

Chiffre d'affaires annuel 2007/08



24 juillet 2008

Chiffre d'affaires 2007/08 : 6 589 M€

Une croissance remarquable : +8,7%*

Révision à la hausse de l'objectif de
croissance interne
du résultat opérationnel courant

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

- Chiffre d'affaires annuel : 6 589 M€ en hausse de +2,3%, soit +8,7% de croissance interne
- Croissance vigoureuse des marques clés avec un très fort effet mix et hausses de prix

Top 15 : Volume +5%, Valeur +11%*

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

- Maintien d'une forte croissance dans les pays émergents
- Les marchés occidentaux poursuivent leur croissance à un rythme plus modéré
- Forte appréciation de l'euro vis-à-vis de la plupart des devises et notamment de l'USD, de la GBP et du KRW
- Arrêt de la baisse des taux d'intérêt sur l'USD et légère hausse sur l'euro dans un contexte de retour des tensions inflationnistes

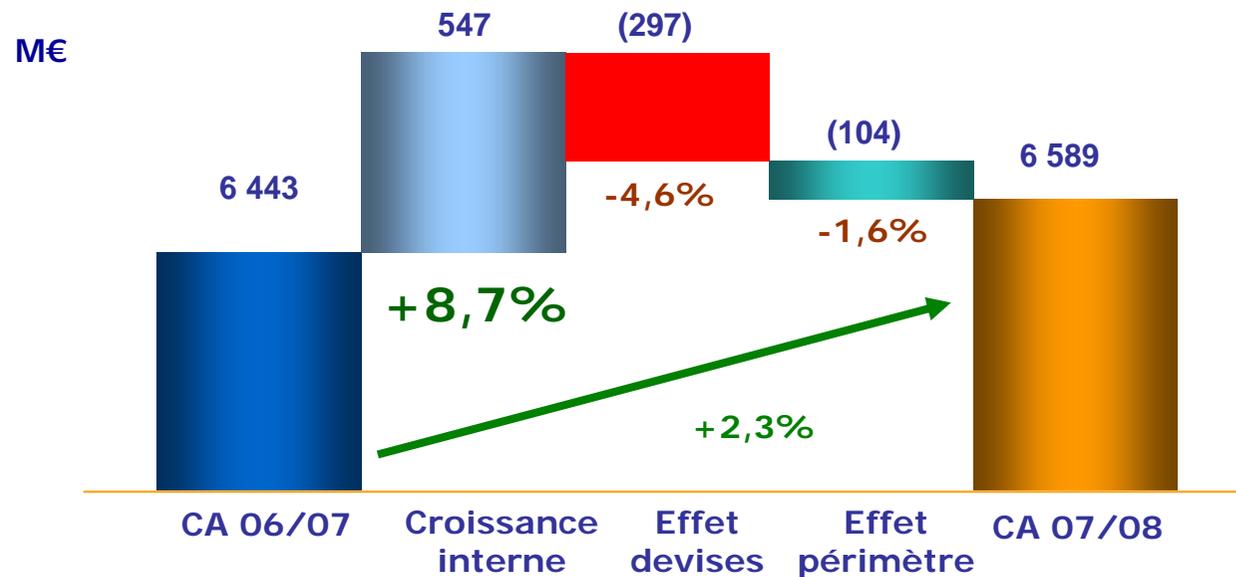
- ➔ Signature, le 30 mars 2008, d'un contrat portant sur l'achat de 100 % du groupe Vin & Sprit, propriétaire de la marque de vodka ABSOLUT (Closing intervenu le 23 juillet 2008)

- ➔ Poursuite d'une forte croissance de notre activité sur l'ensemble des régions et de la premiumisation de notre portefeuille

- ➔ Révision à la hausse de l'objectif de croissance interne du résultat opérationnel courant

- ➔ Autres cessions/acquisitions :
 - Cession des marques de vin : Framingham, Canei, La Ina et Rio Viejo
 - Cession des marques de brandies espagnols Carlos I, Carlos III et Felipe II
 - Acquisition de la société Lillet

