

Chiffre d'affaires 9 mois 2007/08



30 avril 2008

Très fort dynamisme de l'activité
Chiffre d'affaires 9 mois : 5 091 M€
Croissance interne : +9,3 %

Poursuite d'une croissance
soutenue au troisième trimestre

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

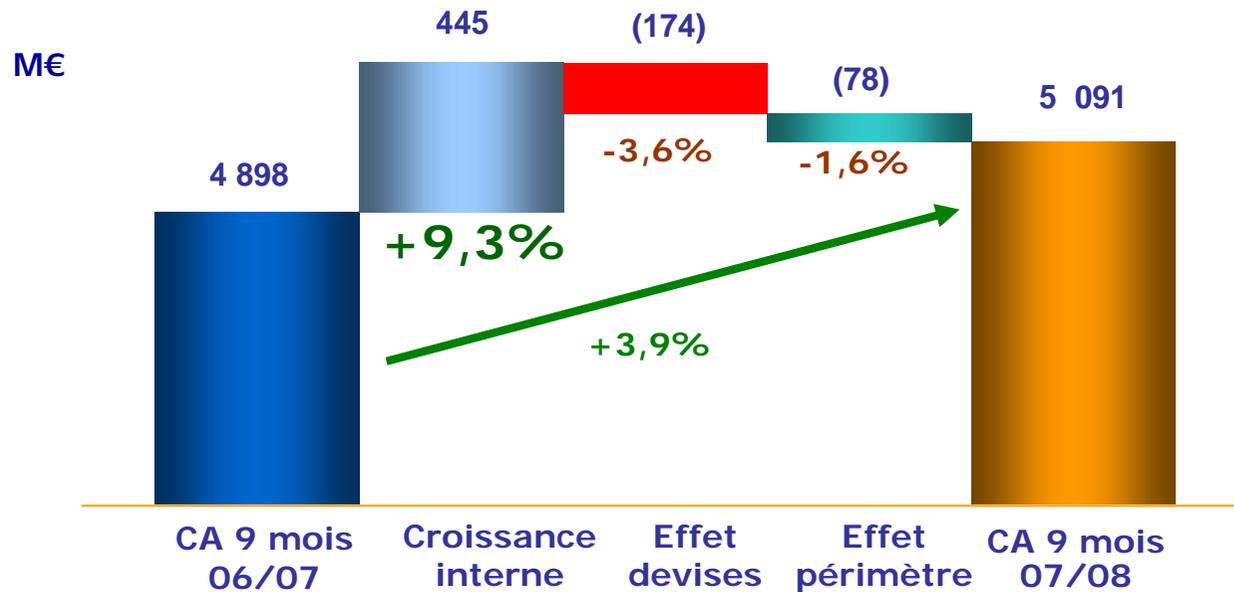
Chiffres clés au 31 mars 2008

- Chiffre d'affaires 9 mois : 5 091 M€ en hausse de +3,9%, soit +9,3% de croissance interne
- Croissance vigoureuse des marques clés avec un effet mix et hausses de prix qui se renforce

