

Chiffre d'affaires 9 mois 2008/09

Confirmation de l'objectif de croissance* à deux chiffres du résultat net courant PdG pour dépasser pour la première fois 1 Md € en 2008/09

Augmentation de capital de 1 Md €



15 avril 2009

1

Ce document contient des informations de nature prévisionnelle qui ne reflètent pas nécessairement les performances futures de Pernod Ricard, qui peuvent en différer sensiblement. Ces informations sont soumises par nature à des risques et incertitudes. Ce document et les informations qu'il contient ne constituent pas une offre de vente ou de souscription, ni une sollicitation d'une offre d'achat ou de souscription pour des titres dans un quelconque pays. En France, les titres ne peuvent être ni offerts ni cédés en l'absence d'un prospectus approuvé par l'Autorité des Marchés Financiers. La distribution du présent document dans certains pays peut être soumise aux lois et règlements en vigueur. Les personnes physiquement présentes dans ces pays et dans lesquels ce document est diffusé, publié ou distribué devraient s'informer de telles restrictions et s'y conformer.

Les titres mentionnés dans ce document n'ont pas été et ne seront pas enregistrés conformément au U.S. Securities Act de 1933, tel qu'amendé (le "Securities Act") et ne peuvent ni être offerts ni cédés aux Etats-Unis sans enregistrement ou exemption d'enregistrement conformément au Securities Act. Pernod Ricard n'a pas l'intention d'enregistrer l'offre, en totalité ou en partie, aux Etats-Unis, ni de faire appel public à l'épargne aux Etats-Unis.

- Analyse du chiffre d'affaires au 31 mars 2009
- Conclusion et perspectives
- Augmentation de Capital

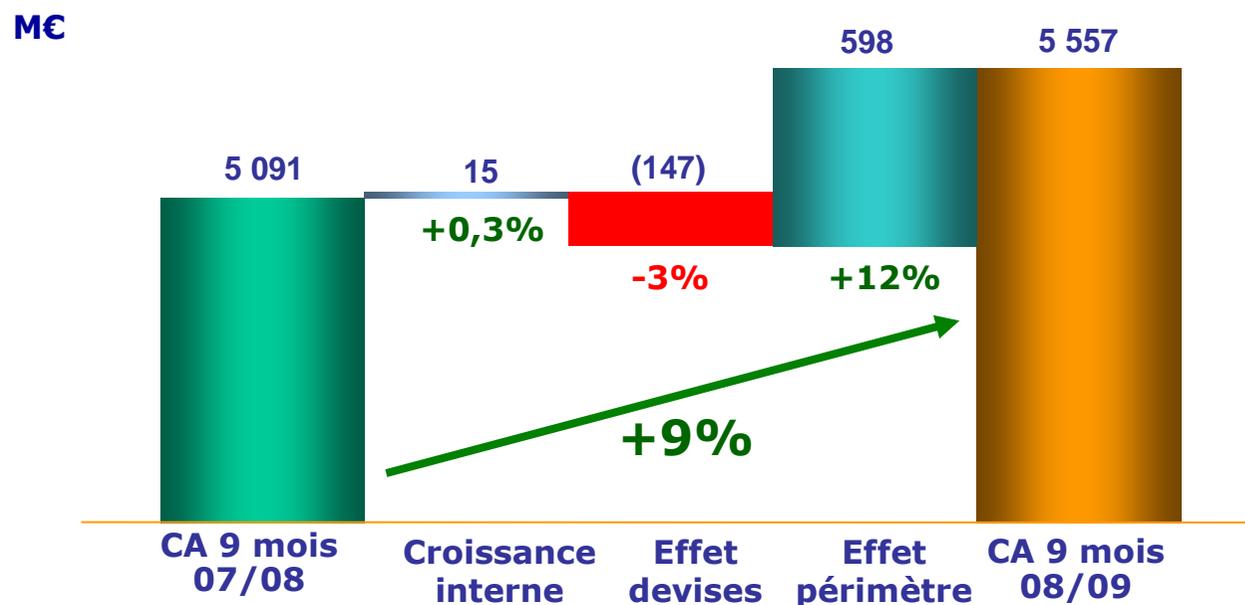
Chiffres clés au 31 mars 2009

- Chiffre d'affaires 9 mois : 5 557 M€ en hausse de +9%, soit une croissance interne de +0,3%
- Croissance interne des marques clés en ligne avec celle de l'ensemble de l'activité du Groupe

