

Chiffre d'affaires annuel 2007/08 : 6 589 M€

- **Croissance remarquable sur l'exercice : +8,7%***
- **Les spiritueux premium ** (+14%*) et les marchés émergents *** (+22%*) sont les principaux moteurs de la croissance.**
- **Acquisition de Vin & Sprit**
- **Nouvelle révision à la hausse de l'objectif de croissance du résultat sur l'ensemble de l'exercice 2007/08.**

Communiqué - Paris, le 24 juillet 2008 –

Au 30 juin 2008, **le chiffre d'affaires annuel 2007/08** (hors droits et taxes) de Pernod Ricard s'élève à **6 589 millions d'euros, en progression de +2,3%**. Cette croissance résulte d'une **remarquable croissance interne de +8,7%**, d'un fort effet devises (-4,6%) principalement lié à la baisse du dollar et d'un effet périmètre de -1,6%.

La croissance* des **15 marques stratégiques** est très forte : **+11% en valeur** et **+5% en volume**, et illustre parfaitement la stratégie de premiumisation du Groupe, portée par la qualité du portefeuille de marques et la puissance du réseau commercial, notamment dans les pays émergents. Dix d'entre elles enregistrent des progressions* à deux chiffres : Martell (+24%), Jameson (+21%), Mumm (+18%), Havana Club (+17%), The Glenlivet (+14%), Perrier Jouët (+14%), Stolichnaya (+12%), Chivas (+11%), Ballantine's (+11%) et Malibu (+10%).

Sur l'ensemble de l'exercice, **l'activité spiritueux** progresse en valeur de +9%*. **L'activité vins** progresse quant à elle de +6%* contre +1%* lors de l'exercice précédent confirmant ainsi son redressement et son important potentiel de développement.

Globalement, la croissance* du 2^{ème} semestre (+7%) reste soutenue après un très fort 1^{er} semestre (+10%) dans un contexte d'appréciation accrue de l'euro vis-à-vis de la plupart des autres monnaies.

Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à **1 498 millions d'euros, en repli de -3%**, soit **+7% de croissance interne** (effet devises -8%, effet périmètre -2%). Cette forte croissance interne, réalisée en dépit du tremblement de terre au Sichuan, dont l'impact a réduit de près de 1% la croissance du trimestre, témoigne de la poursuite d'un fort dynamisme dans les marchés émergents et de la bonne tenue des marchés occidentaux.

L'année 2007/08 aura par ailleurs été marquée par l'acquisition du Groupe Vin & Sprit - propriétaire de la marque ABSOLUT - dont le closing est intervenu le 23 juillet 2008. ABSOLUT (leader mondial des vodkas premium) connaît des performances remarquables que traduisent une accélération de sa croissance au premier semestre 2008 (+12% contre +9% sur l'année civile 2007) et un volume de 11,3 millions de caisses de 9 litres sur les 12 mois glissants 2007/08 (+ 600 000 caisses de 9 litres par rapport à l'année civile 2007). Ceci laisse entrevoir les formidables perspectives commerciales et financières liées à l'intégration de cette marque au sein du portefeuille du Groupe. Pernod Ricard est de plus confiant, quant à l'atteinte du haut de la fourchette des synergies annoncées (125 à 150 millions d'euros). La génération de cash flow en résultant ainsi qu'un programme de cession d'actifs de l'ordre de 1 milliard d'euros au cours des 12 à 18 prochains mois permettront un désendettement rapide du groupe.

* Croissance interne

** Marques >= Chivas 12 ans ou Martell VS

*** PNB / Habitant < 10 000 USD

Toutes les zones géographiques contribuent à la croissance annuelle

◆ **Asie / Reste du Monde : 2 007 millions d'euros (+7%, soit une croissance interne de +13%)**

- La Chine (+29%*) et l'Inde (+39%*) représentent 2/3 de la croissance de la région et restent respectivement les premier et deuxième pays contributeurs à la croissance interne globale du Groupe.
- Le Duty Free, Taiwan, la Malaisie, l'Indonésie, le Vietnam, le Golf Persique et Singapour se développent également rapidement et la Thaïlande connaît un rebond sur le second semestre.
- L'Australie et la Nouvelle Zélande enregistrent une croissance limitée sur l'année avec un rebond au second semestre, suite au ralentissement lié aux fortes hausses de prix du premier semestre
- L'Afrique et le Moyen Orient progressent très fortement, grâce notamment à Jameson, Chivas et Ballantine's.

Au 4^{ème} trimestre, l'Asie a poursuivi une croissance vigoureuse à deux chiffres (+15%) en dépit du tremblement de terre au Sichuan.