Top 15 : Volume +6%, Valeur +12%*

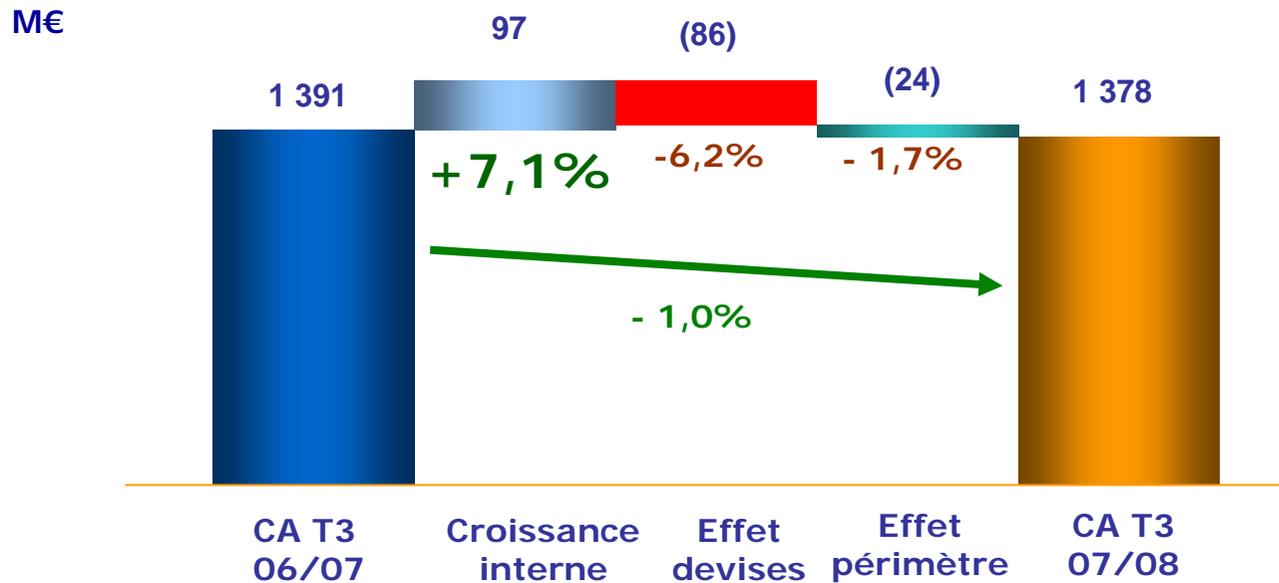
- Les pays émergents** (+22%*) et les spiritueux premium*** (+14%*) restent les principaux moteurs de la croissance

Dynamisme de l'activité au 31 mars 2008



- Croissance interne : +9,3% (Spiritueux = +9,8%, Vins = +6,6%)
- Effet périmètre : cession LDI (23 M€), Cession Rich & Rare (16 M€), arrêt co-packing pour Fortune Brands (16 M€), transfert distribution Seagram's coolers & smooth (15 M€), ...
(Effet annuel confirmé à environ (100) M€ sur le CA et (10) M€ sur le Résultat Opérationnel Courant)
- Effet devises principalement lié à la baisse de l'USD, du KRW, de la GBP et du CNY

Poursuite d'une croissance interne soutenue au T3



- Croissance interne de +7,1% (Spiritueux = +6,8%, Vins = +8,9%) sur une base de comparaison élevée
- Effet périmètre négatif sur T3 et en ligne avec notre estimation annuelle
- L'effet devises s'accroît avec l'accélération de la baisse par rapport à l'euro, du dollar US et des devises liées, du won coréen et de la livre sterling

- ➔ Pernod Ricard annonce l'acquisition de Vin & Sprit le 31 mars 2008
- ➔ Poursuite d'une croissance soutenue au T3 :
 - Les pays émergents qui représentent maintenant près de 30% de notre activité, poursuivent leur très rapide expansion au T3
 - Poursuite de la croissance aux USA dans un contexte de durcissement de l'environnement, grâce au dynamisme de nos marques premium
 - Bonne progression sur les autres marchés malgré une base de comparaison globalement défavorable

- ➔ Chiffre d'affaires : la forte dépréciation des principales devises étrangères par rapport à l'euro sur T3 (USD, GBP, KRW, ...) entraîne une détérioration du taux moyen de ces devises sur 9 mois et nous amène à enregistrer un effet devises négatif global cumulé de 174 M€ à fin mars 2008, dont 86 M€ sur T3

- ➔ Aux taux actuels, l'effet devises négatif sur le résultat opérationnel courant peut être estimé entre (100) M€ et (110) M€, pour l'ensemble de l'exercice
 - Depuis le 28 février, les nouvelles dépréciations de l'USD et des devises liées et de certaines devises asiatiques (won coréen, baht thaïlandais) ont pesé plus fortement sur notre ROC

 - Ceci n'a été que partiellement compensé par la dépréciation de la GBP qui diminue nos coûts

