



PERNOD RICARD 1977



PERNOD

AMBASSADEUR
APERITIF



RICARD



DUBONNET



CINZANO

Banga
SANS BULLES



SUZE

Président Honoraire

Monsieur Paul Ricard

CONSEIL D'ADMINISTRATION**Président du Conseil**

Monsieur Jean HEMARD

Vice-Présidents

Monsieur Mario LEMBO

Monsieur Patrick RICARD

Administrateurs

Monsieur Louis BERGAMASCHI

Monsieur Gaston BOURGEAT

Monsieur Bernard CAMBOURNAC

Monsieur Jacques CHATIN

Madame Danièle DILLEE

Monsieur Claude FOUSSIER

Monsieur François GERARD

Monsieur François LAPORTE BISQUIT

Monsieur Louis THIERS

Monsieur Arthur VEIL PICARD

Société du Domaine de BARBOSSI

Représentant Permanent:

Madame Béatrice BAUDINET

DIRECTION GENERALE

Président Directeur Général

Monsieur Jean HEMARD

Vice Président, Directeur Général Adjoint

Monsieur Patrick RICARD

Directeur Général Adjoint

Monsieur Thierry JACQUILLAT

Commissaires aux Comptes:

Monsieur Jean DELQUIE

Monsieur Louis GENOT

Commissaire Suppléant:

Société d'Etudes Economiques
et d'Expertise Comptable

PERNOD RICARD

Société anonyme au capital de 433 056 720 F

Siège social : 18, rue de Tilsitt à Paris 17^e

Téléphone : 766.13.13

RC Paris B 582 041 943

PERNOD RICARD

Trois ans déjà depuis la fusion Pernod Ricard! Trois ans qui ont servi à mettre en place les structures nécessaires au bon fonctionnement du Groupe, à les compléter par des absorptions de sociétés aux produits complémentaires des siens, à accélérer le développement des activités à l'étranger, puis à marquer en France une pose nécessaire à la meilleure assise de l'ensemble.

Certes la réussite n'est pas totale; ne peut-on pas toujours mieux faire?

Mais, lorsqu'on regarde en arrière, quel chemin parcouru:

- mise en place des structures de la Société Pernod Ricard et création de nouvelles relations de travail entre elle et ses Filiales,
- prise de contrôle de CDC, Cusenier et Distilleries Réunies, suivie de la naissance d'une Filiale nouvelle: CDC-Cusenier,
- accroissement des ventes de 22% à l'exportation et consolidation des parts de marché des marques leaders en France,
- assistance aux Filiales les moins prospères dans le cadre d'une restructuration importante conduite dans trois d'entre elles.

Mais regarder en arrière n'a d'intérêt que pour aider à définir les conditions de la réussite à venir. Plus que jamais la finalité de nos entreprises doit être la satisfaction des collectivités qui dépendent d'elles et dont elles dépendent: actionnaires, collaborateurs, consommateurs.

Le but principal de Pernod Ricard sera donc de développer encore la productivité et la rentabilité sans lesquelles aucun profit ni aucune augmentation du pouvoir d'achat de nos actionnaires et de nos collaborateurs n'est possible. Ce sera aussi de répondre aux aspirations légitimes de l'ensemble du personnel concernant le maintien d'unités de travail de taille humaine, l'amélioration des conditions de travail, la progression plus forte des bas salaires et le développement à tous les échelons des participations, concertation et information. Notre objectif sera enfin de mieux répondre aux besoins de notre clientèle au travers d'une gamme de produits et services améliorée et étendue.

De multiples contraintes, souvent nouvelles, vont s'opposer à la réalisation d'une telle ligne de conduite: le pouvoir grandissant de l'Etat, les difficultés internationales (montée du chômage, inflation, taux de croissance voisin de zéro, flambée des matières premières, changes instables), l'apparition de nouvelles formes de concurrence (importations parallèles en provenance des pays de la C.E.E ou sauvages de pays étrangers à main d'œuvre bon marché, produits sans marque commercialisés par les Grandes Surfaces).

Seules les entreprises les plus saines, dynamiques et imaginatives sauront surmonter ces contraintes. Pernod Ricard dispose d'atouts considérables pour être de celles-là:

- d'abord, la qualité exceptionnelle de son personnel qu'on lui envie pour sa combativité, son dynamisme, son attachement à l'entreprise et à ses produits et pour son dévouement,
- ensuite, une puissance à l'image de ses places de numéro 1 français, numéro 2 européen, numéro 7 mondial dans la Profession des Spiritueux,
- également une gamme de produits internationale et diversifiée avec comme principaux fleurons:
- Ricard, qui est une des premières marques de spiritueux au monde,
- Pernod et Dubonnet dont les marques sont universellement connues et appréciées,
- Suze et Pastis 51 dont le dynamisme sur le marché national est remarquable,
- Ambassadeur, Cinzano et Byrrh pour les apéritifs à base de vin et Pam-Pam pour les boissons aux fruits, jus de fruits et sirops.

Pernod Ricard dispose aussi:

- de marchés immenses à développer ou à exploiter à l'exportation,
- de structures légères, mobiles et décentralisées au service de moyens commerciaux puissants mais aptes au redéploiement,
- de laboratoires de recherches capables de mettre au point des produits nouveaux et des technologies de pointe nécessaires à l'adaptation de la gamme aux besoins sans cesse renouvelés des consommateurs.

Avec de tels atouts au service d'une volonté d'expansion sans laquelle rien n'est possible, nous ne pouvons que réaliser nos ambitions de satisfaire nos actionnaires, collaborateurs et consommateurs.

Jean Hémard

LE GROUPE PERNOD RICARD

PERNOD RICARD

RICARD 100

PERNOD 100

CDC-CUSENIER 100

SEGM 100

CAMPBELL 100

CIDRERIES DISTILLERIES REUNIES 97

IFA PAMPRYL 97

SPBG 96

EURO-EQUIPEMENT 100

SOPAGLY 100

BESSERAT DE BELLEFON 98

BRUGIERCHARRASSE 95

GMC 95

GRANDS CHAMPAGNE
DE REIMS 48

SVF 45

ASTRA PLASTIQUE 25

WARRE 20

Pernod Ricard, Société mère du Groupe, outre son rôle de société « Holding » assume un certain nombre de missions, relevant de l'intérêt général du Groupe.

La planification permet d'orienter l'action du Groupe à échéance de cinq ans.

Le service financier gère les ressources et les besoins à moyen terme en fonction des ambitions stratégiques et à court terme au niveau de la trésorerie.

Le contrôle, a posteriori, porte sur les méthodes, les moyens, et les résultats de chaque type d'activité.

Le service organisation veille à l'amélioration de la productivité dans tous les domaines et recherche notamment l'exploitation des synergies possibles dans le groupe.

La stratégie de marketing permet de diriger le Groupe vers les marchés les plus attrayants et d'exploiter au mieux ses propres atouts dans les marchés traditionnels. Son action est complétée par la coordination commerciale qui vise à améliorer les performances des réseaux commerciaux.

La recherche porte sur la mise au point de nouveaux produits, l'évolution des techniques de production susceptibles d'améliorer les produits et d'accroître la productivité.

Les relations extérieures développent et approfondissent les rapports que le Groupe entretient avec des hommes, des publics et des organismes très divers concernés par ses activités.

Les relations humaines enfin, définissent une politique générale en collaboration avec les responsables hiérarchiques des sociétés filiales.

