

Chiffre d'affaires 1er trimestre 2007/08



30 octobre 2007



Un excellent début d'année
Croissance interne : +11,6%

Plan de la présentation

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

→ Chiffre d'affaires = 1557 M€ soit +6,9%

→ Croissance interne du chiffre d'affaires : +11,6%

→ Croissance vigoureuse des marques clés Pernod Ricard

Top 15 : Volume +9%, Valeur +16%*

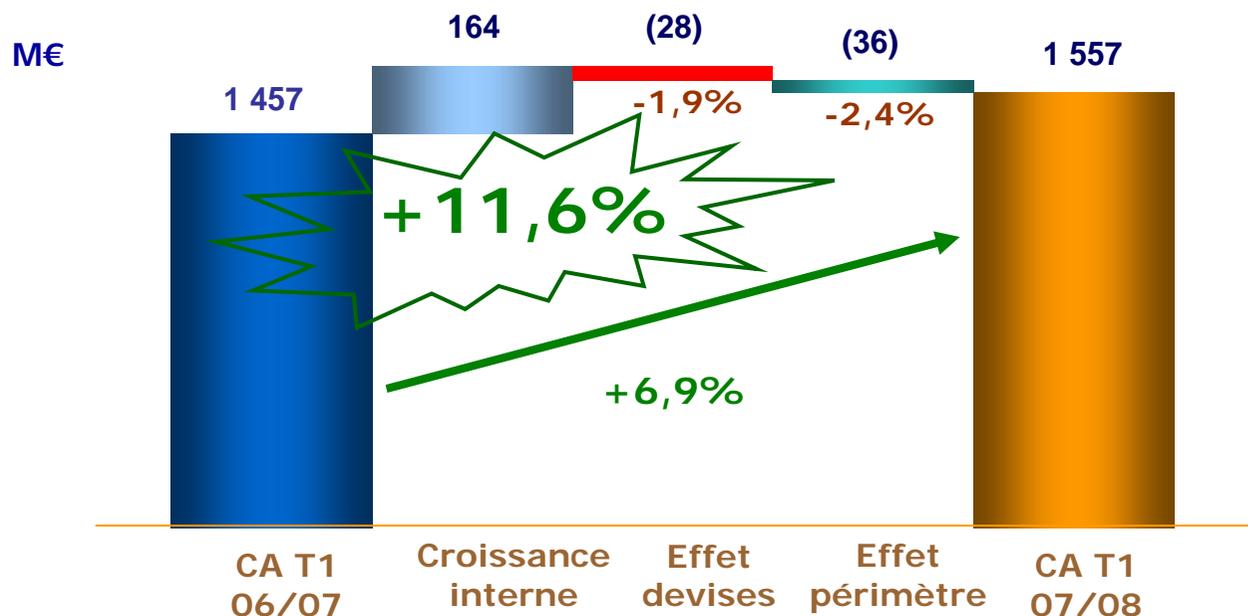
Faits marquants du 1er trimestre 2007/08

- Toutes les régions contribuent à la croissance du chiffre d'affaires, avec un dynamisme confirmé dans les marchés émergents** (croissance interne +30%)
- Croissance accélérée du Top 15 avec un mix spiritueux/vins favorable et un fort impact positif des hausses de prix
- Poursuite de la premiumisation avec une très forte croissance des spiritueux premium * de +23%
- Effet de base de comparaison favorable : T1 au FY 06/07 impacté par des perturbations sur certains marchés (Russie, duty free, etc ...)