TOP 14 : volume - 4% , valeur + 0,4%*

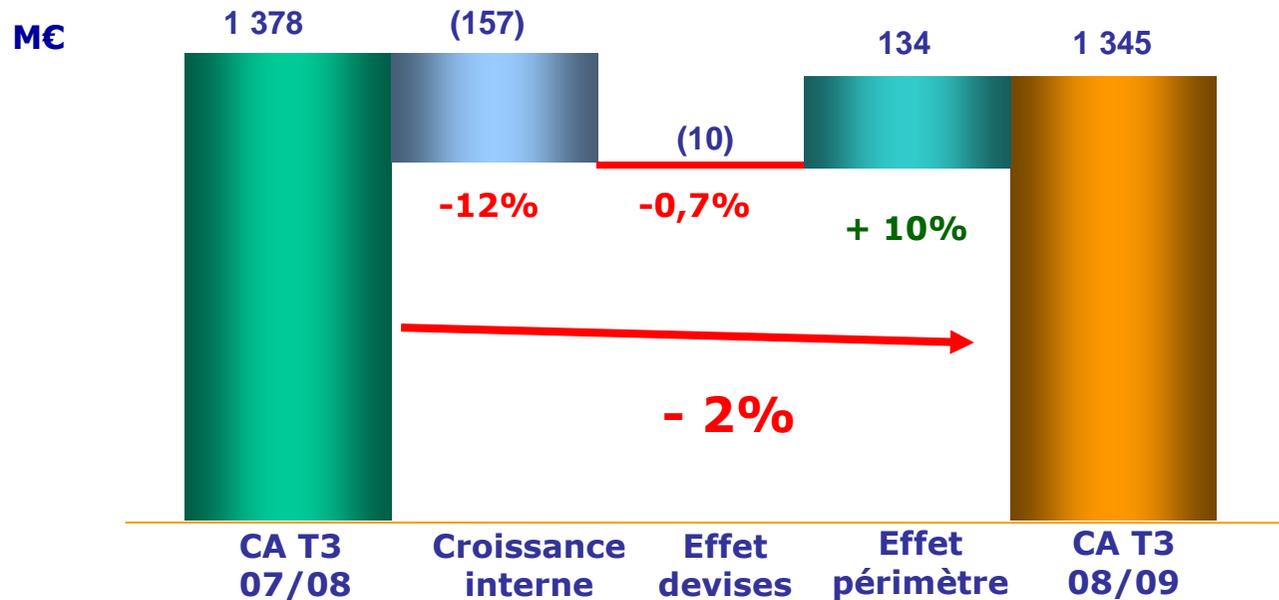
* Croissance interne

Analyse de l'activité au 31 mars 2009



- Croissance interne : +0,3% (Spiritueux = +0,7%, Vins = -1,3%)
- Effet devises principalement lié à la baisse de la GBP, du KRW, de l'AUD et de l'INR partiellement compensée par les hausses de l'USD et du CNY
- Effet périmètre : apport de l'activité Vin & Sprit (+696 M€), net des cessions (98) M€

Zoom sur le 3^{ème} trimestre 2008/09



- Croissance interne de -12% (Spiritueux = -12%, Vins = -10%)
- Effet devises : l'appréciation du dollar US et du CNY compense la baisse du KRW, de la GBP, du RUB, de l'AUD et de l'INR
- Effet périmètre : apport de l'activité Vin & Sprit (+189 M€)

- ➔ Maintien des tendances observées au T2 sur la plupart des marchés, avec néanmoins :
 - Une poursuite de la dégradation des ventes dans le “on-trade”
 - Une forte baisse en Duty Free
 - Une très nette détérioration sur les marchés d'Europe de l'Est
- ➔ Destockage plus important qu'anticipé de la part de nos grossistes et distributeurs
 - A leur initiative, pour réduire leur BFR
 - A notre initiative, pour réduire le “risque clients”
- ➔ Changements de distributeurs aux États-Unis avec le regroupement des gammes Vin&Sprit et historique Pernod Ricard dans tous les États