Plan de la présentation

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

Revue du portefeuille



TOP 15

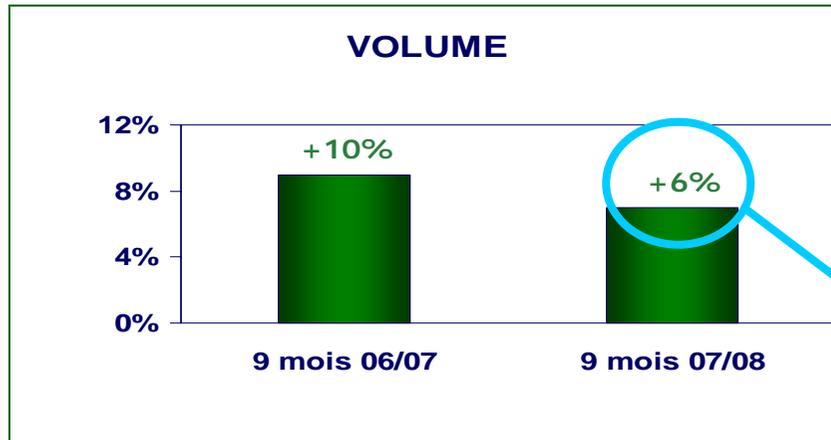


Volume 9 mois : + 6 %
Chiffre d'affaires 9 mois : + 12 %*

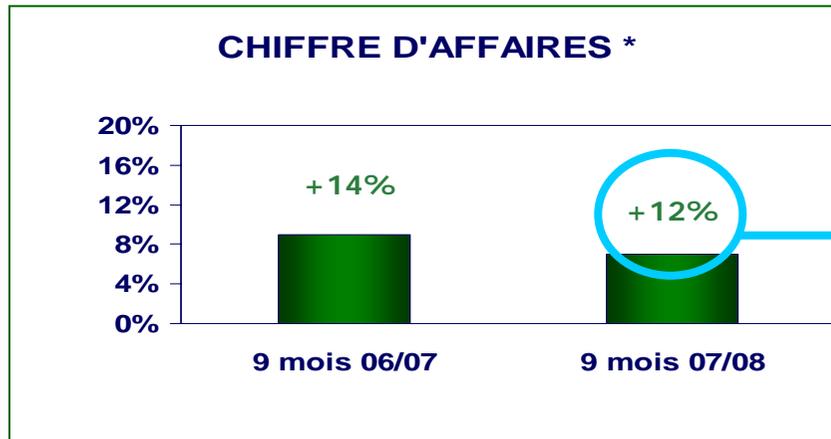


*Croissance interne

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 et défavorable au FY 07/08



Croissance en valeur deux fois
supérieure à celle des volumes

Effet mix et hausses de prix très favorable pour l'ensemble de nos marques stratégiques

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +9% CA* +11%

Chivas 18 et 25 ans progressent de +44% vs +8% pour Chivas 12 ans



→ Asie :

- Progression grâce notamment à la Thaïlande, au Duty Free, au Vietnam et au Golfe Persique
- Baisse des expéditions en Chine, liée à l'introduction du nouveau packaging en 06/07 (rebond anticipé au T4)

→ Europe :

- Forte progression en Europe Occidentale : croissance à deux chiffres en France, Espagne, Belgique et au RU
- Développement spectaculaire en Europe de l'Est : Russie, Pologne, Roumanie,...

→ Amériques :

- Etats-Unis : depletions 9 mois = -7% vs Nielsen = -8% (marché scotch 12 ans à -2%)
- Forte croissance confirmée : Mexique, Amérique Centrale et du Sud et marchés Duty Free

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +9% CA* +12%



→ Ballantine's Finest :

- Europe Occidentale :
 - ⇒ Hausse sur les deux principaux marchés, la France et l'Espagne
 - ⇒ Bonne tenue du Duty Free grâce à une forte reprise au T3
- Rapide expansion dans de nombreux pays d'Europe Centrale et de l'Est : Russie, Pologne, Roumanie, Lituanie, Bulgarie, République Tchèque, ...
- Poursuite de la très forte croissance en Amérique Latine

