

Chiffre d'affaires 1er semestre 2007/08



24 janvier 2008

Remarquable dynamisme de l'activité
croissance interne : +10,1 %

Hausse de l'objectif de croissance sur
l'ensemble de l'exercice

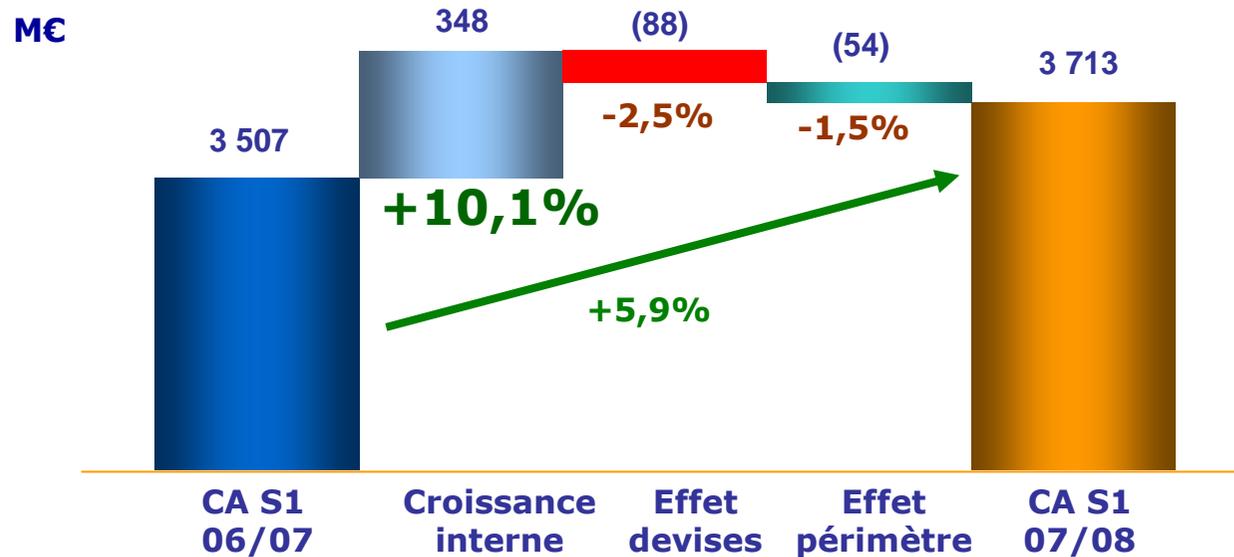
Plan de la présentation

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

- Chiffre d'affaires 1er semestre : +5,9%, soit +10,1% de croissance interne
- Accélération dans les pays émergents** : +25%*
- Accélération pour les spiritueux premium*** : +17%*
- Croissance vigoureuse des marques clés avec un effet mix et hausses de prix qui se renforce