* Marques \geq Chivas 12 ans ou Martell VS

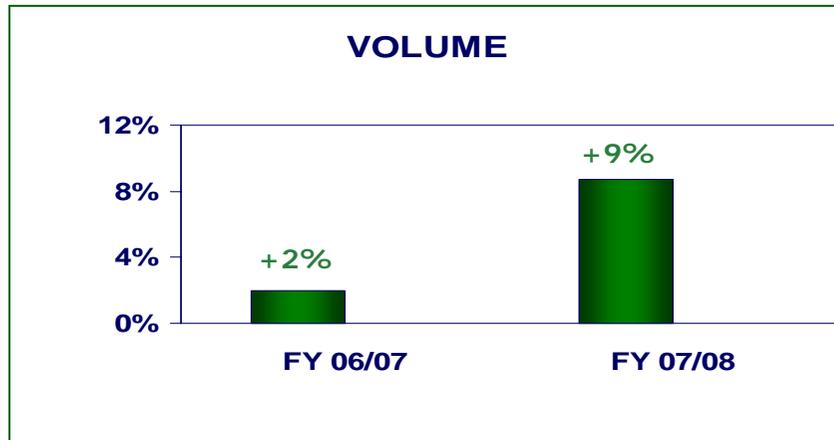
** PNB/Habitant $<$ 10 000 USD

Très forte croissance interne au 1er trimestre

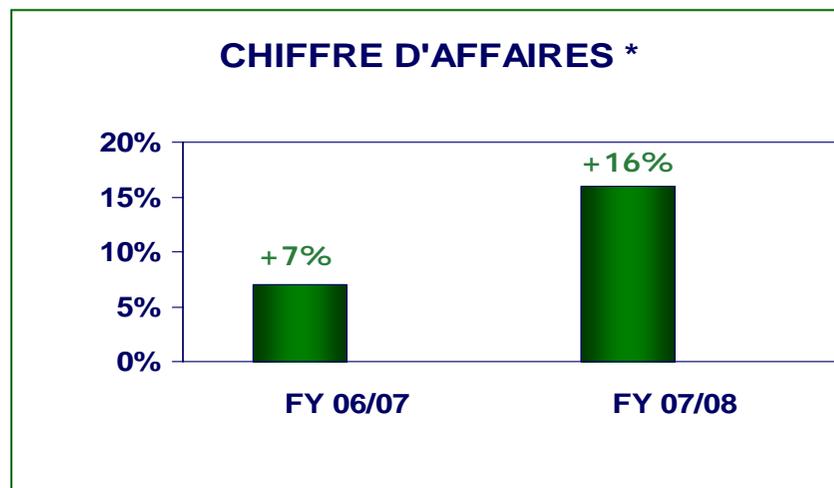


- ➔ Croissance interne : +11,6% (Spiritueux = +13,4%, Vins & ABV = +3,3%)
- ➔ L'essentiel de l'effet devises est lié à la baisse de l'USD et des devises liées
- ➔ Effet périmètre principalement lié à la cession de Rich & Rare (14,6 M€), à l'arrêt d'activité de co-packing pour Fortune Brands (8,3 M€) et au transfert de la distribution de Seagram's coolers & smooth (7,1 M€)
(Effet annuel estimé à environ (110) M€ sur le CA et (10) M€ sur le Résultat Opérationnel Courant)

Croissance accélérée du Top 15



Très fort dynamisme du Top 15 avec un effet de base de comparaison favorable vs FY 06/07



+ 7% de croissance entre volume et CA grâce à des effets mix et prix très positifs

*Croissance interne

- Poursuite d'une bonne orientation globale de nos marchés en dépit de la crise des « subprime », avec une forte croissance sur les pays émergents

- L'effet devises reste négatif, lié à la forte dévalorisation de l'USD vis-à-vis des monnaies européennes (taux moyen USD/€ à 1,37 au T1 2007/08 contre 1,27 au T1 2006/07)
 - Aux taux actuels, l'effet devises* négatif sur le résultat opérationnel courant peut être estimé à entre -60 M€ et -70 M€, pour l'ensemble de l'exercice

- Réduction de 50 pb des taux de la FED le 18 septembre et stabilité du taux de la BCE, mais tension sur les coûts des financements à taux variables (Taux Euribor 3 mois = 4,6% vs Taux BCE = 4%)