→ Ballantine's Qualités Supérieures : volume +14%

- Forte progression en Asie grâce principalement à la Chine, à la Corée du Sud et à Taiwan
- Confirmation de l'amélioration globale du « mix qualité » de la marque

Revue du portefeuille



Volume +14% CA* +20%

- Poursuite du remarquable développement aux Etats-Unis avec des depletions sur 9 mois à +23% (Nielsen +30%, NABCA +16%)
- Forte progression à deux chiffres maintenue sur la période en Afrique du Sud
- Confirmation de la croissance à deux chiffres en Europe notamment grâce à l'Irlande, l'Europe de l'Est, le RU et le Duty Free



Volume +12% CA* +14%

- Poursuite du dynamisme aux Etats-Unis : depletions 9 mois = +4% (Nielsen +4%, NABCA +2%)
- Très forte progression confirmée en Asie grâce à Taiwan et au Duty Free
- Europe : Progression à deux chiffres, accélérée grâce au RU, à la France, à l'Allemagne et au Duty Free



*Croissance interne



Volume +5% CA* +24%

Mise en œuvre de la Stratégie valeur



→ Concentration sur les qualités supérieures : volume + 21%

- Rapide développement des qualités supérieures en Asie principalement : Chine, Malaisie, Singapour, Taiwan, Vietnam, ...
- Les qualités les plus premium affichent les croissances les plus remarquables : Noblige (+81%), Cordon Bleu (+ 20%), XO (+25%)

→ Martell VS : volume -18%

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

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume -1% CA* +0%

- France : stabilité de la marque dans un marché en légère baisse
- Stabilité également sur l'ensemble des autres marchés européens



Volume +14% CA* +16%

- Poursuite d'une croissance à deux chiffres sur toutes les régions
- En Europe, la France, la Grèce, le RU, la Belgique, l'Autriche, la République Tchèque et la Russie confirment leurs très fortes progressions
- Développement très rapide au Canada et au Chili (taux de croissance supérieurs à 50%)
- Poursuite de la croissance à Cuba



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +6% CA* +12%

- Progression en Europe : RU, Espagne, Belgique, Russie, Pologne et Duty Free
- Dynamisme aux Etats-Unis : depletions 9 mois = +3% (Nielsen +9%, NABCA +15%)
- Lancement de la nouvelle campagne « Get Your Island On »



Volume -3% CA* -3%

- Etats-Unis :
 - Situation encore difficile, depletions 9 mois = -6% (Nielsen = -1%, NABCA -10%)
 - Lancement au T2 de la nouvelle plateforme marketing « Dare to be curious »
- Légère progression sur l'ensemble des autres marchés



*Croissance interne

Revue du portefeuille

BEEFEATER
LONDON

Volume +1% CA* +4%

→ Europe :

- Espagne : légère progression des volumes sur une catégorie en repli
- Forte croissance sur plusieurs marchés clés : RU, Russie, République Tchèque, ...

→ Etats-Unis : marché qui reste difficile, depletions 9 mois = -4% (Nielsen -1%)



STOLICHNAYA
RUSSIAN VODKA

Volume +10% CA* +14%

→ Etats-Unis : croissance du chiffre d'affaires, grâce aux augmentations de prix, depletions 9 mois = -1% (Nielsen +3%, NABCA -6%)

→ Progression à deux chiffres en Europe, au Canada, en Amérique Latine, en Afrique et en Asie



*Croissance interne

Revue du portefeuille


JACOB'S CREEK®

Volume +8% CA* +12%

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

- Croissance à deux chiffres des volumes sur le premier marché : le RU
- Légère progression sur le second marché : l'Australie
- Progression de 18% des qualités supérieures sur les 9 premiers mois de l'exercice


MONTANA
NEW ZEALAND

Volume -5% CA* +8%

- Poursuite de la mise en œuvre de la stratégie de valeur
- Recul sur les deux principaux marchés (RU et Océanie) suite aux hausses de prix
- Forte progression aux États-Unis : depletions 9 mois = +19% (Nielsen +28%)
- Lancement réussi sur certains marchés secondaires : Irlande, Pays-Bas, ...