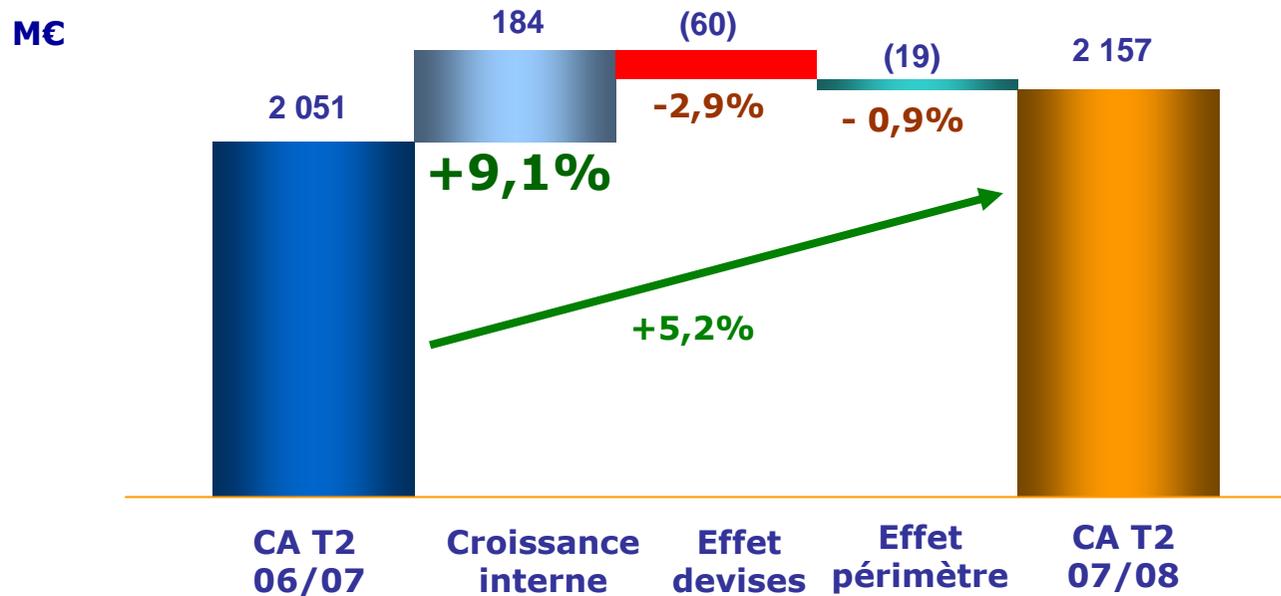
Top 15 : Volume +7%, Valeur +13%*

Dynamisme de l'activité au S I



- Croissance interne : +10,1% (Spiritueux = +11,1%, Vins = +5,9%)
- Effet périmètre : Cession Rich & Rare (15 M€), arrêt co-packing pour Fortune Brands (13 M€) et transfert distribution Seagram's coolers & smooth (10 M€)
(Effet annuel confirmé à environ (110) M€ sur le CA et (10) M€ sur le Résultat Opérationnel Courant)
- Effet devises essentiellement lié à la baisse du Dollar US
(Aux taux actuels, l'effet devises négatif sur le résultat opérationnel courant peut être estimé entre (80) M€ et (90) M€, pour l'ensemble de l'exercice)

Maintien d'une forte croissance interne au T2



- Croissance interne de +9,1% (Spiritueux = +9,5%, Vins = +7,6%)
- Effet périmètre négatif limité sur T2
- L'effet devises s'accroît avec la poursuite de la dépréciation du dollar US

La part des hausses tarifaires, correspondant aux variations des cours du marché parallèle au Venezuela, a été exclue de la croissance interne, et considérée en effet devises, à hauteur de 12,7 M € (Sans ce reclassement, la croissance interne aurait été de 10,5% au S1 et de 9,7% au T2)

Zoom sur le 2ème trimestre

- Forte progression, homogène sur les deux trimestres
- Les pays émergents d'Asie, d'Europe de l'Est et d'Amérique Latine, qui représentent maintenant près de 30% de notre activité, poursuivent leur très rapide expansion au T2

Revue du portefeuille



TOP 15



Volume : + 7 %
Chiffre d'affaires : + 13 %*

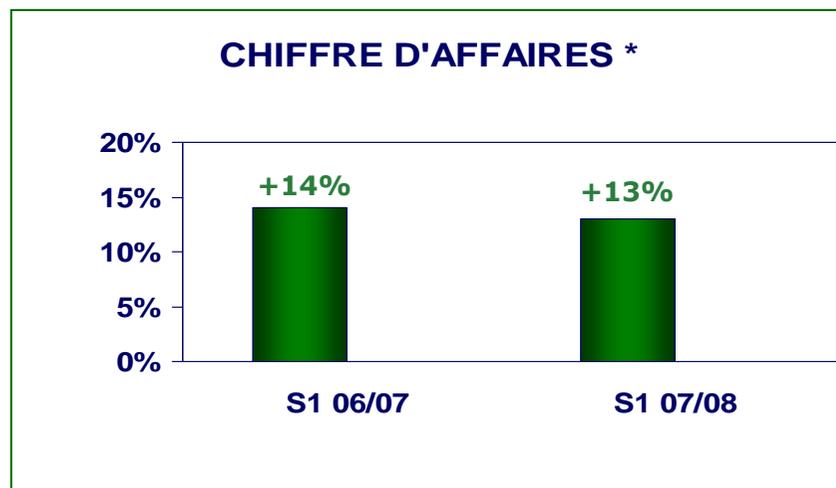


*Croissance interne

Croissance du Top 15 : 07/08 vs 06/07



Très fort dynamisme du Top 15
Effet de base de comparaison
favorable au FY 06/07



+ 6% de croissance entre volume et CA
grâce à l'accroissement des effets
positifs du mix et des hausses de prix

