

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois 2007/08 : 5 091 M€

- **Très fort dynamisme de l'activité (croissance interne cumul 9 mois : +9,3%)**
- **Poursuite d'une croissance soutenue au 3^{ème} trimestre (croissance interne : +7,1%)**
- **Confirmation de l'objectif de croissance du résultat pour l'exercice 2007/08**

Communiqué - Paris, 30 avril 2008

Le chiffre d'affaires consolidé (hors droits et taxes) de Pernod Ricard s'élève à **5 091 Millions d'Euros** sur les neuf premiers mois de l'exercice 2007/08 (1^{er} juillet 2007 au 31 mars 2008), soit une hausse de +3,9% par rapport aux 4 898 Millions d'Euros de l'exercice précédent. Cette progression découle :

- d'une **très forte croissance interne de +9,3%**,
- d'un effet périmètre de -1,6% lié aux cessions (whisky canadien Rich & Rare et distillerie de Lawrenceburg) et à l'arrêt de la sous-traitance pour Fortune Brands,
- d'un effet devises de -3,6%. La forte baisse du dollar américain, du won coréen, de la livre sterling et du yuan chinois par rapport à l'euro au cours du 3^{ème} trimestre de l'exercice 2007/08 se traduira par une accentuation de l'effet devises : sur l'ensemble de l'exercice et aux cours actuels, l'impact de l'évolution des devises sur le résultat opérationnel courant devrait se situer entre -100 et -110 M€.

La premiumisation du portefeuille du Groupe se poursuit ; ainsi la croissance des **15 marques stratégiques** est deux fois plus élevée en **valeur⁽¹⁾ qu'en volume (+12% versus +6%)**. Elle s'explique par les hausses de prix et l'amélioration du mix. Les pays émergents⁽²⁾ (+22%⁽¹⁾) ainsi que les spiritueux premium⁽³⁾ (+14%⁽¹⁾) restent les principaux moteurs de la croissance. La croissance interne des spiritueux s'élève à +9,8% alors que celle des vins atteint +6,6%.

Au **3^{ème} trimestre 2007/08**, le chiffre d'affaires consolidé s'établit à 1 378 Millions d'Euros en baisse de -1,0%, soit une **croissance interne de +7,1%** (effet devises et effet périmètre respectivement de -6,2% et de -1,7%). La croissance interne de ce trimestre s'explique par :

- la poursuite de l'expansion des pays émergents, qui représentent désormais près de 30% de l'activité du Groupe,
- la poursuite de la croissance aux USA dans un contexte de durcissement de l'environnement, grâce au dynamisme des marques premium,
- la bonne tenue des autres marchés, notamment d'Europe de l'Ouest.

Toutes les zones géographiques enregistrent une forte croissance :

♦ **Asie/Reste du Monde : 1 593 Millions d'Euros (+8,7%, soit une croissance interne de +13%)**
Martell, Ballantine's et Chivas Regal génèrent près des 2/3 de la croissance de l'Asie/Reste du monde. La Chine et l'Inde représentent les 2/3 de la croissance de la zone et sont respectivement les premier et deuxième contributeurs à la croissance interne du Groupe.

- Chine (CA : +26%⁽¹⁾) : la catégorie whisky est en légère croissance et la catégorie cognac reste très dynamique malgré les fortes hausses de prix,
- Inde (CA : +41%⁽¹⁾) : les marques locales de whisky poursuivent leur vive progression tandis que les marques importées connaissent une croissance spectaculaire,
- la Malaisie, l'Indonésie, le Vietnam, Singapour et Taiwan progressent fortement,
- la Thaïlande connaît un fort rebond au 3^{ème} trimestre avec 100 Pipers.

◆ **Amériques : 1 280 Millions d'Euros (-3,8%, soit une croissance interne de +8%)**

• **Amérique du Nord**

En Amérique du Nord (USA, Canada, Mexique), la croissance interne atteint +4,5%.

- Etats-Unis : Jameson, The Glenlivet, Wild Turkey, Malibu, Perrier Jouët, Mumm Napa poursuivent leur croissance vigoureuse dans un environnement plus difficile pour certaines marques (Kahlua, Chivas Regal, Beefeater),
- Canada et Mexique : les marques internationales, notamment les 15 marques stratégiques, enregistrent de bonnes performances alors que les brandies mexicains Presidente et Don Pedro sont en recul.

• **Amérique Centrale et du Sud**

En Amérique Centrale et du Sud, la croissance interne est remarquable à +24%. Chivas Regal, Havana Club, Ballantine's et Something Special progressent fortement.

◆ **Europe (hors France) : 1 695 Millions d'Euros (+5,4%, soit une croissance interne de +8%)**

La zone Europe continue à enregistrer une forte croissance depuis le début de l'exercice.

• **Europe Centrale et de l'Est**

L'Europe Centrale et de l'Est génère plus de 60% de la croissance de l'Europe, augmentant ainsi son poids dans la région. La Russie est le troisième pays contributeur à la croissance interne du Groupe. Les autres principaux pays contributeurs à ce remarquable développement sont la Pologne, l'Ukraine et la Roumanie.

• **Europe Occidentale**

L'Europe Occidentale connaît une progression solide. L'Espagne (Ballantine's, Chivas Regal), le Royaume Uni (Jacob's Creek, Malibu), l'Irlande (Jameson) et la Grèce (Havana Club) se développent de manière satisfaisante alors que l'Italie et l'Allemagne sont en repli.

◆ **France : 524 Millions d'Euros (+6%)**

La France poursuit sa croissance soutenue. Les whiskies (Chivas Regal, Ballantine's, Jameson, Aberlour, The Glenlivet, Clan Campbell) et le champagne Mumm sont les moteurs de cette croissance. Ricard est stable sur un marché en léger recul.