*En prenant pour hypothèse une stabilité du taux officiel du bolivar vénézuélien

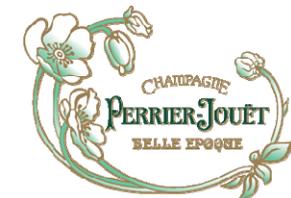
Revue du portefeuille



TOP 15



Volume : + 9%
Chiffre d'affaires : + 16%*



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +19% CA* +19%



→ Amériques:

- Etats-Unis : Depletions = +2% vs Nielsen = -0.5% (sur marché scotch 12 ans à -3,4%)
- Forte croissance au Mexique, au Canada et sur les marchés Duty Free
- Très forte progression des ventes en Amérique Centrale et du Sud avec la préparation des ventes de fin d'année

→ Asie : Stabilité globale de la marque et forte progression de Chivas 18 ans

→ Europe :

- Forte progression dans tous les pays significatifs : France, Grèce, Russie (indisponibilité de bandelettes fiscales au T1 2006/07) et Espagne (début des livraisons des promotions de fin d'année)
- Très forte croissance sur les marchés Duty Free, partiellement amplifiée par un effet de base de comparaison (T1 2006/07 impacté par les mesures de sécurité antiterroristes)

Lancement mondial de Chivas 25 ans à NY le 28 septembre

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +20% CA* +22%



→ Ballantine's Finest :

- Espagne : Très bon trimestre en expéditions sur un marché qui reste difficile
- La Pologne, l'Europe Centrale, la Russie, l'Amérique Latine et l'Afrique / Moyen Orient sont les principaux relais de croissance

→ Ballantine's Qualités Supérieures :

- Forte progression en Asie grâce principalement à la Chine, à Taiwan et au Duty Free
- Forte croissance également en Amérique Latine, en Afrique et au Moyen Orient sur des bases plus modestes

Ballantine's a pour la première fois de son histoire dépassé les 6 millions de caisses au cours des 12 derniers mois !

*Croissance interne



Volume +20% CA* +39%

→ Mise en œuvre de la concentration sur les qualités supérieures, ...

- Augmentation des prix et baisse des volumes sur Martell VS
- Croissance à deux chiffres du VSOP
- Développement encore beaucoup plus rapide des qualités supérieures au VSOP

... le CA global progresse deux fois plus vite que les volumes

→ Asie : Progression des volumes de +46%, uniquement fondée sur les qualités supérieures (Noblige, Cordon bleu, XO, ...)

→ Repli du VS aux Etats-Unis et faible progression au RU (hausse de prix)



Les stocks disponibles ne permettront pas de maintenir un tel niveau de croissance des volumes sur l'ensemble de l'exercice

Revue du portefeuille



Volume +18% CA* +22%

- Progression à deux chiffres sur toutes les régions
- Amélioration du mix, avec une progression plus rapide des qualités supérieures



Volume +18% CA* +24%

- Succès confirmé en Amérique du Nord et notamment aux Etats-Unis avec des depletions sur T1 à +23% (Nielsen +35%)
- Très forte progression à deux chiffres en Afrique du Sud sur la période (succès de la marque, amplifié par la vente à la hausse)
- Croissance à deux chiffres en Europe notamment grâce à l'Europe de l'Est et à la Russie



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume -3% CA* -1%

- Trimestre en baisse en France, suite à la mauvaise météorologie estivale mais bonne tenue de la Part de Marché, confirmée par les panels
- Bonne progression en Belgique et stabilité des ventes aux frontières



Volume +10% CA* +13%

- Forte progression en Asie grâce à Taiwan et au Duty Free
- Poursuite de la croissance aux Etats-Unis : depletions T1 = +8% (Nielsen +6%)
- Europe: Progression à deux chiffres sur des bases de comparaison favorables sur le Duty Free
- Très forte progression des qualités supérieures : 15 ans, 18 ans, Nadurra