***Le CA de chacune des marques du Top 15
progresses plus vite que les volumes au S1 07/08***

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +13% CA* +16%



- **Asie** : Accélération de la croissance au T2, avec une forte progression en Corée du Sud, en Thaïlande, au Vietnam, dans le Golfe Persique et sur le Duty Free et une stabilisation en Chine
- **Europe** :
 - Très forte progression sur l'ensemble du semestre en Europe Occidentale : France, Grèce et Espagne croissent vigoureusement
 - L'Europe de l'Est : Russie, Pologne, Roumanie,... connaissent un développement spectaculaire
- **Amériques**:
 - Etats-Unis : Depletions S1 = -7% vs Nielsen = -8% (sur marché scotch 12 ans à -3%)
 - Forte croissance au Mexique, en Amérique Centrale et du Sud et sur les marchés Duty Free

Chivas 18 et 25 ans progressent de + 50% vs + 11% pour Chivas 12 ans

*Croissance interne



Volume +8% CA* +12%



→ Ballantine's Finest :

- Bonne tenue des marchés traditionnels en Europe Occidentale :
 - ⇒ Hausse des expéditions en Espagne où Ballantine's gagne des parts de marché dans une catégorie qui reste en recul
 - ⇒ France : +5 % avec une forte progression au T2
- Rapide expansion dans de nombreux pays d'Europe Centrale et de l'Est : Russie, Pologne, Roumanie, Lituanie, Bulgarie, République Tchèque, ...
- Confirmation du potentiel en Amérique Latine

→ Ballantine's Qualités Supérieures : + 15%

- Forte progression en Asie grâce principalement à la Chine, à la Corée du Sud, à Taiwan et au Duty Free
- Les plus fortes progressions sont sur le 12 ans (+25%) et sur le 30 ans (+ 21%)

*Croissance interne



Volume +6% CA* +27%

Mise en œuvre de la Stratégie valeur



→ Concentration sur les **qualités supérieures : volume + 27%**

- Rapide développement des qualités supérieures en Asie principalement : Chine, Malaisie, Singapour, Taiwan, Vietnam, ...
- Les qualités les plus premium affichent les plus remarquables croissances : Noblige (+90%), Cordon Bleu (+ 32%), XO (+42%)

→ **Martell VS : volume -19%**

- Forte augmentation des prix et baisse des volumes notamment aux USA et au RU, conformément à la stratégie annoncée

Revue du portefeuille



Volume +14% CA* +16%

- Croissance à deux chiffres sur toutes les régions
- La France, la Grèce, la République Tchèque, la Russie, le Canada et le Chili ont connu de très fortes croissances



Volume +16% CA* +23%

- Poursuite du remarquable développement aux Etats-Unis avec des depletions sur S1 à +23% (Nielsen +32%)
- Forte progression à deux chiffres en Afrique du Sud sur la période
- Croissance à deux chiffres en Europe notamment grâce à un très bon T2 en Irlande, en Europe de l'Est, en Russie et sur le Duty Free



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +2% CA* +3%

- Forte reprise au T2 en France et progression de la part de marché
- Bonne tenue sur l'ensemble des autres marchés européens



Volume +15% CA* +18%

- Poursuite du dynamisme aux Etats-Unis : depletions S1 = +5% (Nielsen +1% et NABCA +4%)
- Très forte progression en Asie grâce à Taiwan et au Duty Free
- Europe : Progression à deux chiffres grâce au RU, à la France, à l'Allemagne et au Duty Free



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +6% CA* +13%

- Croissance dans toutes les régions, accentuée par le développement des flavours
- Progression en Europe : RU, France, Espagne, Belgique et Duty Free
- Dynamisme aux Etats-Unis : depletions S1 = +4% (Nielsen +13% et NABCA + 9%)



Volume -3% CA* -1%

- Etats-Unis :
 - Situation encore difficile, depletions S1 = -6% (Nielsen = -2%)
 - Lancement au T2 de la nouvelle plateforme marketing « Dare to be curious »
- Progression en Europe, en Australie et au Canada mais recul des expéditions vers le Japon



*Croissance interne

Revue du portefeuille

BEEFEATER
LONDON

Volume +2% CA* +4%

→ Europe :

- Espagne : Stabilité des volumes sur une catégorie en repli
- Forte progression sur la plupart des marchés : RU, Russie, Grèce, ...