Revue du portefeuille



CHIVAS

TOP 15



Volume : - 4%*
Chiffre d'affaires : + 0,4 %*



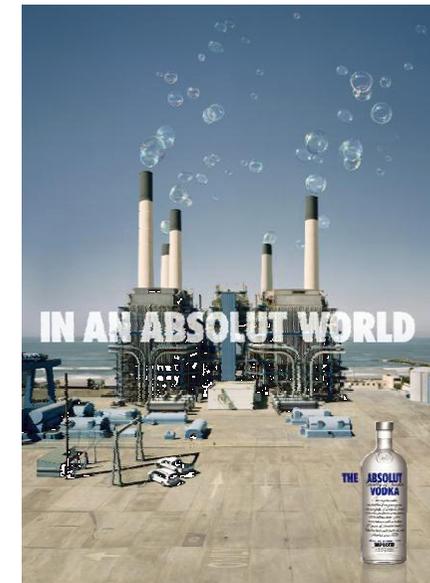
*Croissance interne calculée sur le TOP 14 hors ABSOLUT VODKA

Revue du portefeuille

ABSOLUT[®]
Country of Sweden
VODKA

Volume sur 9 mois : 7,8 M 9Lcs

- ABSOLUT progresse sur l'ensemble des marchés hors États-Unis, où la comparaison se fait sur des bases élevées
- Nielsen (valeur) 9 derniers mois : États-Unis -4%, Espagne +6% , RU Off-trade +20%, Australie +8%, Brésil +16%, France +10%, Allemagne +41%, Italie +6%, Mexique +15%, ...
- Mise en oeuvre d'une stratégie valeur, avec des repositionnements parfois significatifs (hausse de prix de 60% en Chine) et l'arrêt de fortes promotions mises en oeuvre par les précédents distributeurs (États-Unis)



Revue du portefeuille

CHIVAS

Volume -4% CA* -1%

+7% pour Chivas 18 et 25 ans vs -4% pour Chivas 12 ans

- Fort destockage en Espagne : volumes expédiés à -26% vs Nielsen 9 mois (on + off-trade) à -6% en ligne avec le marché
- Destockage également aux États-Unis : volumes expédiés à -10% vs Nielsen 9 mois (on + off-trade) à -1% en ligne avec le marché



Ballantine's
ESTD 1827

Volume -4% CA* -4%

- Espagne : volumes expédiés à -17% vs Nielsen 9 mois (on + off-trade) à -5% sur un marché à -7%
- France : hausse de +7% des volumes expédiés sur le deuxième marché de Ballantine's avec une forte progression de la part de marché
- La performance des qualités supérieures a été impactée par les difficultés en Corée du Sud et sur le marché Duty Free en Asie



Revue du portefeuille



Volume +4% CA* +11%

- États-Unis : poursuite d'une très forte progression à deux chiffres, sur le T3, confirmée par les Nielsen à +28%
- Léger recul en Europe avec des situations contrastées : repli sur les deux premiers marchés en Irlande et au RU, mais forte progression en Europe de l'Est et en Allemagne
- Progression accélérée au T3 en Afrique du Sud



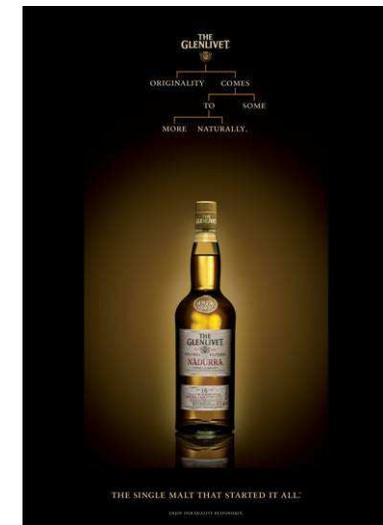
JAMESON®. Seriously Playful.

Jameson Irish Whiskey is triple distilled for a smoother, fuller flavour. But just because we're serious about our whiskey doesn't mean we have to be serious about everything.