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +9% CA* +13%

- Croissance des volumes accélérée par le lancement de Tropical Banana
- Impact positif des hausses de tarifs
- Etats-Unis : depletions T1 = +8% (Nielsen +16%)



Volume +0% CA* +5%

- Etats-Unis :
 - Situation encore difficile, depletions T1 = -10% (Nielsen = +2%)
 - Impact positif du lancement de Kahlua Hazelnut et Kahlua French Vanilla
- Bonne progression en Europe mais recul des expéditions vers le Japon



*Croissance interne

Revue du portefeuille

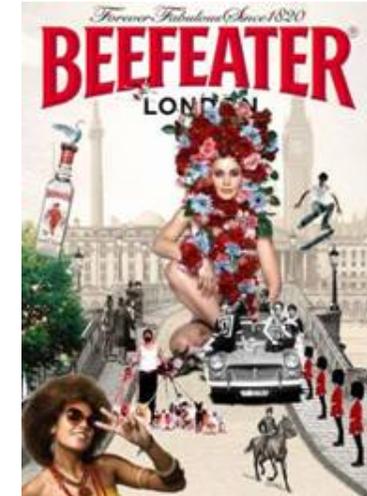
BEEFEATER
LONDON

Volume +4% CA* +7%

→ Europe :

- Espagne : Léger repli dans un marché difficile
- Forte progression sur la plupart des marchés : RU, Russie, Grèce, ...

→ Etats-Unis : Marché qui reste difficile, depletions T1 = -5% (Nielsen -4%)



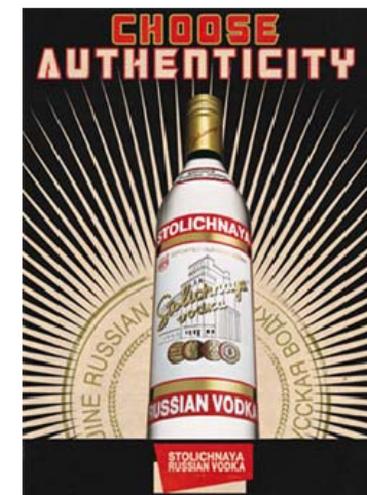
STOLICHNAYA
RUSSIAN VODKA

Volume +3% CA* +6%



→ Etats-Unis : Ralentissement de la croissance des volumes, liée aux augmentations de prix , depletions T1 = +1% (Nielsen +5%)

→ Très forte progression de Stolichnaya Elit (PVC ≈ 60 USD)



*Croissance interne

Revue du portefeuille

**JACOB'S CREEK®**

Volume +7% CA* +10%

- Succès de Jacob's Creek Reserve et succès du lancement de Jacob's Creek Three Wines
- Progression au RU et aux Etats-Unis : depletions T1 = +9% (Nielsen +6%)



**MONTANA**
NEW ZEALAND

Volume -11% CA* +0%

- Recul sur les deux principaux marchés:
 - RU : Baisse des volumes mais stabilité du CA grâce aux hausses de prix et à l'amélioration du mix (Montana Sparkling et Montana Reserve)
 - Nouvelle Zélande / Australie: Recul des ventes suite aux hausses de prix récentes
- Très forte progression aux Etats-Unis : depletions T1 = +24% (Nielsen > +40%)



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +12% CA* +19%

- Forte progression sur le marché français avec des gains de part de marché en Grande Distribution
- Impact positif des hausses de prix et du mix qualité (Rosé +51% en France)



Volume -5% CA* -6%

- Bonne progression aux États-Unis et en France
- Baisse des ventes de Belle Époque → Rebond attendu au T2
- Recul au RU lié à une stratégie de hausse de prix agressive et au Japon où nous avons repris la distribution à Suntory (base de comparaison défavorable)