Dynamisme de l'activité au 30 juin 2008

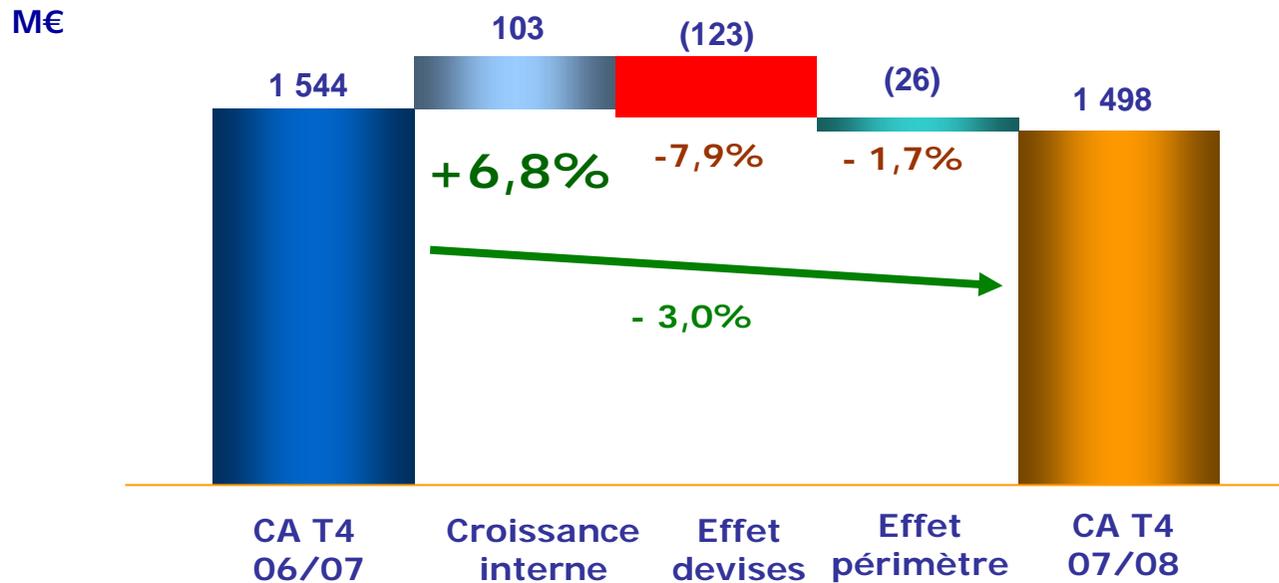


- ➔ Croissance interne : +8,7% (Spiritueux = +9,3%, Vins = +5,6%)
- ➔ Effet périmètre : cession LDI (31 M€), cession Rich & Rare (17 M€), arrêt co-packing pour Fortune Brands (20 M€), transfert distribution Seagram's coolers & smooth (22 M€), ...
- ➔ Effet devises principalement lié à la baisse de l'USD, du KRW, de la GBP, du CNY et du MXN

Pour l'ensemble de l'exercice 07/08

- ➔ Effet devises négatif sur le résultat opérationnel courant confirmé à environ (105) M€
- ➔ Effet périmètre confirmé à environ (10) M€ sur le résultat opérationnel courant

Poursuite d'une croissance interne soutenue au T4

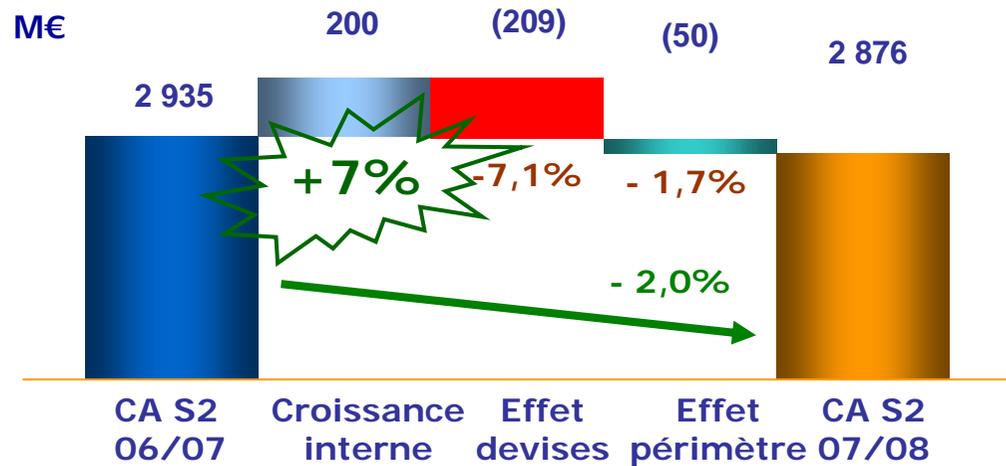
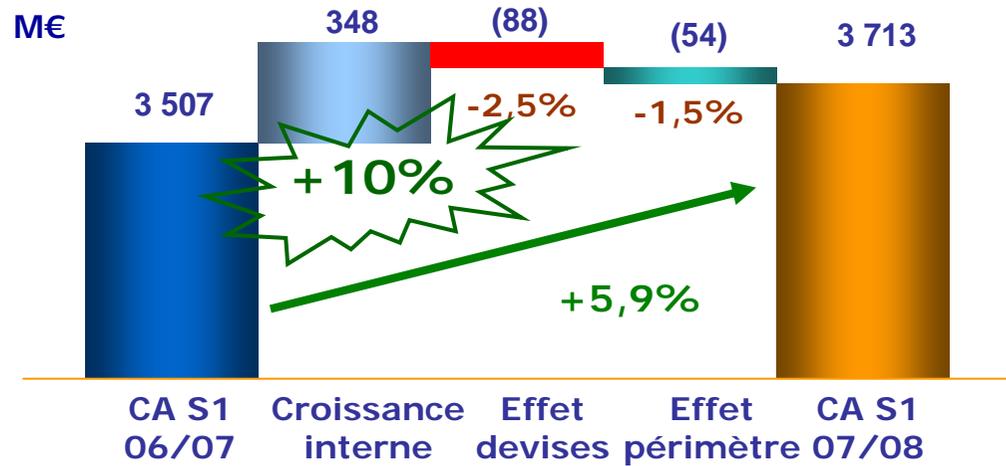