Volume +3% CA* +7%

- États-Unis : expéditions en recul de -2% mais Nielsen en hausse de +8% sur un marché des malt à +1%
- Europe : croissance confirmée en dépit du recul au RU
- Bonne progression en Asie, en Océanie et au Canada



*Croissance interne

Revue du portefeuille



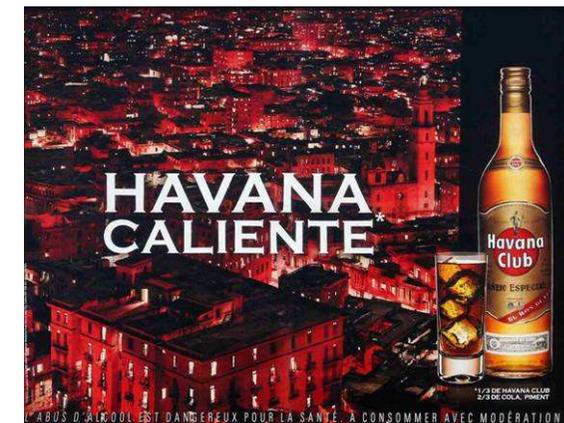
Volume -9% CA* +13%

- Poursuite du fort repli aux États-Unis et au RU, dans le cadre de la stratégie de recentrage sur les qualités supérieures
- Difficulté sur l'ensemble des marchés Duty Free
- Bonne progression en Chine, à Taiwan et aux Philippines



Volume +7% CA* +6%

- Ralentissement à Cuba et fort repli en Italie et en Espagne
- Très forte progression en Allemagne, en France et au Chili
- Bonne progression en Asie, au Canada et au Mexique



Revue du portefeuille



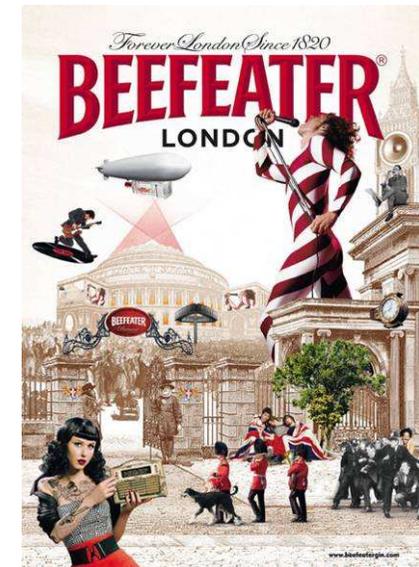
Volume -6% CA* -5%

- France : fort ralentissement au T3, lié aux difficultés dans le on-trade, volume Nielsen stable en ligne avec le marché
- Volume de la marque impacté par les difficultés du secteur on-trade



Volume -4% CA* -1%

- Espagne : expéditions à -1%, en ligne avec les Nielsen (on et off-trade) à -2% sur un marché à -6%
- États-Unis : expéditions à -8% (Nielsen à -3% sur un marché à -1%)



*Croissance interne

Revue du portefeuille



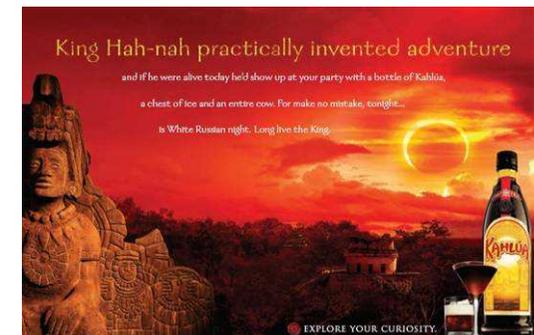
Volume -9% CA* -7%

- États-Unis : fort destockage, expéditions à -16% (Nielsen à -1%) et impact négatif du recul du “casual on-trade”
- Europe : recul au RU et en Espagne sur des marchés difficiles
- Fort développement en Amérique Centrale et du Sud ainsi qu'en Australie



Volume -13% CA* -12%

- États-Unis : léger redressement de la marque dans les panels (Nielsen à -1% sur un marché à -3%)
- Léger recul sur l'ensemble des autres marchés



Revue du portefeuille



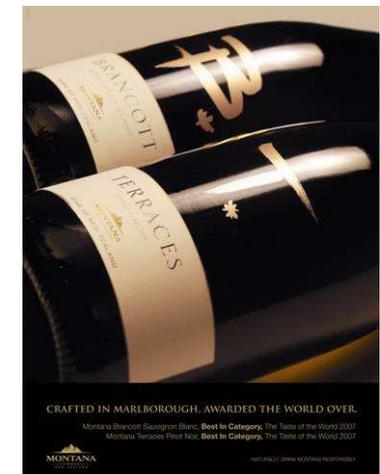
Volume -4% CA* -2%

- RU : poursuite de la stratégie valeur, expéditions à -6% en ligne avec les Nielsen (on-trade -14% et off-trade -1%). En valeur les Nielsen sont à -7% en on-trade et +2% en off-trade.
- États-Unis : volumes Nielsen à -1% sur un marché à -2% et impact négatif du recul du “casual on-trade”