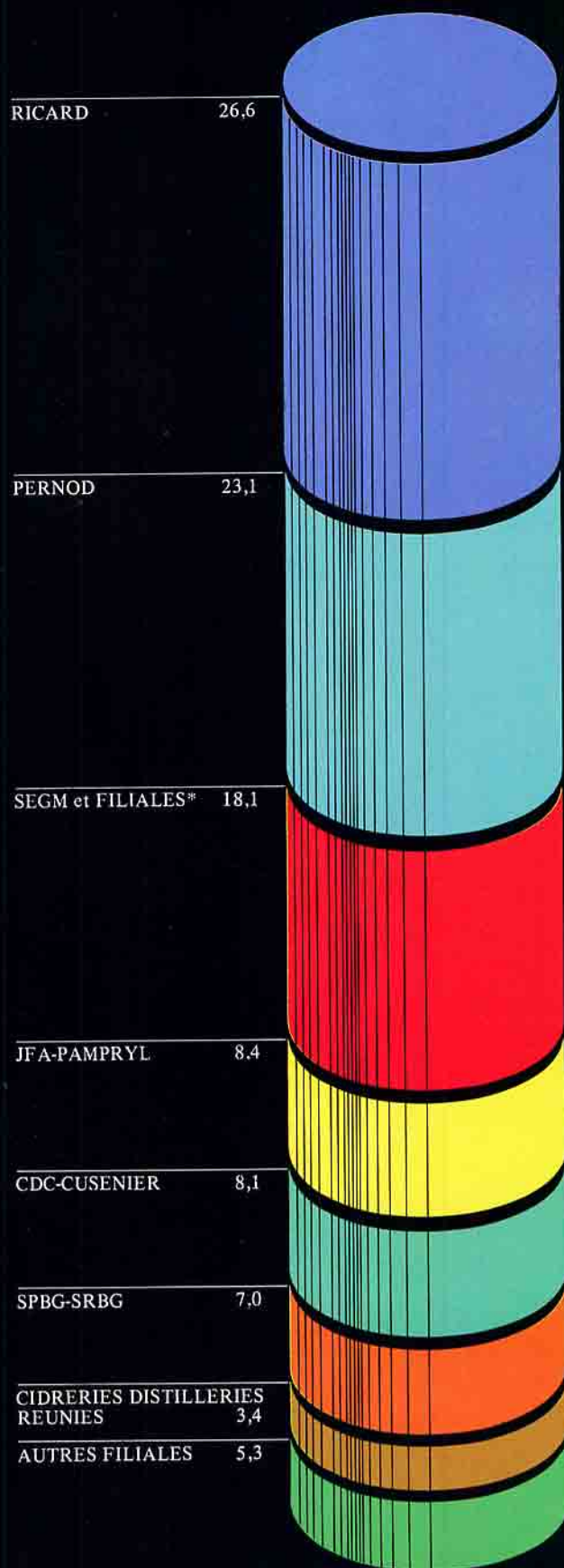
La volonté de bien séparer le niveau fonctionnel dévolu à Pernod Ricard de celui de l'autorité opérationnelle déléguée le plus largement aux filiales apparaît donc clairement. La deuxième caractéristique importante à noter est que l'autonomie des filiales va jusqu'à maintenir entre elles, dans le respect d'une politique générale à l'élaboration de laquelle elles ont participé, un état de concurrence commerciale. Cette politique garantit le dynamisme des réseaux et leur adaptation permanente aux besoins de la clientèle et des consommateurs dans le marché des boissons alcoolisées ou non.

CHIFFRES D'AFFAIRES ARRONDIS DU GROUPE (hors TVA)

1974	3 000 000 000 F.
1975	3 386 000 000 F.
1976	3 708 000 000 F.
1977	3 920 000 000 F.

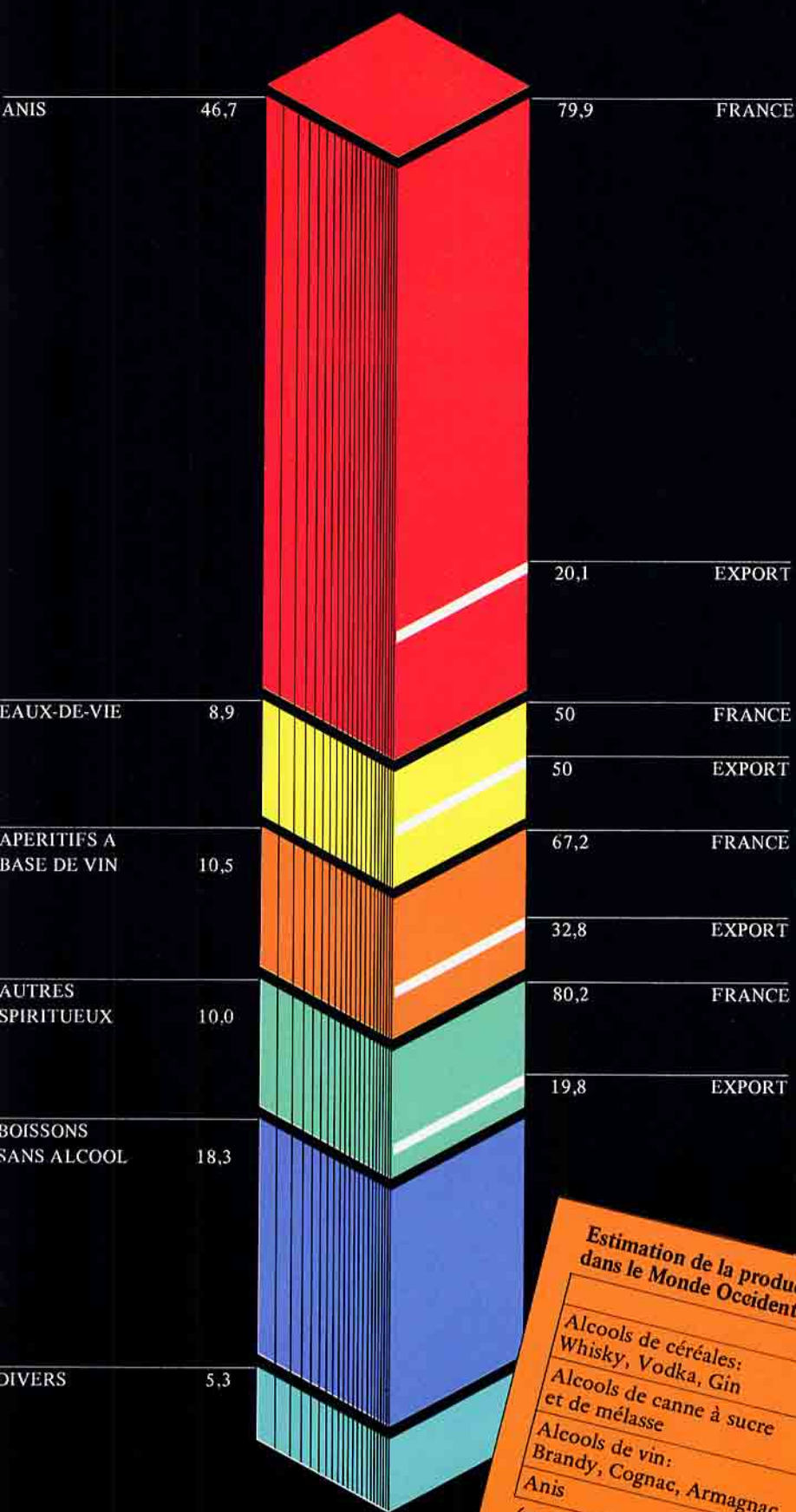
LE 7^e GROUPE MONDIAL PRODUCTEUR DE SPIRITUEUX

VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR FILIALES



** Le chiffre de la S.E.G.M comprend ses filiales en Espagne, en Grande-Bretagne et en Belgique*

25,3% DU CHIFFRE D'AFFAIRES
EST REALISE SUR LES MARCHES ETRANGERS*



Pernod Ricard doit sa place de 7^e producteur mondial de spiritueux au poids de ses activités sur le marché français qui représentent encore les 4/5 de son chiffre d'affaires et à ses ventes de spiritueux anisés qui interviennent pour près de la moitié.

Si l'on compare la taille du marché français des Anis à celle des Alcools de grains dans la C.E.E. et dans le monde, on constate une faiblesse apparente de notre production nationale. Pourtant cette disproportion est le meilleur indicateur des possibilités de développement de l'Anis à l'étranger. En effet, ces spiritueux, à cause de leur mode de consommation par adjonction d'eau, de jus de fruit ou de soda, s'inscrivent naturellement dans l'énorme marché des long drinks internationaux. Ce marché comprenant le whisky, le bourbon, le gin, la vodka et le rhum léger, est celui qui se développe le plus vite dans le monde.

Pernod Ricard a donc entrepris, dans un premier temps, la conquête de positions solides à l'intérieur de la C.E.E. A moyen terme, le Groupe accentuera son développement sur les marchés porteurs que sont l'Amérique du Nord et du Sud.