*Croissance interne

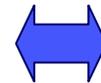
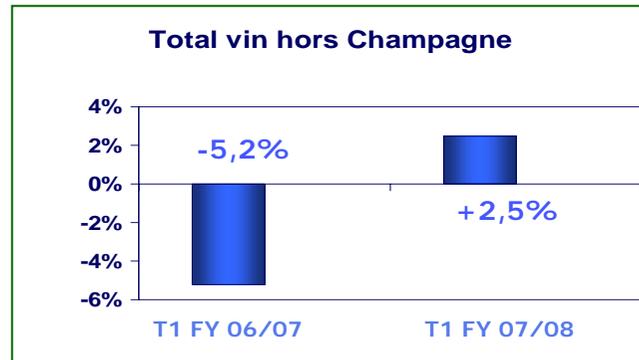
➔ Des marques locales en très forte progression ...

- Premium et Ultra Premium : Aberlour et Royal Salute
- Standard Premium : Ararat, Ruavieja, Suze, Olmeca, Becherovka, Something Special et Wyborowa
- Standard et « value » : Royal Stag, Passport

➔ ... mais aussi quelques situations difficiles

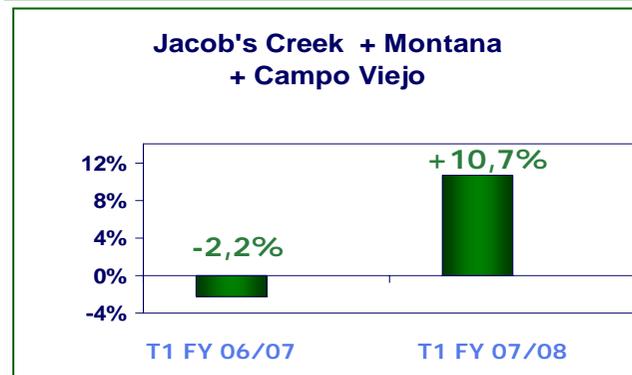
- 100 Pipers en Thaïlande
- Montilla au Brésil
- Hiram Walker Liqueurs aux USA

Activité vin hors champagne :

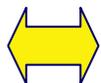
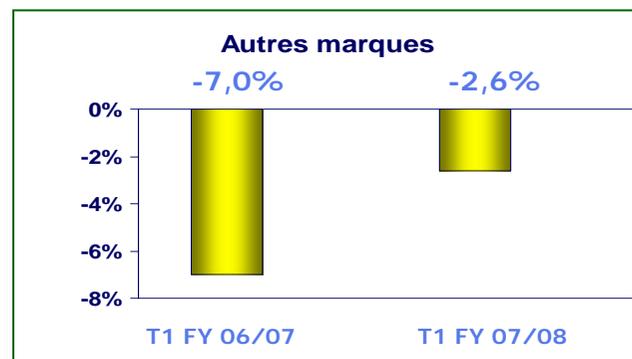


Croissance interne retrouvée
et poursuite de la stratégie valeur

Retour à la croissance de l'activité vin



Très bonne performance de notre portefeuille
de marques internationales (Jacob's Creek,
Montana, Campo Viejo)



La stratégie de premiumisation se poursuit
également sur les vins avec un désengagement
progressif sur les marques secondaires

Croissance sur les quatre régions

Asie – Reste du Monde

M€	T1 06/07	T1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	443	498	+13%	-1%	-

→ Asie : Vigoureuse croissance

- Martell et Ballantine's restent les deux principaux contributeurs à la croissance
- La Chine (CA + 30%*), l'Inde et le Duty Free sont les principaux marchés en progression
- Ralentissement observé sur la croissance de la catégorie whisky en Chine
- Sur des bases plus faibles, la plupart des autres marchés affichent également de fortes croissances à deux chiffres: Taiwan, Malaisie, Indonésie, Vietnam, ...
- La Thaïlande ralentit son déclin

→ Pacifique : Repli des ventes au T1, impacté par des hausses de prix en juillet et août