- Croissance interne de +6,8% (Spiritueux = +7,8%, Vins = +2,3%)
- Effet périmètre négatif sur T4, en ligne avec les attentes et les trimestres précédents
- L'effet devises s'accroît avec l'accélération de la baisse par rapport à l'euro, du dollar US et des devises liées, mais aussi de la GBP et du KRW

Poursuite d'une croissance soutenue au T4 :

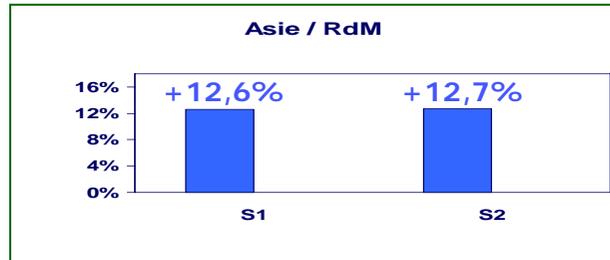
- Les pays émergents poursuivent leur très rapide expansion en dépit du tremblement de terre au Sichuan (impact d'environ -1% sur notre croissance du trimestre)
- Les USA restent bien orientés dans un environnement économique toujours difficile
- Légère croissance globale sur l'ensemble des autres régions, avec des situations contrastées selon les pays

Zoom sur S1 et S2

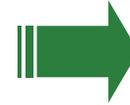


Après un très fort S1, un S2 qui reste en croissance soutenue, dans un contexte d'appréciation accrue de l'euro vis-à-vis de la plupart des autres monnaies

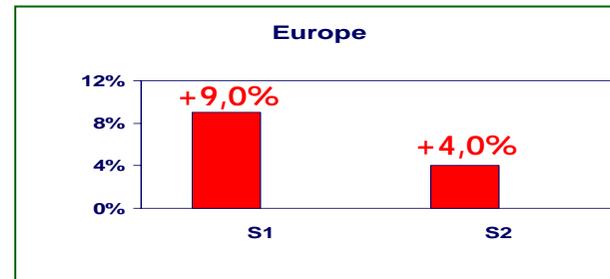
Croissance interne / Région



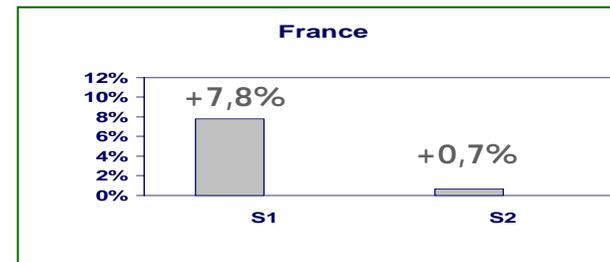
Forte croissance à deux chiffres sur S1 comme sur S2.



Croissance au S2 légèrement ralentie aux USA et impact du ralentissement au Venezuela.



Poursuite d'une croissance supérieure à 20 % en Europe Centrale et de l'Est, ralentissement de la croissance en Europe Occidentale.