PERNOD RICARD se classe parmi les producteurs de Spiritueux:

AU 1ER RANG EN FRANCE

AU 2EME RANG DANS LA C.E.E

AU 7EME RANG DANS LE MONDE

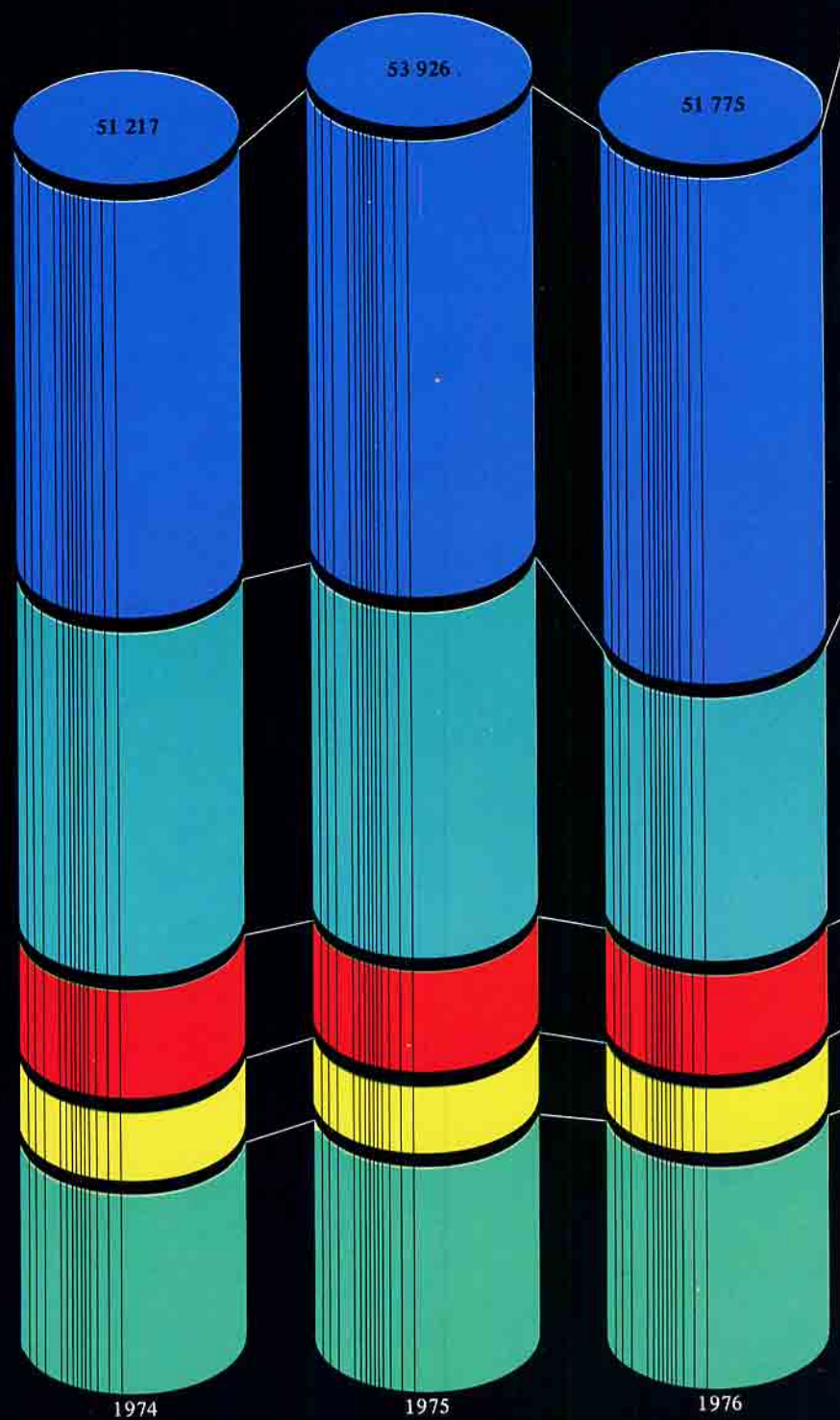
Estimation de la production des principaux Spiritueux dans le Monde Occidental

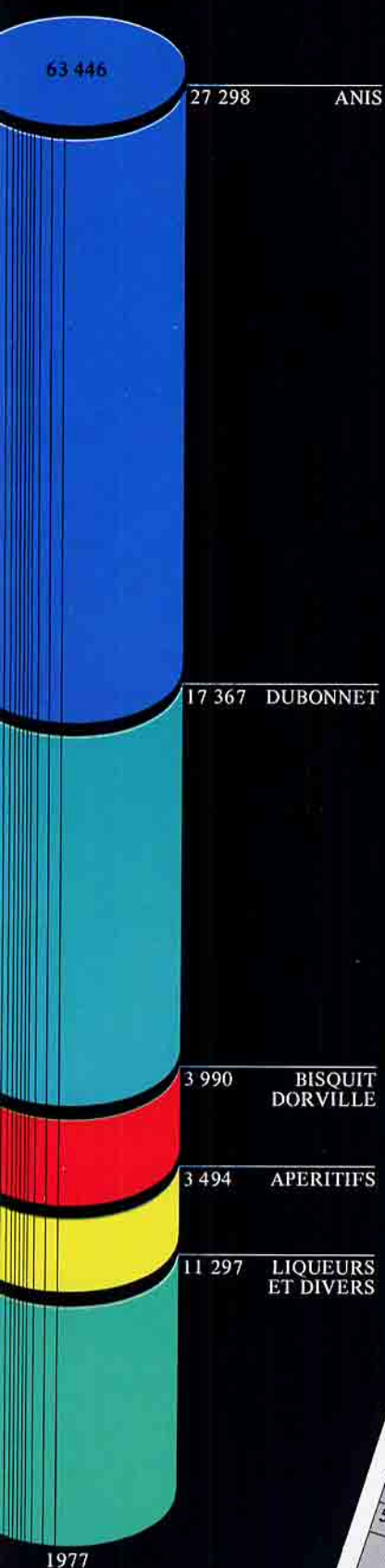
	France	C.E.E	Monde
Alcools de céréales: Whisky, Vodka, Gin	5	4 750	14 000
Alcools de canne à sucre et de mélasse	300	300	9 500
Alcools de vin: Brandy, Cognac, Armagnac	600	1 175	2 300
Anis	575	575	800

(en milliers d'hectolitres d'alcool pur)

*** Les marchés étrangers comprennent l'activité de S.E.G.M. avec ses filiales et celle des filiales étrangères du Groupe Pernod Ricard.

**LES VENTES A L'ETRANGER DE LA S.E.G.M ET DE SES FILIALES
ONT PROGRESSE DE 22% EN 1977**
(Expéditions de France et productions locales en milliers de cols)





En 1977 Pernod Ricard a vendu à l'étranger plus de 60 millions de bouteilles, dont les anis, Ricard, Pernod et Pastis 51 représentent près de la moitié. Ainsi se trouve confirmé le développement très rapide des Anis à côté des exportations traditionnelles et bien connues du Cognac Bisquit et du Dubonnet.

Pour préciser un ordre de grandeur, il est remarquable que les expéditions du Groupe, depuis la France, 45 millions de bouteilles contrebalancent à elles seules le total des importations de whisky en France. Ce faisant, Pernod Ricard contribue activement à l'équilibre de la balance des paiements dans le secteur agro-alimentaire en exportant des produits finis à grande valeur ajoutée.

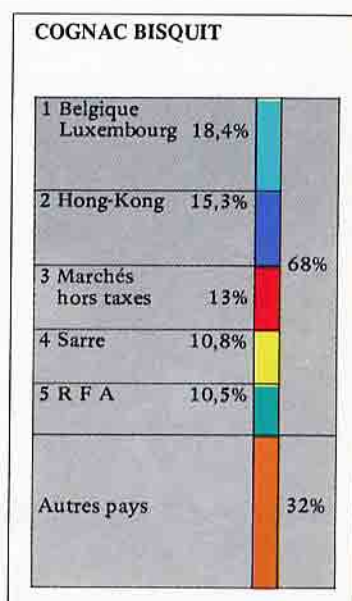
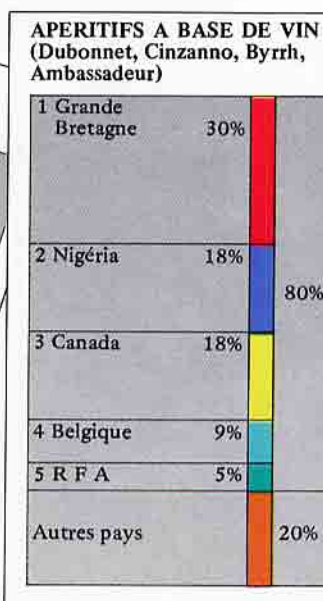
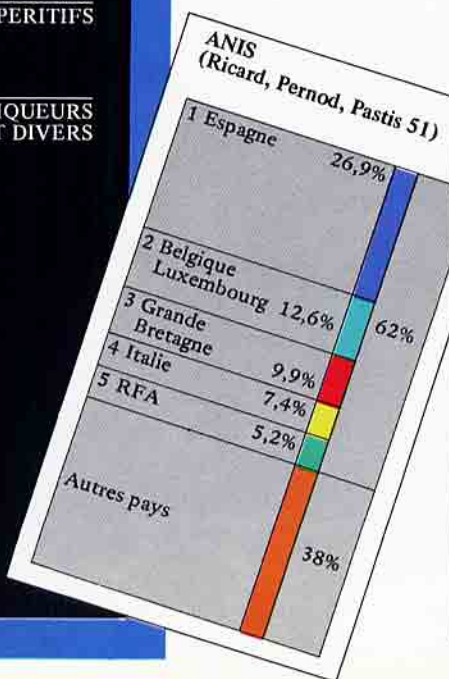
Ces dernières années, le taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires à l'exportation de Pernod Ricard, réalisé par sa filiale spécialisée, la SEGM est voisin de 20 %. Ce résultat conforte la volonté du Groupe d'exporter et lui permet de trouver à l'étranger le relais de l'expansion qu'il a connue sur le marché national.