→ Etats-Unis : Marché qui reste difficile, depletions S1 = -5% (Nielsen -4%)



STOLICHNAYA
RUSSIAN VODKA

Volume +7% CA* +11%



- Etats-Unis : Poursuite de la croissance des volumes, en dépit des augmentations de prix, depletions S1 = +1% (Nielsen +4%)
- Progression à deux chiffres en Europe et en Asie
- Doublement des volumes de Stolichnaya Elit



*Croissance interne

Revue du portefeuille

**JACOB'S CREEK®**

Volume +9% CA* +10%

La marque renoue avec un fort dynamisme et poursuit sa stratégie de premiumisation

- Accélération au T2 (+10%) et progression de 17% des qualités supérieures sur l'ensemble du premier semestre
- Etats-Unis : stabilité des depletions (Nielsen +5%) avec une amélioration du mix



**MONTANA**
NEW ZEALAND

Volume -5% CA* +6%

- Recul sur les deux principaux marchés suite à des hausses de prix importantes
- RU : Rebond au T2 et impacts positifs du mix et des hausses de prix
- Très forte progression aux Etats-Unis : depletions S1 = +19% (Nielsen +31%)



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +11% CA* +17%

- Forte progression sur le marché français avec des gains de part de marché en Grande Distribution et dans le on-trade
- Impact positif des hausses de prix et du mix qualité (Rosé +109% en France)



Volume +2% CA* +7%

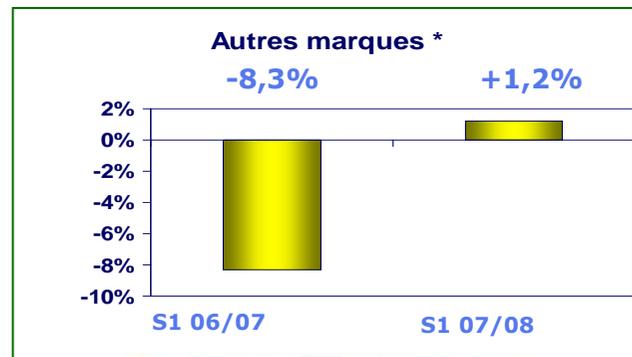
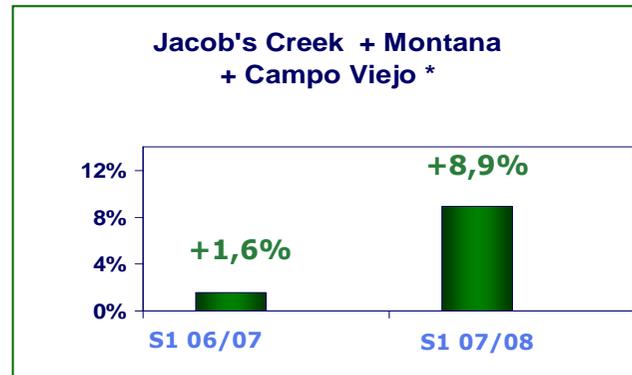
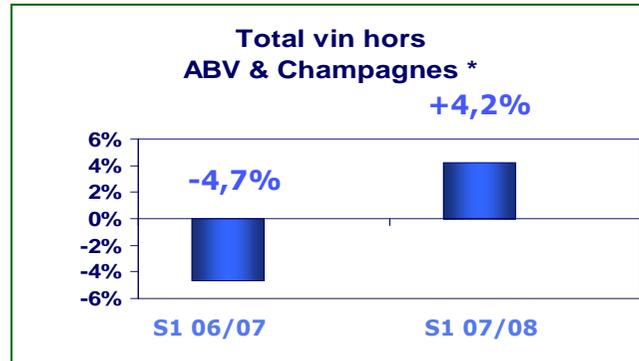
- Bonne progression aux États-Unis et en France confirmée sur T2
- Recul au RU lié à une stratégie de hausse de prix agressive et au Japon où nous avons repris la distribution à Suntory (base de comparaison défavorable)