Volume -2% CA* -2%

- Océanie : bonne progression de la marque
- États-Unis : fort destockage, expéditions à -18% (Nielsen à +10% en ligne avec le marché)
- Confirmation de la forte progression par les panels au RU, à +15% en ligne avec le marché, mais avec un destockage significatif (expéditions à -4%)



Revue du portefeuille



Volume -3% CA* +4%

- Légère croissance des volumes sur l'ensemble des marchés à l'exception des Amériques où la marque est en très fort recul sur des bases faibles
- En France, Mumm continue de gagner des parts de marché (Nielsen à +1% sur un marché à -2% en valeur depuis le début de l'exercice)



Volume -14% CA* -11%

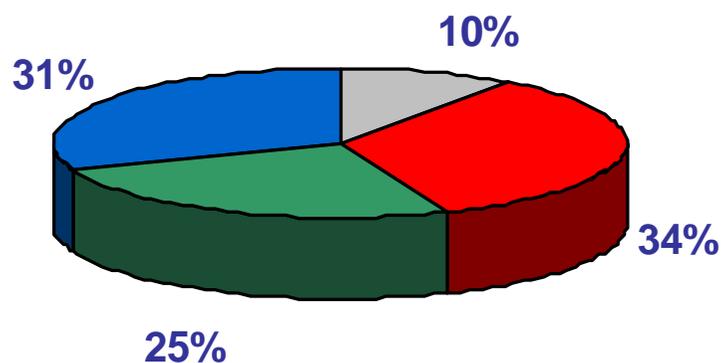
- États-Unis : fort recul, mais en ligne avec le marché (Nielsen à -20%)
- Stabilité en Europe avec une forte croissance au RU
- Recul en France



*Croissance interne

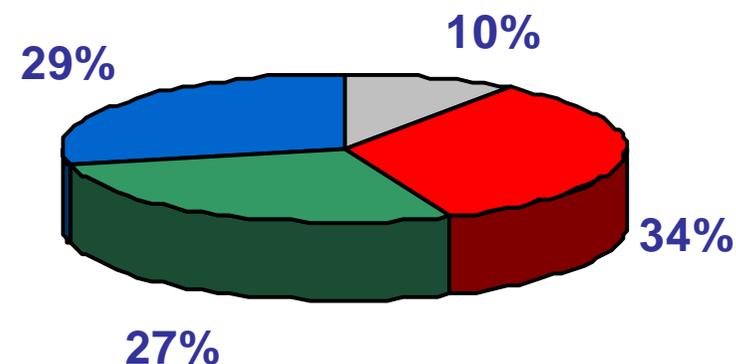
Répartition du CA par zone géographique

9 mois 07/08



France
Europe
Amériques
Asie et RDM

9 mois 08/09



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

Asie – Reste du Monde

M€	9 mois 07/08	9 mois 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 593	1 588	+3%	-5%	+2%

- L'Inde (+32%*) et la Chine (+14%*) restent les deux principaux relais de croissance de la région sur les 9 premiers mois de l'exercice 2008/09
- La Chine connaît une baisse au T3 liée au décalage du Nouvel An Chinois (ventes anticipées à fin décembre 2008) et au destockage de la part des distributeurs
- La croissance de la région a également été ralentie par les difficultés en Corée du Sud et sur les marchés Duty Free ainsi que par la baisse de devises importantes : KRW, INR, AUD et NZD

Amériques

M€	9 mois 07/08	9 mois 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 280	1 528	-	-	+19%

- Sur la zone Amériques, la croissance est fortement accélérée par l'intégration de la marque ABSOLUT
- Les performances en Amérique Latine sont particulièrement fortes sur la période, notamment en Argentine et dans les pays andins
- L'appréciation de l'USD compense l'effet négatif lié à la dépréciation du CAD, du MXN et du BRL
- Néanmoins, le fort destockage aux Etats-Unis ralentit significativement la croissance de la région