*Croissance interne



Revue du portefeuille



Volume +12% CA* +20%

- Forte progression confirmée sur le marché français avec des gains de part de marché en Grande Distribution et dans le on-trade
- Recul au RU, mais fortes progressions en Italie, en Espagne et en Suisse



Volume +3% CA* +14%

- Fortes hausses de prix sur tous les marchés
- Confirmation sur T3 de la progression aux États-Unis et en France
- Recul au RU et bon T3 au Japon suite à la reprise de la distribution à Suntory

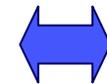
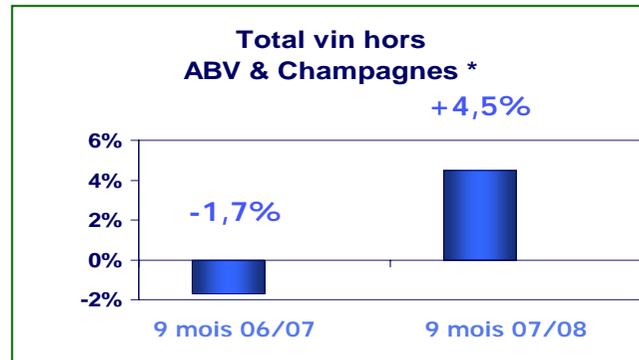


*Croissance interne

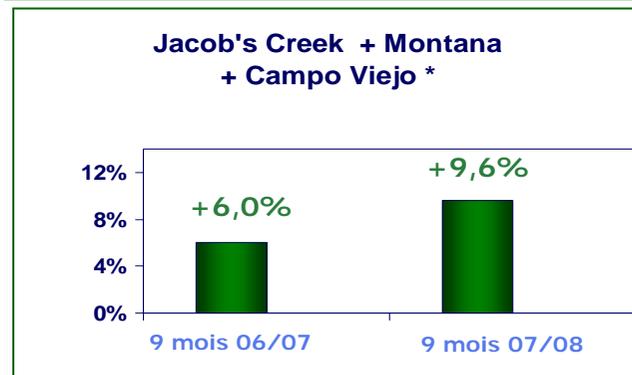
Autres marques de spiritueux

- Royal Salute en Asie, Olmeca et Ararat en Europe de l'Est, restent des relais de croissance dans ces régions
- Becherovka en République Tchèque, Ruavieja en Espagne et Wyborowa en Pologne se sont également fortement développées
- Royal Stag reste un puissant relais de croissance en Inde et 100 Pipers se redresse sur T3 en Thaïlande
- Presidente et Don Pedro au Mexique et Montilla au Brésil ont en revanche été en repli sur les 9 premiers mois de l'exercice

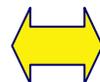
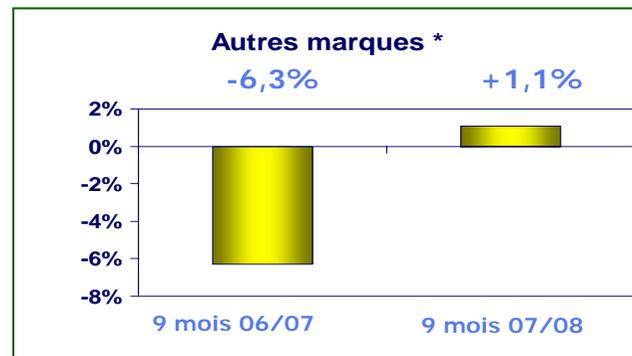
Activité vin hors ABV et Champagnes :



Retour à la croissance de l'activité vin



Accélération de nos marques internationales
(Jacob's Creek, Montana, Campo Viejo)