*Croissance interne

- ➔ Royal Salute en Asie, et Olmeca et Ararat en Europe de l'Est, ont connu de belles progressions, développant ainsi la part des marques premium dans ces régions
- ➔ Something Special au Venezuela et Wyborowa en Pologne se sont également fortement développées
- ➔ Royal Stag reste un puissant relais de croissance en Inde
- ➔ 100 Pipers en Thaïlande et Presidente et Don Pedro au Mexique ont en revanche été en déclin sur le semestre

Activité vin hors ABV et Champagnes :



Accélération de la croissance 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)

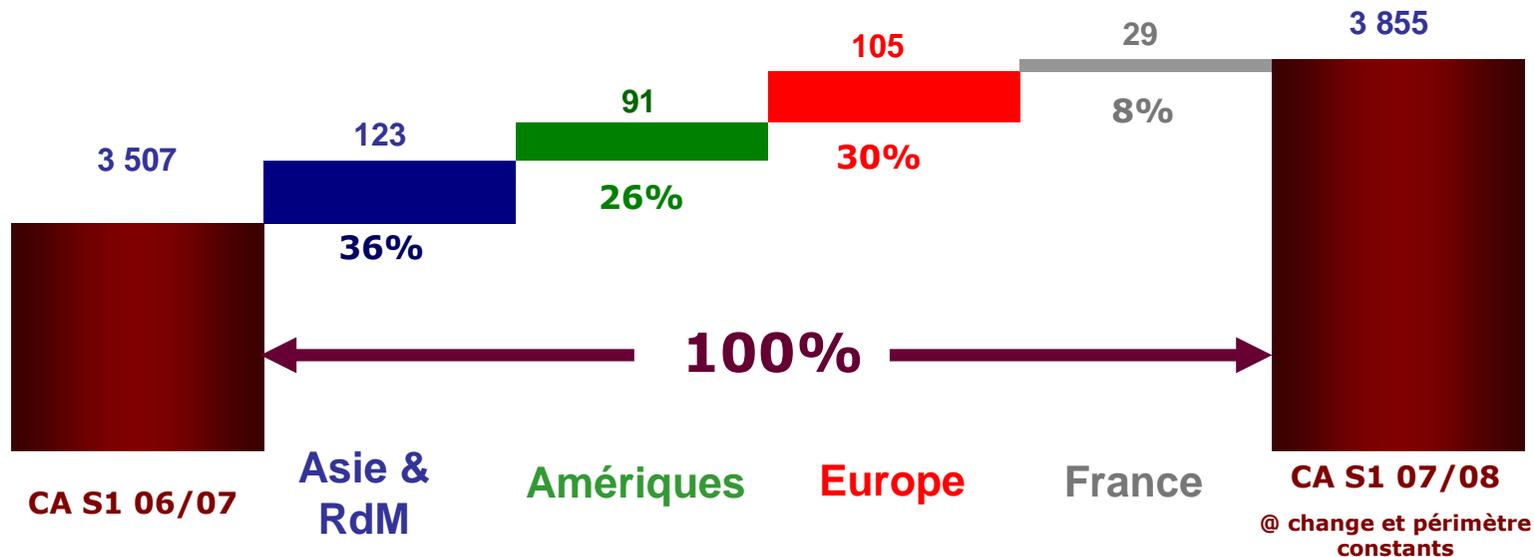


La stratégie de premiumisation se poursuit
également sur les vins avec une stabilité des
marques secondaires

*Croissance interne

Forte croissance sur les quatre régions

Contribution à la Croissance interne / Région



- Toutes les régions participent à la croissance interne du Chiffre d'affaires
- Les marchés émergents sont à l'origine de près des 2/3 de la croissance interne, avec +39%* en Europe, + 18%* en Amériques et + 24%* en Asie / RdM

*Croissance interne

Asie – Reste du Monde

M€	S1 06/07	S1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	980	1 085	+13%	-2%	-

➔ Martell, Ballantine's et Chivas génèrent 2/3 de la croissance Asie - RdM

➔ Asie : Vigoureuse croissance, stable à +14%*

- La Chine (CA + 31%*), l'Inde (CA + 49%*) génèrent également 2/3 de la croissance Asie – RdM, et sont respectivement les premier et deuxième pays contributeurs à la croissance interne du Groupe
- Chine : Selon nos dernières estimations, la catégorie whisky est en légère croissance et Pernod Ricard maintient sa part de marché ; la catégorie cognac accélère
- Les autres marchés dynamiques sont : Duty Free, Taiwan, Malaisie, Indonésie, Vietnam, Singapour, ...
- La Thaïlande ralentit son déclin