Croissance sur S2 impactée par le ralentissement du champagne (limitation des stocks) et de l'anis («smoking ban» et météo)

- ➔ Excellentes perspectives commerciales et financières liées à l'intégration d'ABSOLUT (enthousiasme du réseau)
- ➔ Confiance quant à l'atteinte du haut de la fourchette des synergies annoncées (125 à 150 M€)
- ➔ Transaction :
 - Autorisation des autorités de la concurrence le 17 juillet / Closing le 23 juillet
 - Engagement de Pernod Ricard à céder les marques suivantes : Grönstedts (cognac), Star Gin, Red Port, Dry Anis, Lubuski (gin), et Serkova (vodka)
 - Le résultat net 2007/08 de Pernod Ricard sera impacté par des charges non récurrentes d'environ 110 M€, liées à l'acquisition de Vin & Sprit (commissions de montage, frais de conseil, sortie du contrat Stolichnaya)

Une performance Absolument remarquable en 2008



Croissance des volumes au S1 2008 : + 12 %

11,3 millions de caisses sur 12 mois glissants
+ 600 000 caisses gagnées en 6 mois



- ➔ Accélération de la progression des volumes à + 12% au S1 2008 contre + 9% sur l'ensemble de l'année 2007
- ➔ Performance confirmée par les données Nielsen 12 mois au 30 juin 2008 :
 - USA : dynamisme confirmé à + 5%
 - Autres principaux marchés en très forte croissance : RU off-trade + 60% et on-trade + 21%, Allemagne + 23 %, Pologne + 37%, Brésil + 53%, ...

Dettes pro-forma prévisionnelle post closing Vin & Sprit



- Forte réduction de la dette au 30/06/2008, qui permet d'atteindre un ratio Dette Nette / EBITDA estimé à environ 3,6
- Après l'acquisition de Vin & Sprit, la dette pro-forma* au 30/06/2008 est d'environ 11,9 milliards d'euros, soit un ratio Dette Nette / EBITDA d'ouverture proche de 6
- Une dette à maturité longue (8% à 2 ans, 34% à 3 ans et 58% à 5 ans) qui couvre les risques de liquidité
- Une part en USD de 58% qui protège contre une poursuite de la baisse de l'USD
- Des couvertures en place (1/3 fixe, 1/3 cappée, 1/3 variable) qui limitent l'impact d'éventuelles hausses de taux d'intérêt

* incluant les frais de transaction

Coût prévisionnel de la dette consolidée post closing Vin & Sprit

→ Coût moyen initial autour de 5,2 % sur la base :

- des taux d'intérêt actuels
- de la marge initiale (120 à 155 pb) sur le nouveau crédit syndiqué d'acquisition
- des couvertures de taux mises en place

→ Baisse rapide attendue du ratio Dette Nette / EBITDA , grâce :

- à la forte croissance de l'EBITDA
- à la génération de cashflow
- au programme de cession d'actifs non stratégiques évalué à environ un milliard d'euros sur les 12 à 18 mois à venir

→ Cette baisse se traduira par une réduction de la marge bancaire

Plan de la présentation

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

Revue du portefeuille



TOP 15



Volume annuel : + 5 %
Chiffre d'affaires annuel : + 11 %*

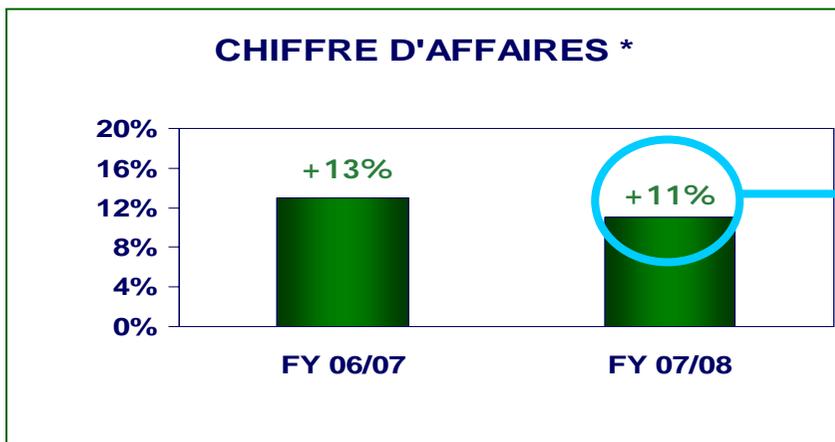


*Croissance interne

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



Dynamisme du Top 15
Effet de base de comparaison favorable au
FY 06/07



Croissance en valeur plus de deux fois
supérieure à celle des volumes

*Effets mix et hausses de prix très favorables pour l'ensemble de nos
marques stratégiques, notamment pour Martell, les vins et les Champagnes*