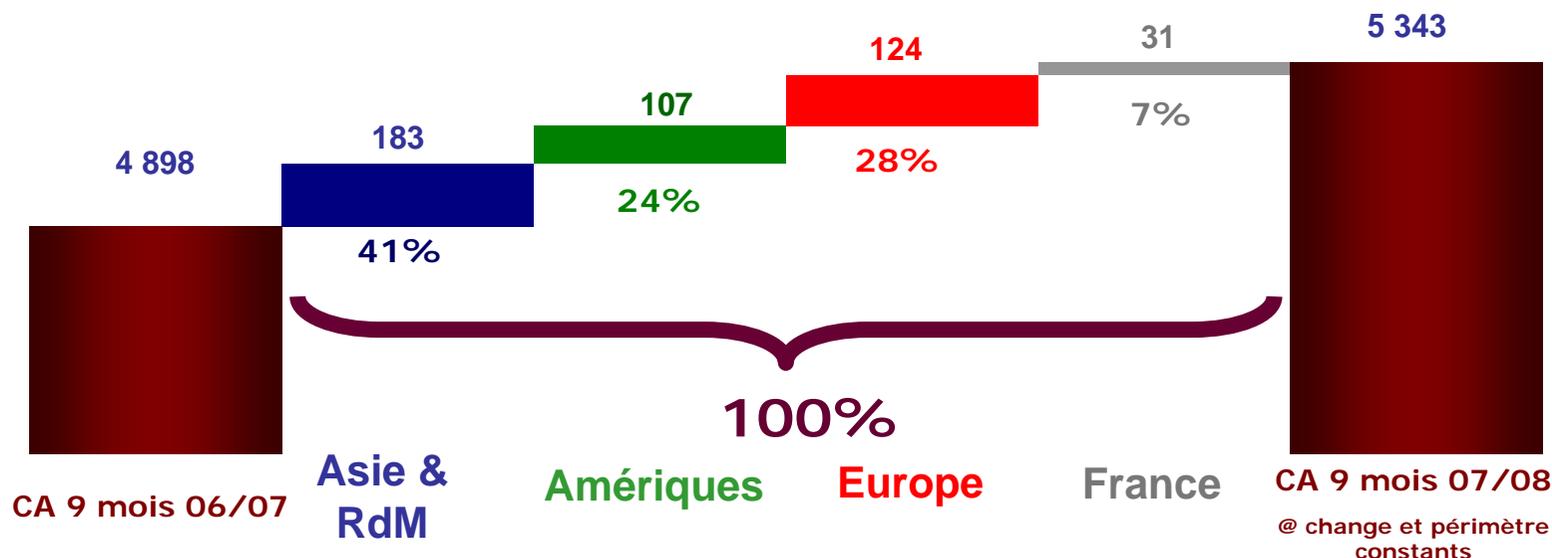
Stabilité des marques secondaires

*Croissance interne

Plan de la présentation

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

Contribution à la Croissance interne / Région



- Toutes les régions participent à la croissance interne du Chiffre d'affaires
- Les marchés émergents restent à l'origine de près des 2/3 de la croissance interne, avec +33%* en Europe, +16%* en Amériques et +22%* en Asie / RDM sur les neuf premiers mois de l'exercice 2007/08

*Croissance interne

Asie – Reste du Monde

M€	9 mois 06/07	9 mois 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 465	1 593	+13%	-4%	-

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

➔ Asie : poursuite d'une croissance vigoureuse à +14%*

- La Chine (CA +26%*) et l'Inde (CA +41%*) représentent 2/3 de la croissance Asie – RdM et restent 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 reste très dynamique malgré les fortes hausses de prix
- Le Duty Free, Taiwan, Malaisie, Indonésie, Vietnam et Singapour se développent également rapidement
- La Thaïlande connaît un fort rebond sur T3

➔ Pacifique : retour à la croissance confirmé sur T3 après le rebond du T2

➔ Afrique & Moyen Orient : très forte croissance

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

*Croissance interne

Amériques

M€	9 mois 06/07	9 mois 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 331	1 280	+8%	-7%	-5%

→ Excellente performance de Chivas, Stolichnaya, Jameson et Something Special

→ Amérique du Nord : croissance interne +4,5% (spiritueux +4%, vins +7%)

Etats-Unis :