➔ Pacifique : Stabilité des ventes au S1, grâce à un rebond au T2

➔ Afrique & Moyen Orient : Très forte croissance confirmée

- Sur Chivas, Jameson et Ballantine's
- Mais aussi sur Stolichnaya, Malibu et Kahlua, sur des bases plus faibles

*Croissance interne

Amériques

M€	S1 06/07	S1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	984	970	+10%	-6%	-5%

➔ Amérique du Nord : Croissance interne +5% (spiritueux +5%, vins +7%)

Etats-Unis : Croissance de l'activité homogène entre T1 et T2

- Les marques dynamiques poursuivent leur croissance vigoureuse :
 - ✓ Spiritueux : Jameson, The Glenlivet, Malibu, Stolichnaya, Wild Turkey
 - ✓ Vins : Montana, Perrier Jouët, Mumm Napa, Campo Viejo
- Cependant certaines marques ont connu un premier semestre plus difficile :
 - ✓ Kahlua, Chivas, Beefeater sont en repli sur la période

Canada : Très bon semestre, particulièrement sur le Top 15

Mexique : Bonne progression des marques internationales mais recul des brandies mexicains

➔ Amérique Centrale et du Sud : Très forte croissance interne +29%

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

Europe

M€	S1 06/07	S1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 175	1 262	+9%	-1%	-1%

→ Excellent semestre en Europe, confirmé par un très bon T2

→ L'Europe de l'Est et l'Europe Centrale : +39%*

- Génèrent plus de 60% de la croissance de l'Europe, augmentant ainsi leur poids dans la région
- La Russie, la Pologne, l'Ukraine et la Roumanie sont les principaux contributeurs à ce développement spectaculaire.
- La Russie (CA +51%*) est le troisième pays contributeur à la croissance interne du Groupe au S1

→ Europe Occidentale

- Les grands marchés d'Europe Occidentale (Espagne, RU, Irlande, Grèce) ont connu de bonnes progressions, l'Italie étant le principal marché en repli

*Croissance interne

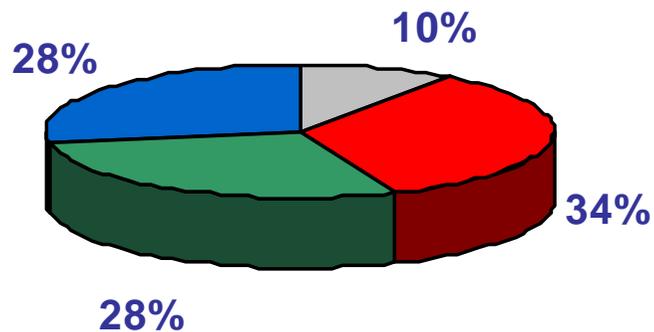
France

M€	S1 06/07	S1 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	368	396	+8%	-	-

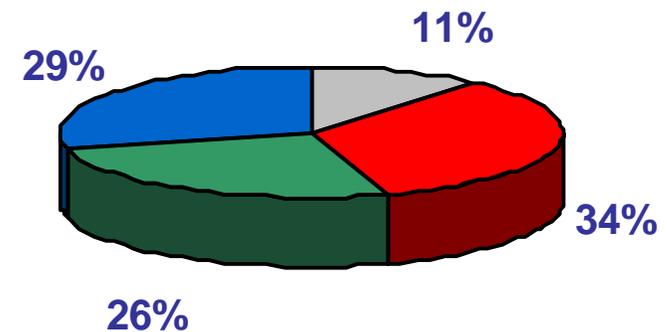
- Très bon semestre en France avec un remarquable T2
- Excellente performance de nos principales marques de whiskies : Chivas, Ballantine's, Jameson, Aberlour, The Glenlivet et Clan Campbell, sur des marchés bien orientés
- Mumm : Très forte progression (gains de part de marché, hausses de prix de l'exercice précédent, effet mix favorable) mais les volumes du S2 seront pénalisés par les quantités disponibles en stock
- Ricard : Nette reprise sur T2 et gains de part de marché sur la période