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +10% CA* +11%

Chivas 18 et 25 ans progressent de +42% vs +9% pour Chivas 12 ans



→ Asie :

- Progression grâce notamment à la Thaïlande, au Duty Free, au Vietnam et au Golfe Persique
- Recul en Chine, lié aux répercussions du tremblement de terre au Sichuan

→ Europe :

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

→ Amériques :

- Etats-Unis : depletions 12 mois = -6% en ligne avec les Nielsen = -6% (marché scotch blend 12 ans à -5%)
- Forte croissance confirmée : Mexique, Amérique Centrale et du Sud et marchés Duty Free

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +9% CA* +11%



→ Ballantine's Finest :

- Europe Occidentale :
 - ⇒ Hausse en France, en Suisse, au Portugal et en Grèce, stabilité en Espagne, recul en Italie et en Allemagne
 - ⇒ Bonne performance sur le Duty Free
- Rapide expansion dans de nombreux pays d'Europe Centrale et de l'Est : Pologne, Russie, Hongrie, Roumanie, Lituanie, Bulgarie, République Tchèque, Serbie...
- Poursuite de la très forte croissance en Amérique Latine, en Asie et en Afrique

→ Ballantine's Qualités Supérieures : volume +14% → amélioration du mix

- Forte progression en Asie grâce principalement à la Chine, à la Corée du Sud, à Taiwan et au Duty Free

Revue du portefeuille



Volume +15% CA* +21%

- Poursuite du remarquable développement aux Etats-Unis avec des depletions sur 12 mois à +24% (Nielsen +29%, NABCA +20%)
- Très forte progression en Afrique du Sud
- Croissance à deux chiffres en Europe notamment grâce à l'Irlande, l'Europe de l'Est, le Portugal et le Duty Free



Volume +10% CA* +14%

- Poursuite du dynamisme aux Etats-Unis : depletions 12 mois = +6% (Nielsen +3%, NABCA +5%)
- Très forte progression en Asie grâce à Taiwan, au Duty Free et à la Chine
- Europe : progression à deux chiffres grâce au RU, à la France et à l'Allemagne



*Croissance interne



Volume +2% CA* +24%

Accentuation de la Stratégie valeur



→ Qualités supérieures : volume + 21%

- Rapide développement en Asie : Chine, Malaisie, Singapour, Taiwan, Vietnam, ...
- Les qualités les plus premium affichent les croissances les plus remarquables : VSOP (+5%), Noblige (+76%), Cordon Bleu (+18%), XO (+29%)

→ Martell VS : volume -24%

- Forte augmentation des prix et très forte baisse des volumes aux Etats-Unis et au RU conformément à la stratégie de recentrage sur les qualités supérieures

*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume -3% CA* -1%

- France : léger recul de la marque dans un marché en repli, pénalisé par une météo maussade et le « smoking ban »
- Léger recul également sur l'ensemble des autres marchés européens



Volume +15% CA* +17%

- Croissance à deux chiffres sur toutes les régions
- En Europe : progression à deux chiffres dans tous les pays (Allemagne, Espagne, France, Grèce, RU, Belgique, Autriche, Danemark, Suède, Norvège, Portugal, Pays-Bas, République Tchèque et Russie) hors l'Italie en léger repli et la Suisse en faible progression
- Développement très rapide au Canada et au Chili (taux de croissance supérieurs à 50%)
- Poursuite de la croissance à Cuba



Revue du portefeuille



Volume +6% CA* +10%

- Progression en Europe : RU, Espagne, Belgique, Italie, Russie, Pologne et Duty Free
- Dynamisme aux Etats-Unis : depletions 12 mois = +5% (Nielsen +5%, NABCA +7%)



Volume -4% CA* -5%

- Etats-Unis : situation encore difficile, depletions 12 mois = -7% (Nielsen +2%, NABCA -3%)
- Stabilité globale 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 les autres marchés clés : RU, Russie, République Tchèque

→ Etats-Unis : marché qui reste difficile, depletions 12 mois = -3% (Nielsen -0,5%, NABCA -3%)