L'exportation des spiritueux est caractérisée par la diversité des marchés et des produits. Cette répartition marchés-produits présente plusieurs avantages :

- d'abord, celui de pallier l'éventuelle stagnation d'un marché pour des raisons de conjoncture locale, par exemple, par le dynamisme soutenu des autres.

- ensuite, de pouvoir utiliser la meilleure percée commerciale réalisée par un produit du Groupe et son importateur sur tel marché au profit d'une autre marque de Pernod Ricard.

- enfin, grâce à la bonne mise en place des principaux spiritueux en Europe, de profiter à plein des échanges de populations, touristiques ou professionnels, qui s'avèrent être un bon moyen de faire apprécier des produits nouveaux.



LA FISCALITÉ EN FRANCE ET EN EUROPE

En France

La fiscalité spécifique des spiritueux en France se caractérise par une anomalie : les droits varient en fonction de la nature des produits.

Les droits spécifiques par litre d'alcool pur contenu dans les spiritueux vont de 16,30 F à 58 F. Cette fiscalité discriminatoire, selon la nature des produits, entretient une injustice. Aucune explication logique ne justifie de perpétuer un système qui favorise certains produits par rapport à d'autres. Seule la teneur en alcool doit être retenue comme assiette pour les droits.

Certains secteurs de production peuvent se trouver en difficulté structurelle ou conjoncturelle. Ils peuvent légitimement, du fait des conséquences sociales notamment, espérer une assistance. Mais le soutien nécessaire à accorder aux producteurs de matières premières de base doit trouver sa solution dans un fonds d'entraide nationale et européenne et non par le biais d'artifices fiscaux.

Les anisés supportent en France le taux maximum de droits. Avec 540 000 Hl d'alcool pur ils apportent au budget de l'Etat, hors la TVA, 3,132 milliards de francs sur un total d'environ 6 milliards perçus sur les spiritueux.

Pour sa part, Pernod Ricard a versé directement au Trésor en 1977 1,705 milliard de francs, une partie des droits ayant été acquittée en sus par ses clients grossistes.

Dans ces conditions, la fiscalité française avec la soulte sur l'alcool pur représente une charge très lourde pour les anisés. C'est ainsi que 73 % du prix détail reviennent au budget de l'Etat par le jeu de droits et taxes.

Sachant que ces dernières années la fiscalité a progressé plus vite que l'indice des prix, il ne faut pas s'étonner du rôle qu'elle a joué dans le ralentissement de la consommation française au moment où par ailleurs l'économie connaissait des difficultés générales sérieuses.

En Europe

Nos partenaires de la C.E.E. - à l'exception du Danemark qui veut protéger ses productions nationales d'acquavit - appliquent une fiscalité simple, reposant sur des droits proportionnels à la teneur en alcool. Ils dénoncent les discriminations fiscales françaises comme étant des entraves à la libre circulation des produits.

La France est arrivée jusqu'au point de rupture avec ses partenaires sur ce point.

Plutôt que d'encourir une condamnation ou d'adopter hâtivement des mesures préjudiciables à nos intérêts, il est nécessaire de rechercher une harmonisation de la fiscalité communautaire.

Deux idées doivent y présider :

- c'est le degré alcoolique, seul critère simple et efficace, qui doit servir d'assiette aux droits,
- les Etats membres cherchent à parvenir à un niveau aussi uniforme que possible de taxation, laissant ainsi à chacun des producteurs tant sur leur marché national qu'à l'exportation des chances égales de se développer.

Pour sa part, Pernod Ricard fortement engagé dans le développement de ses ventes sur les marchés européens tient pour essentielle la solution qui sera apportée à la réglementation de la fiscalité. Les spiritueux français et étrangers sont appelés à circuler en quantités toujours plus élevées. Il faut donc que le Groupe maintienne intacte la plateforme de développement que représente pour lui le marché français des Anis et puisse développer son exportation. Pernod Ricard a la volonté et les moyens de réussir cette entreprise. Il est juste qu'il le fasse à armes égales face à des concurrents très puissants.

TAXATION DES SPIRITUEUX DANS LE MARCHE COMMUN

	Droits en Francs par litre d'alcool pur	Droits + TVA sur droits
R F A	41,92	45,45
Belgique	42,09	52,61
Danemark	132,66 et 203,66	156,54 et 240,32
France	16,30 à 58,00	19,17 à 68,21
Irlande	117,41	129,15
Italie	6,60	7,39 à 8,91
Luxembourg	23,46	25,80
Pays-Bas	41,79	49,31
Royaume - Uni	90,32	97,55

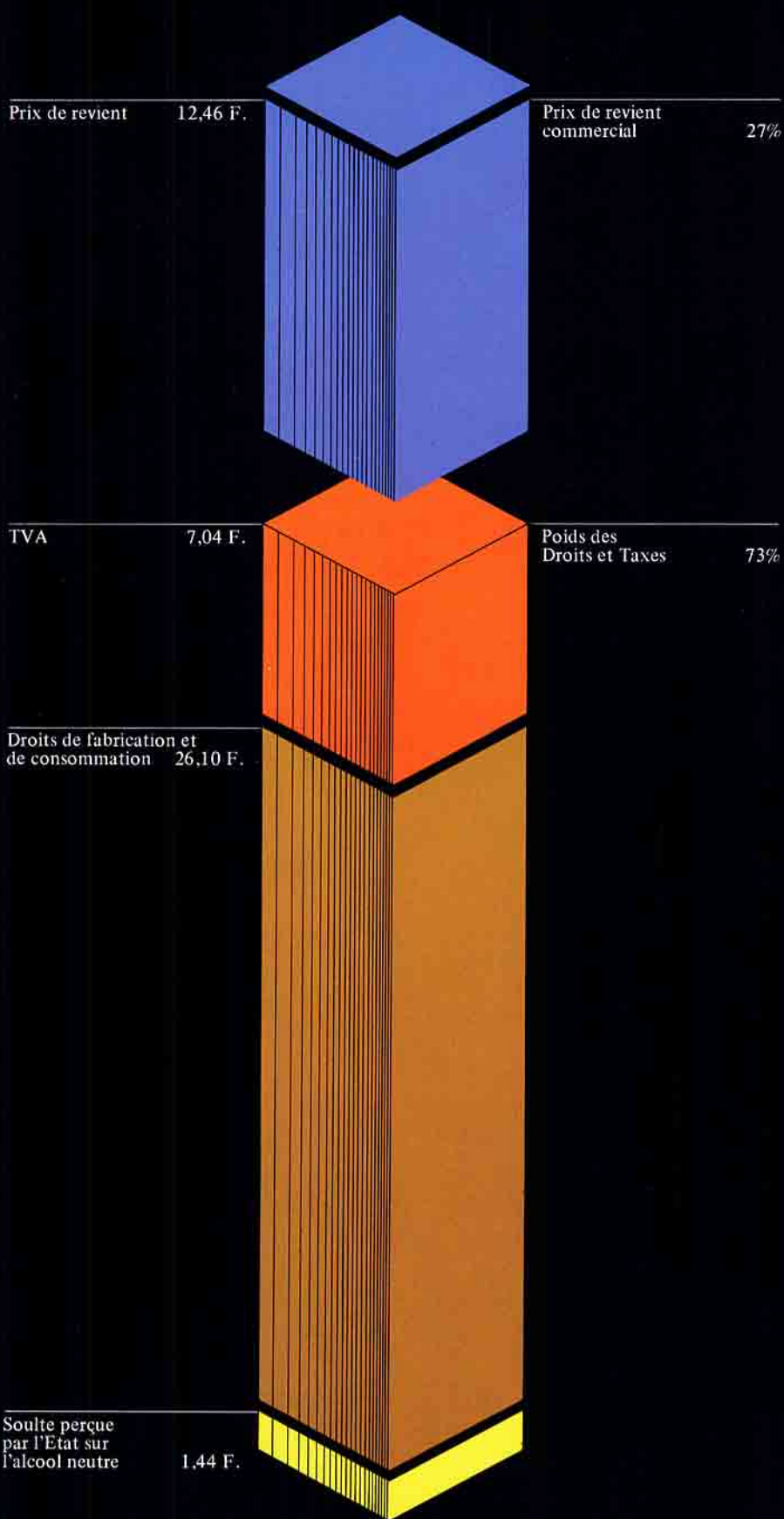
Moyenne pondérée des droits de la C.E.E.	45,20 F.H.TVA
Moyenne pondérée des droits en France	46,95 F.H.TVA
Droits sur les anis en France	58,00 F.H.TVA

Les moyennes pondérées en Europe et en France sont relativement proches. Mais les anis français sont nettement au-dessus. Et la dispersion est considérable entre l'Italie 6,60F. et le Danemark 203,66F.