Europe (hors France)

M€	9 mois 07/08	9 mois 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 695	1 908	-2%	-4%	+19%

- En Europe également, la croissance globale est accélérée par l'intégration de l'activité de Vin & Sprit, notamment dans les pays nordiques
- La croissance interne est néanmoins fortement ralentie par :
 - La très nette détérioration sur les marchés d'Europe de l'Est
 - Le destockage des grossistes et des distributeurs dans la plupart des pays
- La baisse de la GBP et du RUB pèse enfin significativement sur la croissance de la région

France

M€	9 mois 07/08	9 mois 08/09	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	524	533	+1%	-	+1%

- ➔ La croissance est principalement tirée par Mumm, Ballantine's et Havana Club
- ➔ Le phénomène de destockage affecte notre activité de manière plus limitée en France, où le off-trade représente une part proche de 85 % de nos ventes

- Analyse du chiffre d'affaires au 31 mars 2009
- Conclusion et perspectives
- Augmentation de Capital



Pour l'exercice 2008/09, nous visons à présent une croissance* interne du ROC située entre +3% et +5% (contre +5% à +8% précédemment), reflétant ainsi un niveau de destockage plus important que celui initialement anticipé

Nous confirmons de plus l'objectif d'un coût moyen de la dette inférieur à 5%

Enfin, l'intégration réussie de Vin & Sprit se traduit par la mise en œuvre accélérée des synergies

Nous confirmons donc notre objectif** d'une croissance à deux chiffres de notre résultat net courant part du Groupe, pour dépasser pour la première fois 1 Md € sur l'ensemble de l'exercice 2008/09

* Sur le périmètre historique Pernod Ricard

** aux taux de change et taux d'intérêt au 30 mars 2009

- ➔ Nous confirmons également l'objectif* de génération d'un Free Cash Flow courant proche de 1 Md € sur l'exercice 2008/09
- ➔ Par ailleurs, avec la vente de Wild Turkey à Campari pour un montant de 575 M\$, ce sont près de 60% de notre programme de cession d'actifs non stratégiques qui sont atteints

* aux taux de change et taux d'intérêt au 30 mars 2009

- ➔ Fort de cette dynamique, nous procédons à une augmentation de capital de 1 Md €, avec maintien du droit préférentiel de souscription, afin de permettre à nos actionnaires de nous soutenir au mieux de leurs intérêts

- ➔ et afin de :
 - Renforcer notre bilan
 - Réduire la charge financière à travers la baisse de la dette et des marges bancaires (grâce à l'amélioration accélérée du ratio dette nette / EBITDA)
 - Couvrir dès aujourd'hui la majeure partie de nos besoins de refinancement d'ici à juillet 2013

- Analyse du chiffre d'affaires au 31 mars 2009
- Conclusion et perspectives
- Augmentation de Capital

Accélération du plan de désendettement

- Lancement d'une augmentation de capital à hauteur de 1 Md €
- Programme de cession d'actifs non-stratégiques désormais bien avancé avec la vente de Wild Turkey pour 575 M\$ soit 433 M€
- Politique de dividendes 2008/2009 cohérente avec l'augmentation de capital

Caractéristiques de l'augmentation de capital

→ Termes et calendrier :

- Produits bruts : approximativement 1,04 Md €
- Parité: 3 nouvelles actions pour 17 actions existantes ⇒ création de 38,8 millions d'actions nouvelles
- Prix de souscription : € 26,70
- Jouissance des actions nouvelles au 1er juillet 2008
- Calendrier:
 - Période de souscription: 16 avril – 29 avril ⇒ détachement du droit le 15 avril après clôture
 - Règlement-livraison et admission des nouvelles actions : 14 mai

Vente de Wild Turkey, exécution du programme de cession d'actifs non-stratégiques

