : grande réactivité liée à la décentralisation,...

... permettent, en dépit du ralentissement économique global, de confirmer nos objectifs annuels pour l'exercice 2008/09 :

- Périmètre historique Pernod Ricard : croissance interne du résultat opérationnel courant de l'ordre de +8%
- Intégration de Vin & Sprit : forte croissance d'Absolut et mise en œuvre accélérée des synergies
- Croissance* à deux chiffres du résultat net courant part du Groupe sur l'exercice 2008/09

*aux taux de change et taux d'intérêts actuels



Annexes

Volume et croissance interne des marques stratégiques

T1 2008/09	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires
Chivas Regal	10%	11%
Ballantine's	6%	9%
Ricard	-2%	-2%
Martell	-14%	5%
Malibu	-11%	-9%
Kahlua	-13%	-15%
Jameson	10%	17%
Beefeater	1%	6%
Havana Club	11%	9%
The Glenlivet	20%	27%
Jacob's Creek	0%	1%
Mumm	7%	16%
Perrier Jouet	24%	29%
Montana	15%	15%
14 Marques Stratégiques	2%	7%

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2008/09

Chiffre d'affaires par région

MEUR	T1 2007/08		T1 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	157	10%	161	9%	4	2%	2	1%	1	1%	0	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	508	33%	630	36%	122	24%	32	7%	103	20%	(13)	-3%
Vins & Spiritueux Amériques	393	25%	467	27%	74	19%	31	9%	72	18%	(29)	-7%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	499	32%	498	28%	(0)	0%	36	7%	12	2%	(48)	-10%
Vins & Spiritueux Monde	1 557	100%	1 756	100%	199	13%	101	7%	188	12%	(89)	-6%

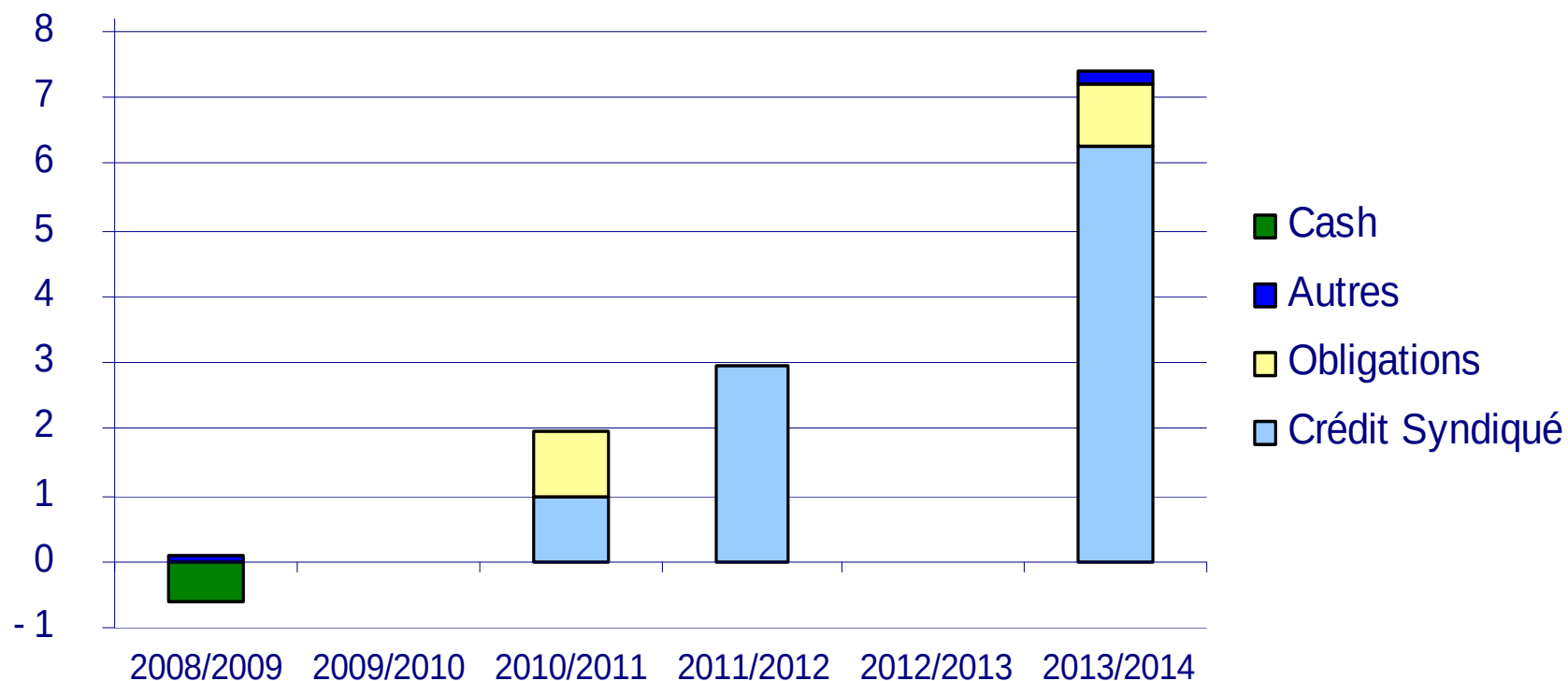
Détail de l'effet devises

		Effet devises T1 (M€)	% de l'effet devises
Dollar américain	USD	(24,3)	27,2%
Livre sterling	GBP	(19,1)	21,4%
Won coréen	KRW	(15,1)	16,9%
Roupie indienne	INR	(9,6)	10,7%
Baht thaïlandais	THB	(4,8)	5,3%
Dollar canadien	CAD	(4,4)	5,0%
Dollar néo-zélandais	NZD	(3,9)	4,4%
Dollar australien	AUD	(2,6)	3,0%
Rand sud-africain	ZAR	(2,6)	3,0%
Bolivar vénézuélien	VEB	(2,2)	2,5%
Rouble russe	RUB	(1,7)	1,9%
Real brésilien	BRL	1,3	-1,4%
Zloty polonais	PLN	2,5	-2,7%
Autres devises		(2,5)	
Total		(89,3)	100%

Détail de l'effet périmètre

	M€
Acquisition V&S	213,5
Autres	(25,6)
Total effet périmètre	187,8

Échéancier de la dette nette pro forma*



* dette nette après impact de l'acquisition de Vin & Sprit, convertie au taux €/ \$: 1.58

Chiffre d'affaires 1er trimestre 2008/09

Nouvelle segmentation Pernod Ricard