PERNOD RICARD ET SON ENVIRONNEMENT

FISCALITE EN FRANCE		
Produits	Droits spécifiques par HL/ AP	Montant des droits par unité commerciale hors TVA
vins doux naturels	1 630 F.	2,60 F./l à 16°
rhum, crème de cassis	3 100 F.	12,40 F./l à 40°
eaux-de-vie, liqueurs	3 880 F.	10,86 F./70cl à 40°
apéritifs à base de vin,	4 525 F.	7,24 F./l à 16°
amers, gentianes	5 800 F.	26,10 F./l à 40°
anisés	5 800 F.	17,41 F./75cl à 40°
whisky, gin, vodka		
Moyenne pondérée des droits 4 695 F.		

STRUCTURE DU PRIX D'UN LITRE D'ANISE A 45° (prix de détail 47,04 F.)



LE RÉGIME ÉCONOMIQUE DE L'ALCOOL

L'alcool neutre est le composant de base des spiritueux anisés, des amers et gentianes élaborés par Pernod Ricard. Le Groupe en achète 420 000 hl chaque année au service des alcools au prix de 420 F l'hectolitre, soit au total 176,4 millions de francs. Dans cette somme, est comprise une soulte de 320 F par hectolitre, soit 134,4 millions de francs, qui est, en fait, une taxe sans base légale.

Afin de préserver l'égalité des conditions de concurrence entre les fabricants de la C.E.E., le service des alcools français percevait sur les spiritueux importés des taxes compensatoires représentant la différence entre le prix français du Monopole, 420 F l'hectolitre, et le prix étranger, toujours inférieur.

Les producteurs étrangers ont dénoncé cette pratique devant la Cour de Justice de Bruxelles. Le Monopole français allait donc être condamné. Pour sauver le Monopole, le Gouvernement français, le 22 juillet 1977, a supprimé l'objet de la plainte et a renoncé purement et simplement aux taxes compensatoires. Il en résulte pratiquement une grave distorsion des conditions de concurrence, au seul bénéfice des producteurs européens et au détriment des français.

Par exemple, lorsque la France importe 42 millions de bouteilles de whisky, comme elle l'a fait en 1977, elle admet sur le marché des apéritifs 126 000 hectolitres d'alcool pur dont le prix de revient est d'environ 250 F l'hectolitre. Les apéritifs nationaux eux sont élaborés avec de l'alcool payé 420 F l'hectolitre. Nous donnons ainsi « une prime à l'importation » de 170 F l'hectolitre. Les producteurs écossais bénéficient d'un avantage de plus de 20 millions de francs.

La Direction Générale de la Concurrence de la Communauté Européenne constate bien qu'il y a là un acte de discrimination à l'égard des producteurs français, mais elle n'a pas le pouvoir de mettre fin à une « discrimination de la part d'un Etat membre (la France) à l'égard de ses ressortissants (dont Pernod Ricard est le plus important) ».

Le bon sens demande que soit mis fin rapidement à cette situation incohérente au sein du Marché « commun ». La solution est apportée par l'appellation même de ce marché: l'alcool doit être vendu à un prix européen, le même pour tous les élaborateurs, proche du coût réel de production pratiqué sur le marché mondial. Il faut donc supprimer la soulte.

LA PUBLICITE

La loi française interdit la publicité en faveur des spiritueux anisés. Cette interdiction est faite au nom de la lutte contre l'alcoolisme. Comment peut-on l'admettre alors que la publicité est totalement libre pour certaines autres boissons alcoolisées et est réglementée pour d'autres ? L'alcool reste l'alcool sous quelque forme que ce soit.

La discrimination publicitaire est inefficace au regard de la lutte contre l'alcoolisme car la suppression de la publicité ne change rien à la consommation totale d'alcool. Elle ne peut que déplacer la demande de certains produits vers d'autres.

La publicité intervient dans le choix du consommateur entre les marques présentes sur le marché. La réalité française montre, en fait, qu'il y a un abaissement continu du niveau moyen d'alcoolisation de la population et qu'il est faux de parler d'une recrudescence de l'alcoolisme en France. La consommation annuelle d'alcool pur par habitant ne cesse de diminuer régulièrement. En 10 ans, elle est passée de 30 à 23,9 litres par adulte de plus de 20 ans. Par ailleurs, on constate une stabilité du taux des décès d'origine alcoolique, et même, ces dernières années, un léger fléchissement.

Il est également absurde de s'en prendre aux anis et à eux seuls alors qu'ils représentent moins de 6 % de la consommation totale exprimée en alcool pur en France.

Chez nos partenaires européens, tous les produits sont traités sur un pied d'égalité. Les discriminations françaises sont, en conséquence, attaquées à Bruxelles et pourront entraîner des mesures de rétorsion particulièrement nuisibles au développement du Groupe à l'étranger.

De plus, l'interdiction de publicité tend à discréditer des produits auprès des consommateurs français et étrangers.

La publicité est un droit au même titre que produire et vendre. Elle doit être accordée à tous les produits, dans le cadre d'une réglementation nécessaire pour promouvoir le bon usage de l'alcool et préserver le consommateur de l'abus.

Estimation de la consommation totale
(taxée et autoconsommation)
des boissons alcoolisées en France,
exprimée en hectolitres d'alcool pur.

	HL/AP	% du total
vin, champagne, VDN	6 315 000	69,21
bière	1 142 000	12,52
cidre	223 000	2,45
spiritueux	1 444 000	15,82
		100,00
dont spiritueux anisés		5,79

L'interdiction de publicité qui frappe les anisés, le whisky, le gin et la vodka porte, en fait, sur des produits qui représentent 8% de la consommation d'alcool des Français. Les 92% restant sont soit libres, soit assujettis à une réglementation restrictive.

LA RECHERCHE

Les laboratoires Pernod Ricard, au service de toutes les sociétés du Groupe, sont organisés en quatre unités principales.

Les nouveaux produits

Bien que les produits de bouche et surtout les boissons aient par rapport à d'autres produits de grande consommation une durée de vie très longue, il est nécessaire de préparer l'avenir. La recherche de nouveaux équilibres entre les arômes, les sucres, l'alcool qui donnera naissance à des produits nouveaux est longue et délicate, car ses résultats affronteront le plus sévère des jurys : le nez et le palais des consommateurs. Entre également dans ce domaine de la recherche l'amélioration constante des procédés d'élaboration dont les résultats sont comparés avec les meilleurs produits obtenus par les méthodes traditionnelles.

Physiologie des boissons alcoolisées et des huiles essentielles

Il s'agit d'études sur les effets physiologiques de l'alcool, des essences aromatiques qui y sont incorporées ainsi que sur les rapports existant entre les divers types d'aliments consommés en même temps que des boissons alcoolisées.



Pour les recherches à long terme, ce laboratoire dispose d'une animalerie qui permet de garder en expérience quelques centaines de rats et de souris. Ces animaux sont utiles pour mesurer non seulement l'action globale et prolongée des boissons alcoolisées, mais ils sont également précieux pour étudier les effets sur la santé des essences aromatiques utilisées en liquoristerie comme en confiserie, pâtisserie, voire en charcuterie (menthe, vanille, mélisse, anis ou fenouil etc...).

Les travaux les plus récents portent sur la dépendance vis-à-vis de l'alcool. Un procédé original d'alcoolisation des animaux par l'utilisation d'atmosphère à teneur en vapeur d'alcool contrôlée a permis de rechercher les effets et les mécanismes de cette dépendance.

Il devient maintenant possible d'étudier les bases biochimiques de cette dépendance. L'objectif suivant sera de trouver les moyens de la combattre.

Les laboratoires de recherches du Groupe sont à l'origine de l'Institut de Recherches Appliquées aux Boissons (IRAB). Cet organisme constitué en association sans but lucratif a pour objet toutes les études sur les boissons et notamment les jus de fruits, les boissons à base de jus de fruits, les alcools et les spiritueux.

Il entreprend des recherches fondamentales ou appliquées sur les techniques agronomiques de production des matières premières, la technologie de l'élaboration, de la conservation et du conditionnement des boissons, leurs caractères analytiques. Il consacre une part notable de son activité à l'étude des effets physiologiques des boissons en général et de l'alcool en particulier.