STOLICHNAYA
RUSSIAN VODKA

Volume +9% CA* +12%

→ Etats-Unis : croissance du chiffre d'affaires accélérée par les augmentations de prix, depletions 12 mois = +3% (Nielsen +0%, NABCA -1%)

→ Progression à deux chiffres sur la plupart des autres marchés significatifs, en Europe, au Canada, en Amérique Latine, en Afrique et en Asie



*Croissance interne

Revue du portefeuille

**JACOB'S CREEK®**

Volume +2% CA* +6%

Progression et premiumisation

- Progression des volumes sur le premier marché, le RU, avec un T4 en recul, pénalisé par la hausse des droits
- Bonne progression en Asie et au Canada
- Progression de 17% des qualités supérieures (3 Vines, Reserve, Heritage, Sparkling) qui atteignent près de 23% des volumes totaux de la marque sur l'exercice



**MONTANA**
NEW ZEALAND

Volume -2% CA* +9%

- 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 Etats-Unis : depletions 12 mois = +15% (Nielsen +21%)



*Croissance interne

Revue du portefeuille



Volume +11% CA* +18%

- Forte progression confirmée sur le marché français avec des gains de part de marché en on et off-trade (la progression aurait été plus forte encore sans la limitation des stocks)
- Recul au RU, mais fortes progressions en Italie, en Espagne, en Suisse et en Russie



Volume +3% CA* +14%

- Fortes hausses de prix sur tous les marchés
- Bonnes progressions aux Etats-Unis, en France, en Suisse et en Italie
- Recul au RU et bon S2 au Japon suite à la reprise de la distribution à Suntory

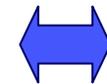
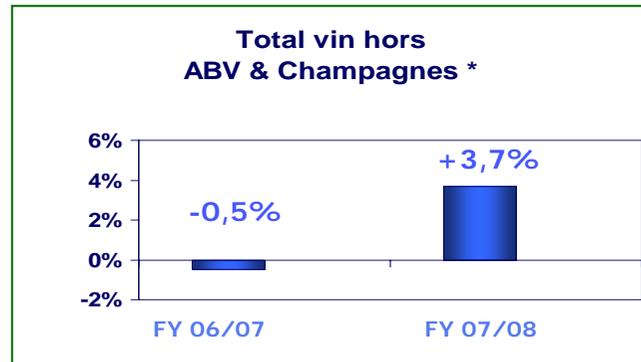


*Croissance interne

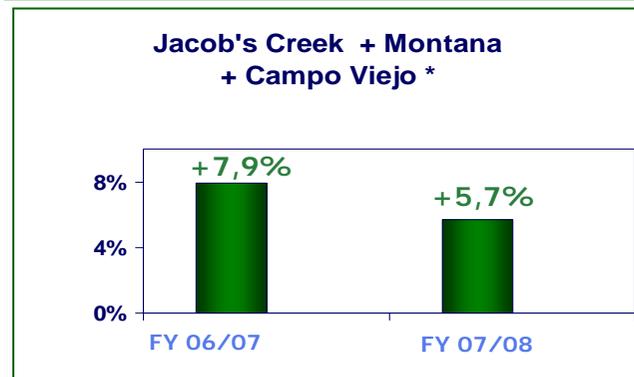
Autres marques de spiritueux

- Royal Salute en Asie, Olmeca et Ararat en Europe de l'Est, restent des relais de croissance dans ces régions
- 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 a fortement ralenti son déclin en Thaïlande
- Presidente et Don Pedro au Mexique sont en revanche en repli sur l'ensemble de l'exercice

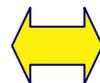
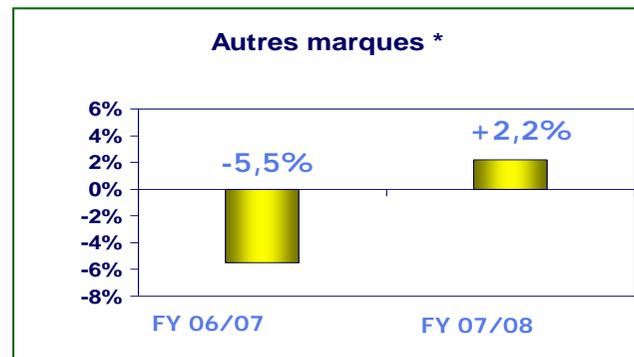
Activité vin hors ABV et Champagnes :



Retour à la croissance de l'activité vin



Nos marques internationales (Jacob's Creek, Montana, Campo Viejo) sont celles qui progressent le plus rapidement