- Les marques dynamiques poursuivent leur croissance vigoureuse :
 - ✓ Spiritueux : Jameson, The Glenlivet, Malibu, Wild Turkey
 - ✓ Vins : Montana, Perrier-Jouët, Mumm Napa, Campo Viejo
- Les marques ayant une franchise plus faible souffrent de la conjoncture :
 - ✓ Kahlua, Chivas, Beefeater sont en repli sur la période

Canada / Mexique : très bonne progression des marques internationales, notamment du Top 15, mais recul des brandies mexicains

→ Amérique Centrale et du Sud : très forte croissance interne +24%

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

M€	9 mois 06/07	9 mois 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	1 608	1 695	+8%	-1%	-1%

→ Principaux relais de croissance : Chivas, Jacob's Creek, Ballantine's, Jameson, Ararat et Wyborowa

→ L'Europe de l'Est et l'Europe Centrale :

- 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 +37%*) est le troisième pays contributeur à la croissance interne du Groupe

→ Europe Occidentale :

- Les grands marchés d'Europe Occidentale (Espagne, RU, Irlande, Grèce) ont connu de bonnes progressions
- L'évolution de l'activité en Allemagne est pénalisée par un effet de base de comparaison très défavorable, lié aux hausses de tarifs d'avril 2007
- L'Italie reste un marché difficile

*Croissance interne

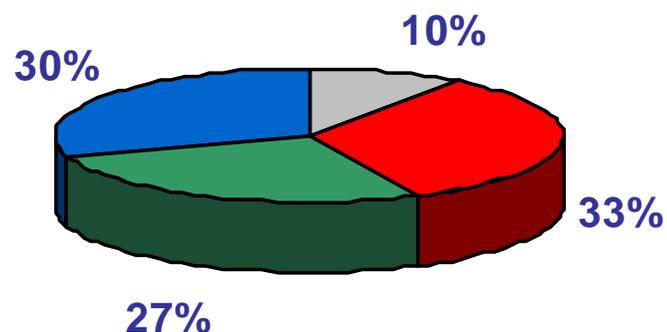
France

M€	9 mois 06/07	9 mois 07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
CA	494	524	+6%	-	-

- Excellente performance de nos 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 T4 seront pénalisés par les quantités disponibles en stock
- Ricard : stabilité de la marque sur un marché en léger recul

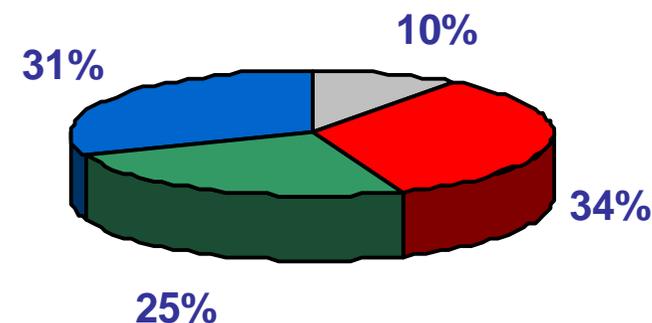
Répartition du CA par zone géographique

9 mois 06/07



France
Europe
Amériques
Asie et RDM

9 mois 07/08



→ Poursuite d'une internationalisation réussie

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

⇒ La faiblesse de l'USD et l'effet périmètre continuent de pénaliser la zone Amérique, qui voit sa part diminuer en dépit d'une croissance interne proche de la moyenne du Groupe



Plan de la présentation

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

- 
- Troisième trimestre en ligne avec nos attentes
 - Dynamisme confirmé des marchés émergents
 - Bonne tenue des marchés d'Europe de l'Ouest et dynamisme des marques premium aux USA dans un environnement plus difficile

Confirmation de l'objectif de croissance pour l'exercice 2007/08

Nous visons une croissance
du résultat opérationnel courant, d'au minimum +12%
à données comparables*, pour l'exercice 2007/08



Annexes

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%

Chiffre d'affaires 9 mois 2007/08

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%

Détail de l'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%

Détail de l'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)