L'analyse des arômes alimentaires

L'arôme des aliments et celui des boissons en particulier est sans doute l'élément décisif qui les fait rechercher ou refuser par les consommateurs. Le rôle du « nez » comme dans l'industrie des parfums est de juger en dernier ressort. Mais l'analyse des arômes par des moyens modernes de laboratoires permet une meilleure connaissance des phénomènes commandant le goût.

L'analyse par chromatographie gazeuse et chromatographie liquide de haute précision, des extraits aromatiques ainsi que des alcools est l'un de ces moyens. Ce laboratoire a été le premier à utiliser l'un des secrets de la vie des plantes : celui de l'eau lourde qu'elles concentrent dans le jus de leurs fruits. Ainsi grâce aux dosages très fins réalisés sur un spectographe de masse isotopique, nous pouvons déterminer les origines géographiques précises des jus de fruits et des extraits.

Ces recherches nous ont permis également de mettre au point une méthode pour caractériser l'origine des eaux-de-vie et suivre le métabolisme de l'alcool dans l'organisme.

La recherche technologique

Avant de modifier à l'échelle industrielle un processus technologique et a fortiori avant d'en adopter un nouveau, il est nécessaire de procéder à des essais aussi proches que possible des futures conditions d'exploitation.

Les laboratoires de technologie sont équipés pour réaliser des mises au point de procédés de broyage, pressage, centrifugation, flash pasteurisation, conditionnement de jus de fruits, distillation de boissons alcoolisées et extraction d'arômes.

Ils ont en outre mis au point une technique originale pour deshydrater les jus de fruits et de façon plus générale tous les extraits à haute valeur aromatique. Grâce à l'emploi de micro-ondes comme sources d'énergie, cette dessiccation est obtenue à basse température (+ 35°C + 45°C) dans des conditions qui respectent le profil aromatique des fruits les plus fragiles comme la fraise et la framboise.



PERNOD RICARD PARTENAIRE DE L'AGRICULTURE FRANÇAISE

Par la nature même de ses produits, les activités de Pernod Ricard sont directement reliées à celles du monde rural.

Le Groupe met en œuvre annuellement 540 000 hectolitres d'alcool d'origine agricole. Ils représentent environ 20 % de la production moyenne d'alcools agricoles en France, hors les distillats de vin.

Pour élaborer les apéritifs à base de vin, les vins doux naturels, alimenter les alambics qui donneront les eaux-de-vie de cognac et d'armagnac Pernod Ricard utilise ou transforme près de 500 000 hectolitres de vin.

Si l'on y ajoute les achats de la Société des Vins de France, les débouchés offerts par le Groupe aux viticulteurs français s'élèvent à plus de 4 millions d'hectolitres.

Sans compter les fruits exotiques, Pernod Ricard fait appel aux producteurs français pour 70 000 tonnes de pommes qui fourniront jus de pomme, cidre et calvados. Le raisin à lui seul dépasse 7 500 tonnes. Les autres fruits comme les mirabelles, les poires, les cerises, les cassis, les framboises, les fraises, etc. nécessaires pour les boissons aux fruits, les sirops, les liqueurs et les eaux-de-vie de fruits représentent 13 000 tonnes.

Les achats annuels de sucre dépassent 30 000 tonnes, soit la consommation d'une ville comme Béziers, Pau ou Troyes.

Enfin, si de nombreuses plantes aromatiques viennent de pays étrangers souvent très lointains comme le cacao, la cannelle, la vanille, la réglisse, les écorces d'oranges amères, etc. le sol français apporte plus de 300 tonnes de plantes, d'écorces ou de racines qui entrent dans l'élaboration des extraits de base de différents produits. Citons la gentiane, la menthe, le genièvre, le génépi par exemple.

Pernod Ricard est très attaché, au-delà de son rôle de client de l'agriculture à entretenir des liens étroits avec les producteurs qu'ils soient isolés ou groupés en coopératives. En outre, de nombreuses recherches sont entreprises en collaboration directe avec les producteurs agricoles intéressés dans le domaine de la viticulture, dans celui de la mise au point de nouvelles cultures comme celles du fenouil pour l'anis et de la gentiane.

Pernod Ricard s'affirme donc aussi comme partenaire de l'agriculture française.





L'histoire de l'Anis, plante aromatique et médicinale est très ancienne. Elle est aussi universelle. Déjà en Mésopotamie, 7 000 ans avant notre ère, l'anis médicinal était associé à la réglisse. Les Egyptiens, 1 400 ans avant J.C. soignaient la « fuite du cœur » avec l'anis. Les Chinois l'utilisaient autant en médecine qu'en gastronomie. En 812, Charlemagne ordonna sa culture dans les domaines impériaux. Au XIX^e siècle les Hollandais importèrent en Europe une macération alcoolique de badiane ou anis étoilé et de réglisse préparée en Inde.

Les spiritueux anisés d'aujourd'hui sont donc le fleuron d'un arbre généalogique dont les racines plongent loin dans l'espace et dans le temps. La finesse et la force de leur arôme et leurs propriétés rafraîchissantes exaltées par leur mode de consommation, allongée d'eau, les ont fait adopter par des millions de consommateurs en France, en Europe et dans le monde.

Des extraits végétaux

La saveur et l'arôme des anisés proviennent exclusivement des plantes.

Les extraits sont préparés à partir soit de l'anis vert d'Europe, soit de la badiane d'Extrême-Orient, soit encore du fenouil. Leurs fruits sont distillés et donnent l'essence d'anis.

Depuis 1974, Pernod Ricard s'est attaché à diversifier ses sources d'approvisionnement et a entrepris la culture du fenouil sur le sol français. En quatre campagnes le rendement à l'hectare en essence d'anis a doublé. Le fenouil, cultivé sur près de 1 000 hectares, couvre environ 10 % des besoins de Pernod Ricard, alors que la badiane reste la source principale d'approvisionnement.

La réglisse, deuxième plante utilisée pour l'élaboration des boissons anisées provient du bassin méditerranéen. Sa racine fortement aromatique apporte une saveur sucrée qui arrondit le goût de la boisson.

D'autres plantes aromatiques ajoutent les notes originales qui donnent à chaque marque sa personnalité : Ricard, Pernod, Pastis 51, Alizé.

La Physiologie de l'Anis

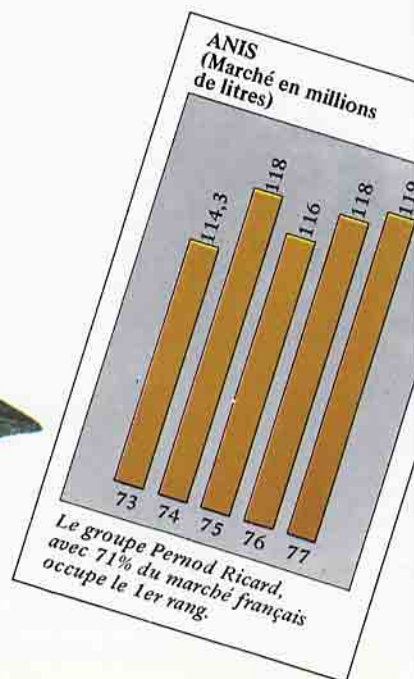
Si l'anis, arôme alimentaire, peut se prévaloir d'un long usage tant dans le domaine médical que dans celui des boissons, encore fallait-il établir, à l'aide des dernières techniques scientifiques son innocuité totale. En 1960, L. Vignoli commença à étudier le métabolisme de l'anis chez le lapin. Son travail fut poursuivi par B. Le Bourhis, ingénieur de recherche de l'I.R.A.B., qui eut la possibilité de conclure à une élimination rapide de l'anis chez le rat grâce à l'emploi de molécules d'anis marquées au carbone radioactif ¹⁴C par le Commissariat à l'Energie Atomique. L'action répétée de doses importantes d'essence d'anis (250mg par kg par jour pendant 18 mois pour des rats, ce qui équivaudrait à 8 litres d'apéritif anisé par jour pour un homme de 70 kg) n'a provoqué aucune intoxication.