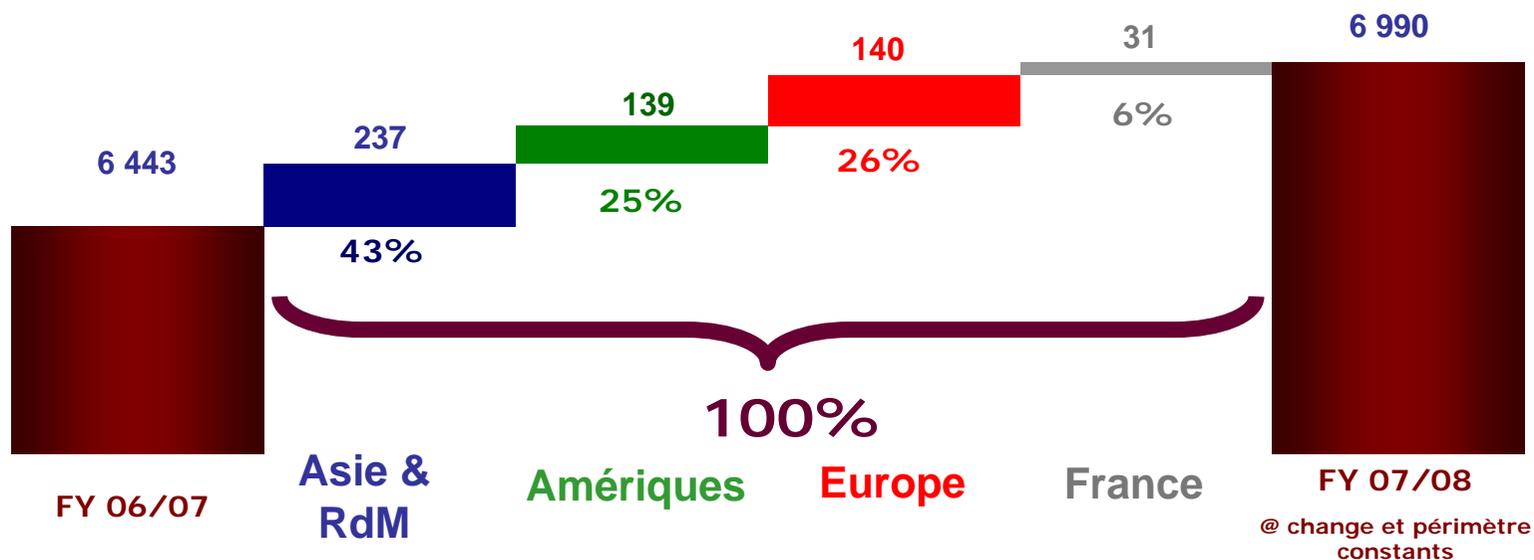
Moindre progression des marques secondaires

*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

Asie – Reste du Monde

M€	06/07	07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
Annuel	1 884	2 007	+13%	-6%	-

➔ Asie : poursuite d'une croissance vigoureuse à +14%* (+15%* au T4)

- La Chine (CA +29%*) et l'Inde (CA +39%*) 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 estimations, la catégorie whisky est en légère baisse au 30 juin 2008 (impact Sichuan), et Pernod Ricard maintient sa part de marché ; la catégorie cognac reste très dynamique malgré les fortes hausses de prix
- 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 S2

➔ Pacifique : retour à la croissance après le ralentissement au S1 lié aux fortes hausses de prix

➔ Afrique & Moyen Orient : très forte croissance confirmée au T4

- Sur Jameson, Chivas et Ballantine's, mais aussi sur Stolichnaya, Malibu, Havana Club et Kahlúa (bases plus faibles)

Amériques

M€	06/07	07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
Annuel	1 786	1 700	+8%	-8%	-4%

→ Amérique du Nord : croissance interne +5,0% (spiritueux +4,4%, vins +9,6%)

Etats-Unis : activité on-trade en baisse avec un transfert sur le off-trade

- 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 :
 - ✓ Kahlúa, Beefeater et Chivas sont en repli

Canada / Mexique : excellente année au Canada, bonne progression des marques internationales mais recul des brandies au Mexique

→ Amérique Centrale et du Sud : très forte croissance interne +20% (+10% au T4)

- Forte progression de Chivas, Ballantine's, Havana Club
- Ralentissement au Venezuela au S2, lié à une baisse généralisée de la consommation