→ Afrique & Moyen Orient : Très forte croissance

- Sur Chivas, Jameson et Ballantine's, avec une base favorable au Moyen Orient

*Croissance interne

M€	T1 06/07	T1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	405	393	+11%	-6%	-8%

➔ **Amérique du Nord : Croissance interne +7,1%** (spiritueux +6,8%, vins +9,3%)

Etats-Unis : Poursuite de la croissance de l'activité

- Jameson, Malibu, The Glenlivet et Wild Turkey poursuivent leur développement rapide
- Jacob's Creek, Montana, Campo Viejo ainsi que Perrier Jouët et Mumm Napa continuent à croître fortement
- Chivas progresse légèrement
- Tandis que Martell et Mumm sont en recul suite aux hausses de tarifs et que Kahlua et Beefeater restent en repli

Canada et Mexique : Forte progression notamment sur Chivas

➔ **Amérique Centrale et du Sud : Très forte croissance interne +34%**

- Forte progression de Chivas, Ballantine's et Something Special

M€	T1 06/07	T1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	458	508	+12%	-	-1%

→ Forte accélération en Europe

- Les 15 marques stratégiques progressent fortement à +16%* avec :

- ✓ Dynamisme de l'activité et très forte croissance en Europe Centrale et en Europe de l'Est...
- ✓ ... Amplifié par des bases de comparaison favorables (bandelettes fiscales en Russie au FY 06/07, mesures de sécurité sur le Duty Free à l'été 2006)
- ✓ Lancement dès T1 07/08 des promotions de fin d'année (Chivas, Ballantine's)

- Progression également de Campo Viejo au RU, de Ruavieja en Espagne, d'Ararat et d'Olmecca en Russie et de Wyborowa en Pologne