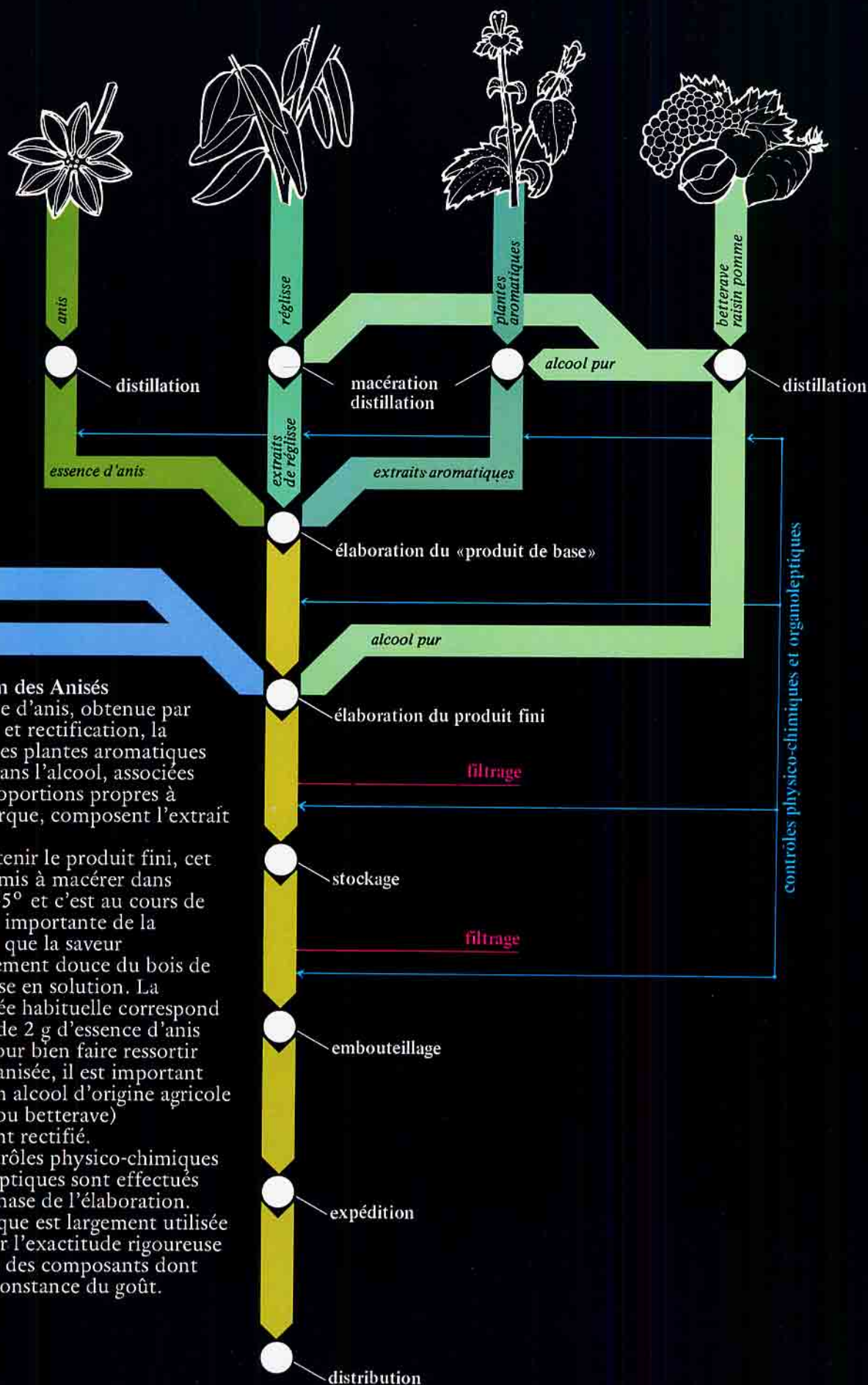
Il montra également, en collaboration avec les Professeurs Boissier et Simon, que l'essence d'anis est un léger dépresseur du système nerveux central, mais sans effet mesurable à sa dose d'emploi dans les spiritueux anisés.

A travers ces recherches, le Groupe Pernod Ricard a tenu à assumer sa responsabilité vis-à-vis des consommateurs.

Le marché des Anisés

En France, le marché des Anisés est de loin le plus important dans le domaine des spiritueux. Pernod Ricard en est le leader. Ces cinq dernières années, le marché français des Anis affiche une progression ralentie par rapport au rythme qu'il a connu auparavant. Pour Pernod Ricard l'exportation assure le relais indispensable.





Elaboration des Anisés

L'essence d'anis, obtenue par distillation et rectification, la réglisse et les plantes aromatiques macérées dans l'alcool, associées dans les proportions propres à chaque marque, composent l'extrait de base.

Pour obtenir le produit fini, cet extrait est mis à macérer dans l'alcool à 45° et c'est au cours de cette étape importante de la fabrication que la saveur particulièrement douce du bois de réglisse passe en solution. La saveur anisée habituelle correspond à l'emploi de 2 g d'essence d'anis par litre. Pour bien faire ressortir cette note anisée, il est important d'utiliser un alcool d'origine agricole (vin, cidre ou betterave) parfaitement rectifié.

Des contrôles physico-chimiques et organoleptiques sont effectués à chaque phase de l'élaboration. L'électronique est largement utilisée pour assurer l'exactitude rigoureuse des dosages des composants dont dépend la constance du goût.

Ce groupe de boissons, titrant de 16° à 20°, consommées en France à l'apéritif, représente un volume total considérable puisqu'il dépasse 150 millions de litres. Toutefois, si ce total a peu varié ces dernières années, l'évolution des ventes de ces trois types de produits n'est pas homogène.

La consommation des apéritifs à base de vin est en nette régression. Ce marché est très sensible aux prix et à l'incidence des droits qui ont un poids très lourd. Ils affrontent la concurrence directe des vins doux naturels plus favorisés à cet égard. Pernod Ricard avec quatre marques d'apéritifs à base de vin, Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano et Byrrh, et la Suze occupe la deuxième place dans ce marché dominé par un très petit nombre de marques.

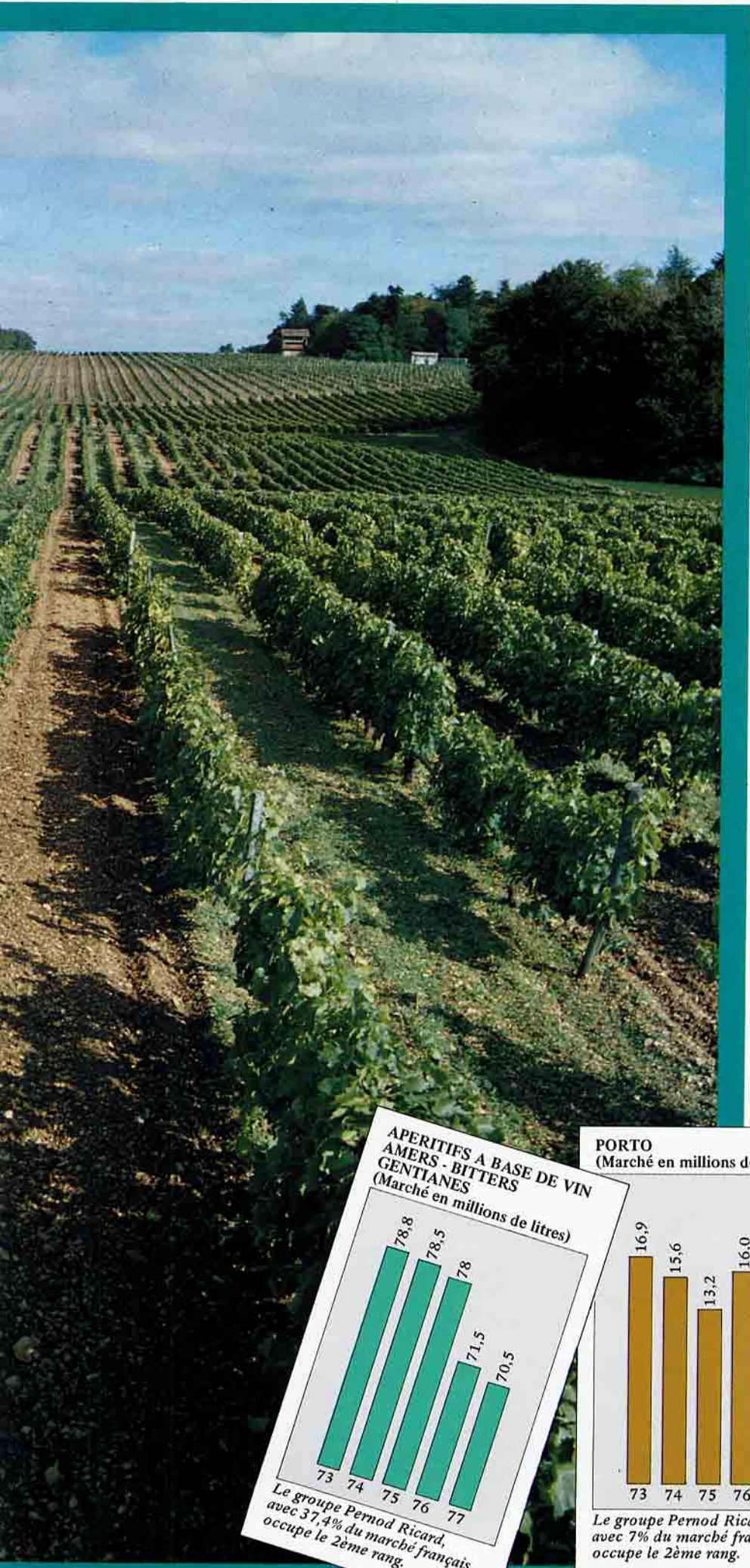
Le marché du Porto, comme celui des vins doux naturels, par contre, voit s'affronter un très grand nombre de marques. Le volume total de ce marché est caractérisé par des mouvements irréguliers de contractions et de reprises. Depuis trois ans le Porto a retrouvé une expansion vigoureuse.