M€	06/07	07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
Annuel	2 091	2 171	+7%	-2%	-1%

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

- La Russie, la Pologne, l'Ukraine, le Kazakhstan et la Roumanie sont les principaux contributeurs au développement spectaculaire de l'Europe de l'Est et l'Europe Centrale
- La Russie (CA +38%*) est le troisième pays contributeur à la croissance interne du Groupe

→ Europe Occidentale : Croissance plus contrastée au S2

- Tous les grands marchés d'Europe Occidentale (Espagne, RU, Irlande, Allemagne, Grèce) sont en progression sur l'exercice à l'exception de l'Italie, mais l'Espagne et le RU ont connu un T4 plus difficile
- Rebond confirmé en Allemagne après un effet de base de comparaison très défavorable au T3, lié aux hausses de tarifs d'avril 2007

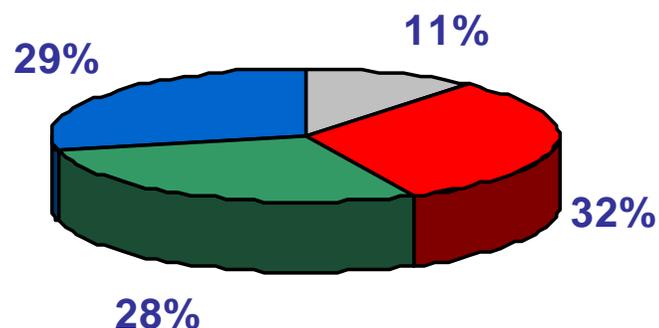
France

M€	06/07	07/08	Croissance interne	Effet devises	Effet périmètre
Annuel	682	711	+5%	-	-

- ➔ Excellente performance de nos marques de whiskies : Chivas, Ballantine's, Jameson, The Glenlivet, et Clan Campbell, sur des marchés bien orientés
- ➔ Mumm : très forte progression (gains de part de marché, hausses de prix, effet mix favorable) mais les volumes du T4 ont été pénalisés par les quantités limitées disponibles en stock
- ➔ Ricard : léger recul de la marque sur un marché en repli, confronté au « smoking ban » et à une météorologie défavorable

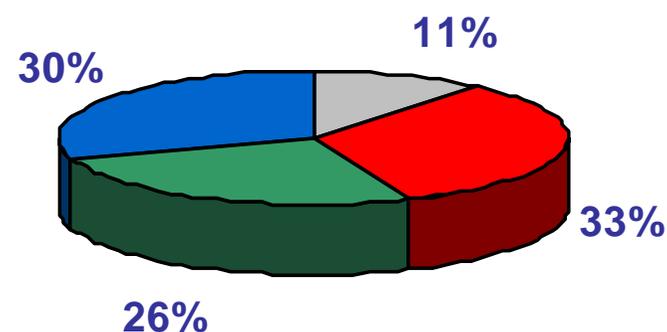
Répartition du CA par zone géographique

FY 06/07



France
Europe
Amériques
Asie et RDM

FY 07/08



- Le dynamisme des pays émergents d'Asie et de l'Europe Centrale et de l'Est permet aux zones Asie / RdM et Europe d'accroître leur 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 celle de la moyenne du Groupe
- La France bénéficie du dynamisme du champagne et des whiskies



Plan de la présentation

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

Conclusion

→ Une année 2007/08 remarquable, marquée par :

- Très fort dynamisme des marchés émergents
- Poursuite de la croissance en Europe de l'Ouest avec un léger ralentissement vs 06/07 et une bonne progression de la plupart de nos marques premium aux USA
- Progression de la marge opérationnelle liée aux effets très favorables des hausses de prix et de la premiumisation du portefeuille



Nouvelle révision à la hausse de l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant à environ +13%, à données comparables*, pour l'exercice 2007/08

- 
- ➔ Poursuite d'une forte croissance sur les marchés émergents
 - ➔ Des marchés occidentaux qui seront plus contrastés et globalement en croissance modérée
 - ➔ Confiance dans le succès de l'intégration de Vin & Sprit :
 - Développement de la marque ABSOLUT
 - Atteinte des objectifs de synergies
 - Désendettement rapide, soutenu par des cessions d'actifs non stratégiques

Nous anticipons, pour 2008/09, une poursuite de l'expansion de nos marges et une forte croissance interne de notre résultat opérationnel courant



Annexes

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%

Chiffre d'affaires annuel 2007/08

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%

Détail de l'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%

Détail de l'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)