Répartition du CA par zone géographique

S1 06/07



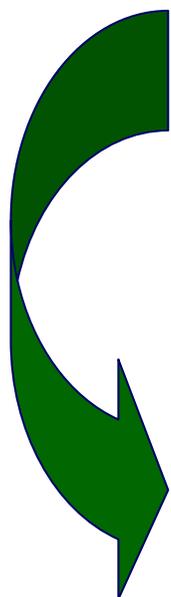
S1 07/08



→ Poursuite d'une internationalisation réussie

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

⇒ La faiblesse de l'USD et l'effet périmètre pénalisent la zone Amérique qui voit sa part diminuer en dépit d'une croissance interne identique à la moyenne du Groupe



- Excellent premier semestre
- Perspectives très positives pour le S2, notamment sur les marques premium et les pays émergents, même si la base de comparaison sera défavorable au T3

Révision à la hausse des objectifs
de croissance pour l'exercice 2007/08

Nous visons à présent une croissance à données comparables*,
du résultat opérationnel courant située autour de +12%,
contre environ + 10% précédemment

*Change et périmètre



Annexes

Volume et croissance interne des marques stratégiques

S1 2007/08	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires
Chivas Regal	13%	16%
Ballantine's	8%	12%
Ricard	2%	3%
Martell	6%	27%
Malibu	6%	13%
Kahlua	-3%	-1%
Jameson	16%	23%
Beefeater	2%	4%
Stolichnaya	7%	11%
Havana Club	14%	16%
The Glenlivet	15%	18%
Jacob's Creek	9%	10%
Mumm	11%	17%
Perrier Jouët	2%	7%
Montana	-5%	6%
15 Marques Stratégiques	7%	13%

Chiffre d'affaires 1er semestre 2007/08

MEUR	S1 2006/07		S1 2007/08		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	368	10%	396	11%	28	8%	29	8%	(0)	0%	0	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	1 175	34%	1 262	34%	87	7%	105	9%	(9)	-1%	(9)	-1%
Vins & Spiritueux Amériques	984	28%	970	26%	(14)	-1%	91	10%	(45)	-5%	(61)	-6%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	980	28%	1 085	29%	105	11%	123	13%	0	0%	(18)	-2%
Vins & Spiritueux Monde	3 507	100%	3 713	100%	206	6%	348	10%	(54)	-2%	(88)	-3%

MEUR	T2 2006/07		T2 2007/08		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	218	11%	239	11%	21	10%	21	10%	(0)	0%	0	0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	716	35%	753	35%	37	5%	49	7%	(4)	-1%	(8)	-1%
Vins & Spiritueux Amériques	579	28%	578	27%	(2)	0%	49	9%	(14)	-2%	(36)	-6%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	537	26%	586	27%	50	9%	65	12%	0	0%	(15)	-3%
Vins & Spiritueux Monde	2 051	100%	2 157	100%	106	5%	184	9%	(19)	-1%	(60)	-3%

Détail de l'effet devises

		Effet devises (M€)	% de l'effet devises
Dollar américain	USD	(63.7)	72.5%
Won coréen	KRW	(12.5)	14.2%
Peso mexicain	MXN	(8.9)	10.1%
Yuan chinois	CNY	(7.5)	8.5%
Livre Sterling	GBP	(6.7)	7.7%
Yen japonais	JPY	(3.8)	4.3%
Peso argentin	ARS	(3.5)	4.0%
Baht thaïlandais	THB	7.5	-8.5%
Bolivar vénézuélien	VEB	4.4	-5.0%
Dollar australien	AUD	4.4	-5.0%
Real Brésilien	BRL	4.3	-4.9%
Roupie indienne	INR	3.9	-4.4%
Dollar néo-zélandais	NZD	3.5	-4.0%
Autres devises		(9.4)	
Total		(87.9)	100%

Détail de l'effet périmètre

	M€
Transfert distribution Seagram Coolers & Smooth USA	(10.2)
Arrêt Copacking Fortune Brands	(12.7)
Cession LDI USA	(13.2)
Cession Rich & Rare	(15.5)
Autres	(2.5)
Total effet périmètre	(54.0)