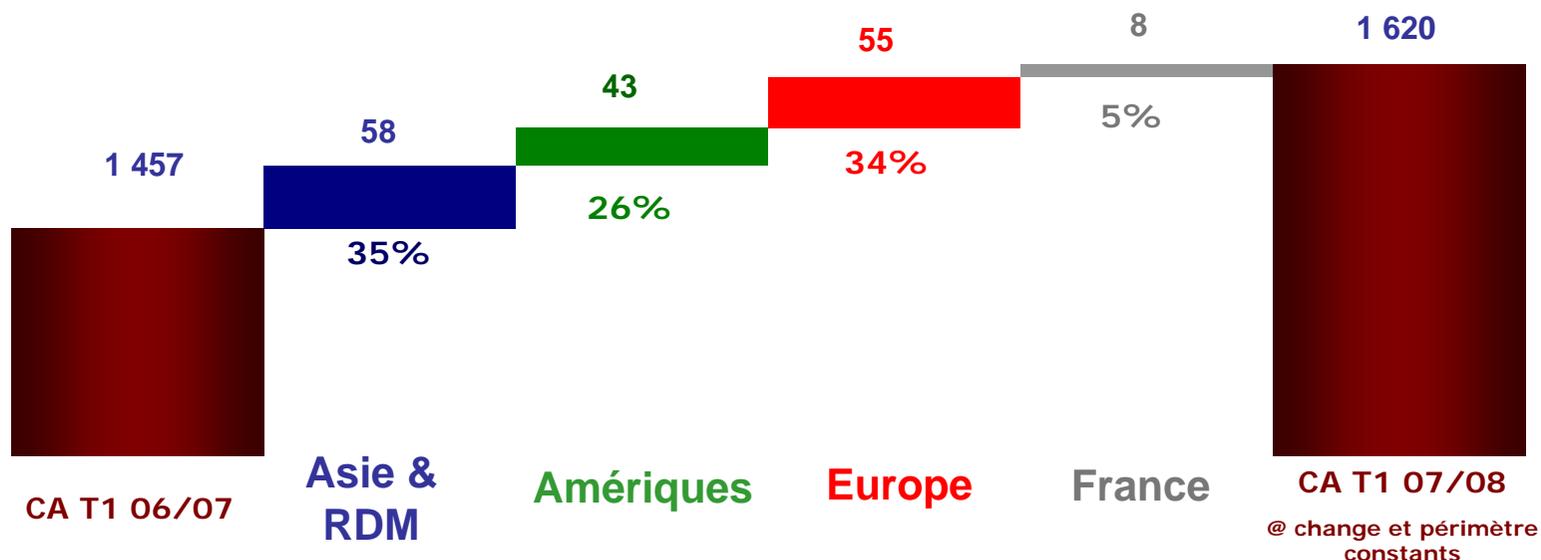
*Croissance interne

France

M€	T1 06/07	T1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	150	157	+5%	-	-

- Vive croissance sur la plupart des whiskies et notamment sur les marques premium (Chivas, Aberlour, The Glenlivet), accentuée par une forte activité promotionnelle
- Mumm : Forte progression qui bénéficie des hausses de prix de l'exercice précédent, d'un effet mix favorable (millésime et rosé) et de gains de parts de marché
- Ricard : Recul lié à une météorologie défavorable avec une nette reprise en septembre

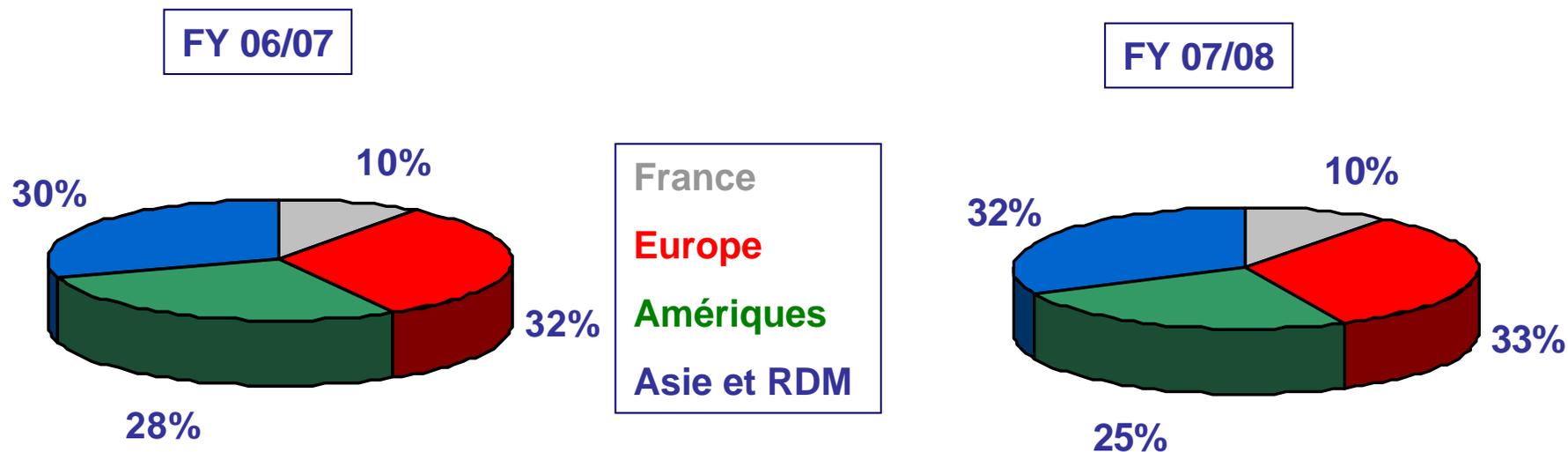
Contribution à la Croissance interne / Région



- Toutes les régions participent à la hausse* du Chiffre d'affaires de la période
- L'Asie & RDM et l'Europe sont les deux principaux contributeurs
- Près des 2/3 de la croissance* proviennent des marchés émergents, dont la croissance* atteint +41% en Europe, + 29% en Amériques et + 27% en Asie / RDM