- ➔ Vente de Wild Turkey pour 575 M\$ soit environ 433 M€ à Campari :
 - Vente d'une marque de whiskey non-stratégique correspondant au recentrage de Pernod Ricard sur ses TOP 15 marques stratégiques
 - Cohérence avec le programme de cession d'actifs non-stratégiques annoncé à la suite de l'acquisition de V&S
 - Approx. 10x CAAP
 - Opération non-conditionnelle à la disponibilité du financement pour Campari
 - Opération sujette à l'approbation des autorités de la concurrence compétentes
 - Clôture prévue d'ici au 30 juin 2009
- ➔ Le programme de cession d'actifs non-stratégiques est désormais bien avancé
 - 577 M€ de produits de cessions dégagés à aujourd'hui
 - Valorisations et délais d'exécutions conformes aux prévisions
 - Confirmation de l'intention de Pernod Ricard d'achever ce programme au cours des douze prochains mois

Politique de dividendes 2008/2009 proposée



- ➔ Rémunération de l'actionnaire égale à environ 1/3 du résultat net courant, en conformité avec la politique habituelle de Pernod Ricard
- ➔ Versement en juillet 2009 d'un dividende en numéraire de 0,50 € par action, représentant environ 38% du dividende par action de 1,32 € versé au titre de l'année 2007/2008
- ➔ Complément de rémunération versé sous la forme d'une distribution gratuite d'actions par incorporation de réserves, qui sera proposée à la prochaine Assemblée Générale



Pernod Ricard

Annexes

Chiffre d'affaires 9 mois 2008/09 : Croissance des marques stratégiques

Cumul 9 mois 2008/09	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires
Chivas Regal	-4%	-1%
Ballantine's	-4%	-4%
Ricard	-6%	-5%
Martell	-9%	13%
Malibu	-9%	-7%
Kahlua	-13%	-12%
Jameson	4%	11%
Beefeater	-4%	-1%
Havana Club	7%	6%
The Glenlivet	3%	7%
Jacob's Creek	-4%	-2%
Mumm	-3%	4%
Perrier Jouet	-14%	-11%
Montana	-2%	-2%
14 Marques Stratégiques	-4%	0%

Chiffre d'affaires 9 mois 2008/09 & détail T3 2008/09

MEUR	Cumul 9 mois 2007/08		Cumul 9 mois 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	524	10%	533	10%	9	2%	4	1%	5	1%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	1 695	33%	1 908	34%	213	13%	(38)	-2%	319	19%	(68)	-4%
Vins & Spiritueux Amériques	1 280	25%	1 528	27%	248	19%	2	0%	240	19%	6	0%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	1 593	31%	1 588	29%	(4)	0%	47	3%	33	2%	(85)	-5%
Vins & Spiritueux Monde	5 091	100%	5 557	100%	466	9%	15	0%	598	12%	(147)	-3%

MEUR	T3 2007/08		T3 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	127	9%	129	10%	1	1%	(1)	0%	2	2%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	433	31%	411	31%	(22)	-5%	(70)	-17%	77	18%	(30)	-7%
Vins & Spiritueux Amériques	310	22%	347	26%	37	12%	(34)	-12%	44	14%	27	9%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	508	37%	458	34%	(49)	-10%	(53)	-11%	11	2%	(7)	-1%
Vins & Spiritueux Monde	1 378	100%	1 345	100%	(33)	-2%	(157)	-12%	134	10%	(10)	-1%

Chiffre d'affaires 9 mois 2008/09 : Effet devises

		Effet devises Cumul 9 mois (M€)	% de l'effet devises
Dollar américain	USD	36,6	-24,9%
Livre sterling	GBP	(61,7)	42,0%
Won coréen	KRW	(50,1)	34,1%
Roupie indienne	INR	(23,4)	16,0%
Dollar australien	AUD	(24,1)	16,4%
Dollar néo-zélandais	NZD	(17,9)	12,2%
Dollar canadien	CAD	(13,3)	9,0%
Baht thaïlandais	THB	(6,8)	4,7%
Rand sud-africain	ZAR	(8,6)	5,9%
Peso mexicain	MXN	(10,4)	7,1%
Real brésilien	BRL	(7,9)	5,4%
Rouble russe	RUB	(11,5)	7,8%
Bolivar vénézuélien	VEB	5,7	-3,9%
Zloty polonais	PLN	(2,5)	1,7%
Yuan chinois	CNY	42,8	-29,1%
Autres devises		6,4	
Total		(146,8)	100%

Chiffre d'affaires 9 mois 2008/09 : Effet périmètre

Cumul 9 mois 2008/2009	M€
Acquisition V&S	695,8
Autres	(97,9)
Total effet périmètre	597,8