◆ **Amériques : 1 700 millions d'euros (-5%, soit une croissance interne de +8%)**

- **Amérique du Nord** (+5,0%* : spiritueux +4,4%*, vins +9,6%*)
 - Aux Etats-Unis, on observe un transfert de la consommation du «hors domicile» vers le «à domicile», avec des marques dynamiques qui poursuivent leur croissance vigoureuse : Jameson, The Glenlivet, Malibu, Wild Turkey pour les spiritueux et Montana, Perrier Jouët, Mumm Napa, Campo Viejo pour les vins, mais aussi des marques ayant une franchise plus faible et qui souffrent de la conjoncture : Kahlúa, Beefeater et Chivas.
 - Le Canada réalise une excellente année, et, au Mexique, les marques internationales enregistrent une bonne progression tandis que les brandies reculent.
- **Amériques Centrale et du Sud** (+ 20,4%*)
Chivas Regal (Venezuela et Amérique Centrale), Ballantine's (Brésil, Amérique Centrale, Duty Free) et Havana Club (Chili, Cuba) restent les principaux moteurs de la croissance pour les marques stratégiques. Le Venezuela enregistre un ralentissement au second semestre, lié à une baisse généralisée de la consommation dans le pays.

◆ **Europe : 2 171 millions d'euros (+4%, soit une croissance interne de +7%)**

- **L'Europe de l'Est et l'Europe Centrale** poursuivent leur développement spectaculaire, grâce notamment à la Russie, la Pologne, le Kazakhstan, l'Ukraine et la Roumanie. La Russie (+38%*) est le troisième pays contributeur à la croissance interne globale du Groupe.
- Tous les grands marchés **d'Europe Occidentale** (Espagne, RU, Irlande, Allemagne, Grèce) sont en progression sur l'exercice à l'exception de l'Italie, avec une croissance plus contrastée au second semestre.

Un fort rebond a été enregistré au 4^{ème} trimestre en Allemagne après un effet de base de comparaison très défavorable au 3^{ème} trimestre, lié aux hausses de tarifs d'avril 2007. A l'inverse, on observe un quatrième trimestre plus difficile en Espagne et au Royaume-Uni.

◆ **France : 711 millions d'euros (+4%, soit une croissance interne de +5%)**

Sur l'ensemble de l'exercice, nos marques de whiskies : Chivas, Ballantine's, Jameson, The Glenlivet et Clan Campbell enregistrent de très bonnes performances sur des marchés bien orientés. Mumm et Perrier Jouët progressent également très rapidement (gains de part de marché, hausses de prix, effet mix favorable) mais les volumes du **quatrième trimestre** ont été pénalisés par la limitation des quantités en stock disponibles. La marque Ricard est en léger recul sur un marché en repli, confronté au « smoking ban » et à une météorologie défavorable.

* Croissance interne

Conclusion et perspectives

La vigueur de l'activité et les effets très favorables liés aux hausses de prix et à la premiumisation du portefeuille, laissent anticiper une forte progression de la marge opérationnelle et nous permettent une nouvelle fois de **réviser à la hausse l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant, à environ +13%, à données comparables*, pour l'exercice 2007/08.**

Pour Patrick Ricard, Président-Directeur Général du Groupe : *«L'exercice 2007/08 a illustré notre formidable potentiel de croissance sur l'ensemble des marchés émergents et la grande solidité de notre activité sur les marchés occidentaux. La qualité de notre portefeuille de marques et la puissance de notre réseau de distribution, nous permettent d'aborder l'exercice 2008/09 avec confiance, et d'attendre une poursuite de la très forte progression sur les marchés émergents et une croissance modérée sur les marchés occidentaux. Cette évolution, couplée aux formidables opportunités qu'offre au Groupe l'acquisition de Vin & Sprit, nous permet d'anticiper pour ce nouvel exercice, la poursuite de l'expansion de nos marges et une forte croissance interne de notre résultat opérationnel courant.»*

* Change et périmètre

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), d'Allied Domecq (2005) et celle récente de Vin & Sprit ont fait du Groupe le co-leader mondial des vins et spiritueux, avec un chiffre d'affaires de 6,589 milliards d'euros en 2007/08.

Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka ABSOLUT, le pastis 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.