Conclusion et perspectives

Pour Patrick Ricard, Président-Directeur Général de Pernod Ricard : « *Le dynamisme observé au cours du troisième trimestre de l'exercice 2007/08 est conforme à nos attentes et reflète à nouveau la qualité de notre portefeuille de marques et la puissance de notre réseau de distribution. L'activité des neuf premiers mois de l'exercice 2007/08 nous permet de confirmer notre objectif de croissance du résultat opérationnel courant d'au minimum +12%, à données comparables⁽⁴⁾ ».*

(1) Croissance interne

(2) PNB/ habitant < 10 000 USD

(3) Marques >= à Chivas Regal 12 ou Martell VS

(4) Change et périmètre constants

A propos de Pernod Ricard

Né du rapprochement de Ricard et Pernod en 1975, Pernod Ricard s'est développé tant par croissance interne que par croissance externe. L'acquisition d'une partie de Seagram (2001) et celle d'Allied Domecq (2005) ont fait du Groupe le numéro deux mondial des vins et spiritueux, avec un chiffre d'affaires de 6,4 milliards d'euros en 2006/07 ; Pernod Ricard est aussi le premier acteur mondial des spiritueux « ultra-premium ».

Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : l'anis Ricard, les scotch whiskies Ballantine's, Chivas Regal et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, les liqueurs Kahlúa et Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek et Montana. Le 31 mars 2008, Pernod Ricard a annoncé l'acquisition de Vin & Sprit et de sa marque de vodka Absolut.

Pernod Ricard s'appuie sur une organisation décentralisée composée de filiales « Propriétaires de Marques » et de filiales de « Distribution », qui représente près de 18 000 collaborateurs répartis dans 70 pays.

Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits.

Retrouvez le diaporama sur www.pernod-ricard.com et les photos sur la page « Photothèque » de la rubrique « Actualités » du site Internet

Prochain rendez-vous : Chiffre d'affaires annuel 2007/2008 – jeudi 24 juillet 2008

Contacts Pernod Ricard

Francisco de la VEGA / Directeur de la Communication

T : +33 (0)1 41 00 40 96

Denis FIEVET / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs

T : +33 (0)1 41 00 41 71

Florence TARON / Responsable Relations Presse

T : +33 (0)1 41 00 40 88



Pernod Ricard

Annexes T3 2007/2008 (*)

Détail du chiffre d'affaires au 31 mars 2008 (en millions d'euros)

MEUR	Cumul 9 mois 2006/07		Cumul 9 mois 2007/08		Variation	Dont Croissance Interne	Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	494	10%	524	10%	29 6%	31 6%	(2)	0%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	1 608	33%	1 695	34%	86 5%	124 8%	(15)	-1%	(22)	-1%
Vins & Spiritueux Amériques	1 331	27%	1 280	25%	(51) -4%	107 8%	(61)	-5%	(97)	-7%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	1 465	30%	1 593	31%	127 9%	183 13%	(1)	0%	(55)	-4%
Vins & Spiritueux Monde	4 898	100%	5 091	100%	192 4%	445 9%	(78)	-2%	(174)	-4%

MEUR	T3 2006/07		T3 2007/08		Variation	Dont Croissance Interne	Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	126	9%	127	9%	1 1%	3 2%	(1)	-1%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	434	31%	433	31%	(0) 0%	19 4%	(6)	-1%	(13)	-3%
Vins & Spiritueux Amériques	346	25%	310	23%	(37) -11%	15 5%	(16)	-5%	(36)	-11%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	485	35%	508	37%	23 5%	60 12%	(1)	0%	(36)	-7%
Vins & Spiritueux Monde	1 391	100%	1 378	100%	(13) -1%	97 7%	(24)	-2%	(86)	-6%

Volume et croissance interne des marques stratégiques

Cumul 9 mois 2007/08	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires
Chivas Regal	9%	11%
Ballantine's	9%	12%
Ricard	-1%	0%
Martell	5%	24%
Malibu	6%	12%
Kahlua	-3%	-3%
Jameson	14%	20%
Beefeater	1%	4%
Stolichnaya	10%	14%
Havana Club	14%	16%
The Glenlivet	12%	14%
Jacob's Creek	8%	12%
Mumm	12%	20%
Perrier Jouet	3%	14%
Montana	-5%	8%
15 Marques Stratégiques	6%	12%

(*) période allant du 1^{er} juillet 2007 au 31 mars 2008

Effet Devises

		Effet devises (M€)	% de l'effet devises
Dollar américain	USD	(99,2)	57,0%
Won coréen	KRW	(25,4)	14,6%
Livre sterling	GBP	(22,0)	12,6%
Yuan chinois	CNY	(13,5)	7,7%
Peso mexicain	MXN	(12,2)	7,0%
Bolivar vénézuélien	VEB	2,2	-1,3%
Peso argentin	ARS	(5,1)	2,9%
Rouble russe	RUB	(5,0)	2,9%
Yen japonais	JPY	(3,9)	2,2%
Dollar néo-zélandais	NZD	3,1	-1,8%
Dollar australien	AUD	4,5	-2,6%
Real brésilien	BRL	5,5	-3,1%
Baht thaïlandais	THB	5,5	-3,2%
Autres devises		(8,6)	
Total		(173,9)	100%

Effet Périmètre

	M€
Transfert distribution Seagram Coolers & Smooth USA	(14,9)
Arrêt Copacking Fortune Brands	(16,1)
Cession LDI USA	(22,6)
Cession Rich & Rare	(16,3)
Arrêt de la distribution de Beirao	(4,8)
Autres	(3,5)
Total effet périmètre	(78,3)