*Croissance interne

Répartition par zone géographique



→ Poursuite d'une internationalisation réussie

⇒ 57 % du chiffre d'affaires réalisé sur les régions à forte croissance (Asie, Amériques)

⇒ Le dynamisme de l'Europe Centrale et de l'Est permet à la zone Europe d'accroître légèrement son poids sur la période

Évolution de la dette

D'importants investissements seront nécessaires cette année pour faire face à la forte croissance de l'activité

- 
- Augmentation des stocks d'alcools bruns, de vins et de champagne : Martell (Poursuite du plan d'achat d'eaux-de-vie lancé en 2007), Chivas, Ballantine's, Jameson, Perrier Jouët, Montana, ...
 - Accroissement des capacités de production et de stockage (Martell, Whiskies, Champagne)

La réduction de la dette, après paiement du dividende, devrait être limitée sur l'exercice 2007/08

- La performance du premier trimestre est excellente et illustre à nouveau la réussite de notre stratégie de premiumisation et de développement dans les pays émergents
- Ces très bons résultats permettent de confirmer, dans les conditions actuelles de marché et à données comparables*, un objectif de forte croissance de l'activité et du résultat opérationnel courant de Pernod Ricard pour l'exercice 2007/08



Un objectif chiffré de croissance interne du résultat opérationnel courant sera communiqué lors de l'Assemblée Générale du 7 novembre



Annexes

Chiffre d'affaires 1er trimestre 2007/08

MEUR	T1 06/07		T1 07/08		Total variation		Dont Croissance Interne		effet périmètre		effet devise	
Vins & Spiritueux France	150	10%	157	10%	7	5%	8	5%	(0)	0%	0	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	458	32%	508	33%	50	11%	55	12%	(5)	-1%	(1)	0%
Vins & Spiritueux Amériques	405	28%	393	25%	(13)	-3%	43	11%	(31)	-8%	(25)	-6%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	443	30%	498	32%	55	12%	58	13%	0	0%	(3)	-1%
Vins & Spiritueux Monde	1 457	100%	1 557	100%	100	7%	164	12%	(36)	-2%	(28)	-2%

Détail de l'effet périmètre

	M€
Transfert distribution Seagram Coolers & Smooth USA	(7,1)
Arrêt Copacking Fortune Brands	(8,3)
Cession LDI USA	(4,7)
Cession Rich & Rare	(14,6)
Autres	(0,8)
Total effet périmètre	(35,5)

Volume et croissance interne des marques stratégiques

	Croissance Volume	Croissance interne Chiffre d'Affaires
Chivas Regal	19%	19%
Ballantine's	20%	22%
Ricard	-3%	-1%
Martell	20%	39%
Malibu	9%	13%
Kahlua	0%	5%
Jameson	18%	24%
Beefeater	4%	7%
Stolichnaya	3%	6%
Havana Club	18%	22%
The Glenlivet	10%	13%
Jacob's Creek	7%	10%
Mumm	12%	19%
Perrier Jouët	-5%	-6%
Montana	-11%	0%
15 marques stratégiques	9%	16%

Détail de l'effet devises

		effet devise (M€)	% de l'effet devise
Dollar américain	USD	(21,8)	77,4%
Bolivar vénézuélien	VEB	(1,7)	6,0%
Peso mexicain	MXN	(2,7)	9,4%
Won coréen	KRW	(3,8)	13,5%
Yen japonais	JPY	(2,0)	7,1%
Yuan chinois	CNY	(2,0)	7,2%
Dollar néo-zélandais	NZD	2,3	-8,2%
Dollar australien	AUD	2,0	-7,2%
Baht thaïlandais	THB	3,4	-12,2%
Roupie indienne	INR	2,5	-9,0%
Autres devises		(4,5)	15,9%
Total		(28,2)	100%