Pernod Ricard s'appuie sur une organisation décentralisée composée de filiales «Propriétaires de Marques» et de filiales de «Distribution», qui représente plus de 17 600 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. (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693)

Pour plus d'informations sur Pernod Ricard, connectez-vous sur www.pernod-ricard.com

Prochains rendez-vous : Résultats Annuels 2007/2008 - jeudi 18 septembre 2008
Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2008/09 – jeudi 30 octobre 2008**
Assemblée Générale Mixte - mercredi 5 novembre 2008

**** En raison de la première consolidation de Vin & Sprit au sein du Groupe Pernod Ricard, la publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2008/09 est reportée du jeudi 23 octobre au jeudi 30 octobre 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

« Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Pernod Ricard. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes concernant le Groupe, nous vous invitons à vous reporter aux documents publics déposés en France auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, également disponibles en version française et anglaise sur notre site Internet www.pernod-ricard.com . »

Annexes 12 mois 2007/08 (*)

Détail du chiffre d'affaires au 30 juin 2008 (en millions d'euros)

MEUR	Cumul 12 mois 2006/07		Cumul 12 mois 2007/08		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	682	11%	711	11%	29	4%	31	5%	(2)	0%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	2 091	32%	2 171	33%	81	4%	140	7%	(23)	-1%	(36)	-2%
Vins & Spiritueux Amériques	1 786	28%	1 700	26%	(87)	-5%	139	8%	(77)	-4%	(148)	-8%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	1 884	29%	2 007	30%	123	7%	237	13%	(2)	0%	(112)	-6%
Vins & Spiritueux Monde	6 443	100%	6 589	100%	146	2%	547	9%	(104)	-2%	(297)	-5%

MEUR	T4 2006/07		T4 2007/08		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	188	12%	187	12%	(1)	0%	(0)	0%	(0)	0%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	482	31%	477	32%	(6)	-1%	16	4%	(8)	-2%	(14)	-3%
Vins & Spiritueux Amériques	455	29%	420	28%	(36)	-8%	32	7%	(17)	-4%	(51)	-11%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	419	27%	414	28%	(4)	-1%	54	13%	(1)	0%	(58)	-14%
Vins & Spiritueux Monde	1 544	100%	1 498	100%	(46)	-3%	103	7%	(26)	-2%	(123)	-8%

MEUR	S2 2006/07		S2 2007/08		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	314	11%	314	11%	1	0%	2	1%	(2)	-1%	(0)	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	916	31%	910	32%	(6)	-1%	35	4%	(14)	-2%	(27)	-3%
Vins & Spiritueux Amériques	802	27%	729	25%	(72)	-9%	48	6%	(33)	-4%	(88)	-11%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	904	31%	922	32%	19	2%	114	13%	(2)	0%	(94)	-10%
Vins & Spiritueux Monde	2 935	100%	2 876	100%	(60)	-2%	200	7%	(50)	-2%	(209)	-7%

Volume et croissance interne des marques stratégiques

Cumul 12 mois 2007/08	Volumes (Millions de caisses de 9 litres)	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires
Chivas Regal	4,5	10%	11%
Ballantine's	6,4	9%	11%
Ricard	5,6	-3%	-1%
Martell	1,6	2%	24%
Malibu	3,7	6%	10%
Kahlua	2,1	-4%	-5%
Jameson	2,6	15%	21%
Beefeater	2,4	1%	4%
Stolichnaya	3,4	9%	12%
Havana Club	3,2	15%	17%
The Glenlivet	0,6	10%	14%
Jacob's Creek	8,0	2%	6%
Mumm	0,7	11%	18%
Perrier Jouet	0,2	3%	14%
Montana	1,4	-2%	9%
15 Marques Stratégiques	46,3	5%	11%

(*) période allant du 1^{er} juillet 2007 au 30 juin 2008

Effet Devises

		Effet devises 12 mois (M€)	% de l'effet devises
Dollar américain	USD	(145,3)	49,0%
Won coréen	KRW	(47,4)	16,0%
Livre sterling	GBP	(39,2)	13,2%
Yuan chinois	CNY	(16,6)	5,6%
Peso mexicain	MXN	(16,2)	5,5%
Peso argentin	ARS	(7,7)	2,6%
Rouble russe	RUB	(7,0)	2,4%
Rand sud-africain	ZAR	(6,7)	2,3%
Yen japonais	JPY	(3,8)	1,3%
Bolivar vénézuélien	VEB	(0,5)	0,2%
Dollar australien	AUD	3,1	-1,0%
Zloty polonais	PLN	4,1	-1,4%
Real brésilien	BRL	7,4	-2,5%
Autres devises		(20,9)	
Total		(296,7)	100%

Effet Périmètre

	M€
Transfert distribution Seagram Coolers & Smooth USA	(22,0)
Arrêt Copacking Fortune Brands	(20,2)
Cession LDI USA	(30,9)
Cession Rich & Rare	(16,7)
Arrêt de la distribution de Beirao	(8,3)
Autres	(6,3)
Total effet périmètre	(104,4)