Grâce à ses marques et à l'activité déployée par les réseaux commerciaux des Sociétés CDC-Cusenier, Pernod et Ricard, le Groupe occupe de solides positions sur ces marchés, tant dans les cafés et restaurants qu'en vente à emporter.

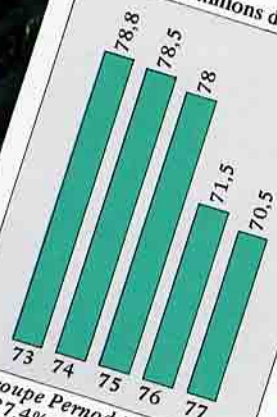


**APERITIFS A BASE DE VIN -
AMERS - BITTERS - GENTIANES -
PORTO - VINS DOUX NATURELS**



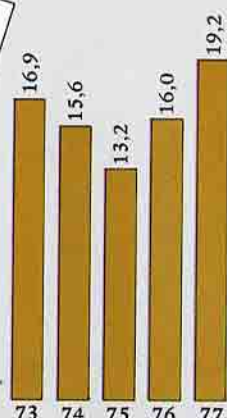


**APERITIFS A BASE DE VIN
AMERS - BITTERS
GENTIANES**
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard,
avec 37,4% du marché français,
occupe le 2ème rang.

PORTO
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard,
avec 7% du marché français,
occupe le 2ème rang.

VINS DOUX NATURELS
(Marchés en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard,
avec 4,9% du marché français,
occupe le 4ème rang.

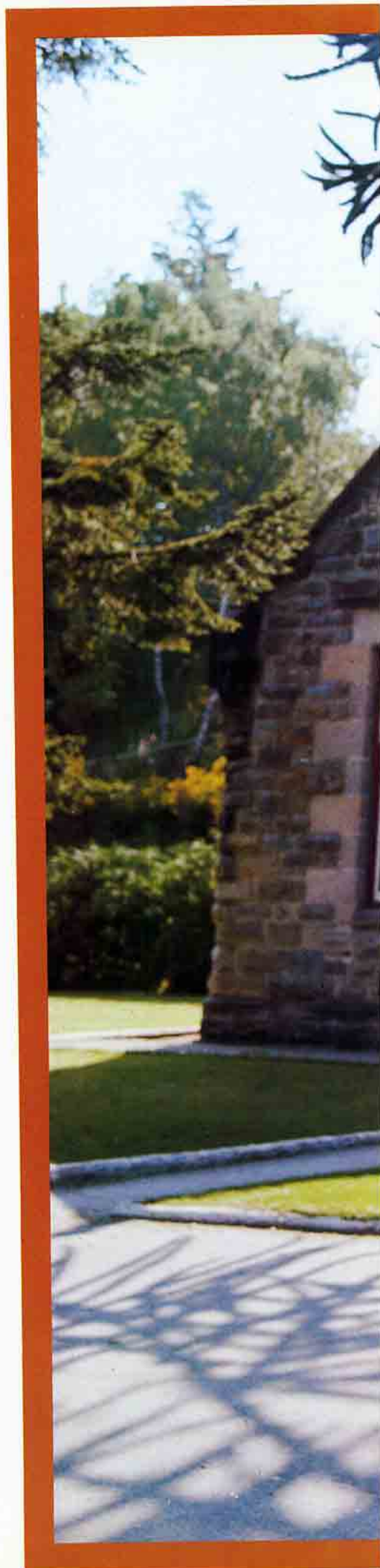
La consommation française de whisky est presque exclusivement assurée par le scotch whisky. Cet alcool de grain né de la distillation de l'orge et de l'orge malté et vieilli au moins trois ans en fût de chêne, connaît depuis vingt ans un succès sans défaillance. Sa progression en volume se maintient à un taux de 6 à 7 % l'an. De 1976 à 1977, le whisky a même accru ses ventes de 9 % et il représente maintenant un quart du volume des spiritueux anisés consommés en France.

L'amateur français de whisky se recrute surtout dans les villes et dans les catégories sociales aux revenus supérieurs à la moyenne.

La France produit peu d'alcools de grains à consommer en « long drinks » mais grâce aux anisés, elle conserve toutes ses chances de résister à leur importation et de pénétrer à son tour les marchés étrangers où ces alcools dominent.

Autres alcools de grains, gin et vodka, avec des volumes beaucoup plus faibles, connaissent également une forte progression. Leur consommation a doublé de 1971 à 1977.

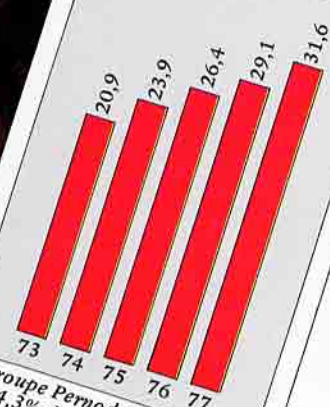
Pernod Ricard s'intéresse de très près à ces marchés, soit comme producteur, soit comme importateur. Avec la Société Campbell, le Groupe Pernod Ricard est la seule entreprise française à posséder ses propres moyens de production, de stockage et d'embouteillage en Ecosse, et à commercialiser en France comme dans le reste du monde des marques de scotch whisky lui appartenant.



WHISKY - GIN ET VODKA

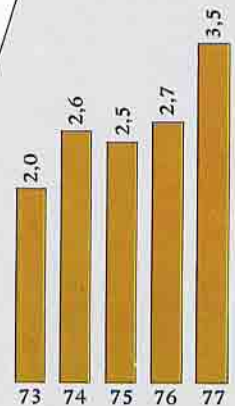


WHISKY
(marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 4,3% du marché français, occupe le 4ème rang

GIN ET VODKA
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 22,7% du marché français, occupe le 1er rang.

Les jus fermentés du raisin, de la pomme et de la canne à sucre donnent par distillation les plus populaires eaux-de-vie françaises. L'art de conduire la marche des alambics, de vieillir l'alcool en cuves ou en tonneaux, puis d'assembler les âges et les crus permet d'atteindre et de maintenir une qualité qui a fait la renommée mondiale de ces produits. Dans ce groupe de produits, malgré le handicap d'un coût de production élevé face aux brandies, le cognac a réussi une carrière internationale depuis fort longtemps. Plus récemment, l'armagnac s'est engagé dans cette voie.

Le marché français reste en volume très important grâce à la position de digestifs traditionnels occupée par le cognac, l'armagnac et le calvados, le rhum étant consommé de multiples façons en cocktails et en pâtisserie par exemple.

Le volume total de la consommation française de cognac, d'armagnac et de calvados est resté relativement stable ces dernières années, à 22 millions de litres.

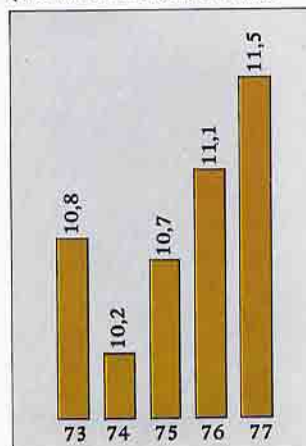
Mais ce total recouvre des variations. Le cognac après avoir fléchi affirme un redressement. L'armagnac progresse régulièrement à partir d'un volume faible en valeur absolue. Le calvados est assez stable.

Le cas du rhum est particulier. On note un net fléchissement de la consommation totale alors qu'on voit apparaître une nette progression des boissons préparées à base de rhum. Une autre chance pour ce produit pourrait bien lui être offerte par la consommation en « long drink » du rhum léger, le rhum blanc.

Pour sa part, Pernod Ricard est présent sur chacun de ces marchés avec des marques de renommée nationale et internationale comme le cognac Bisquit, l'armagnac Marquis de Montesquiou et le calvados Busnel.

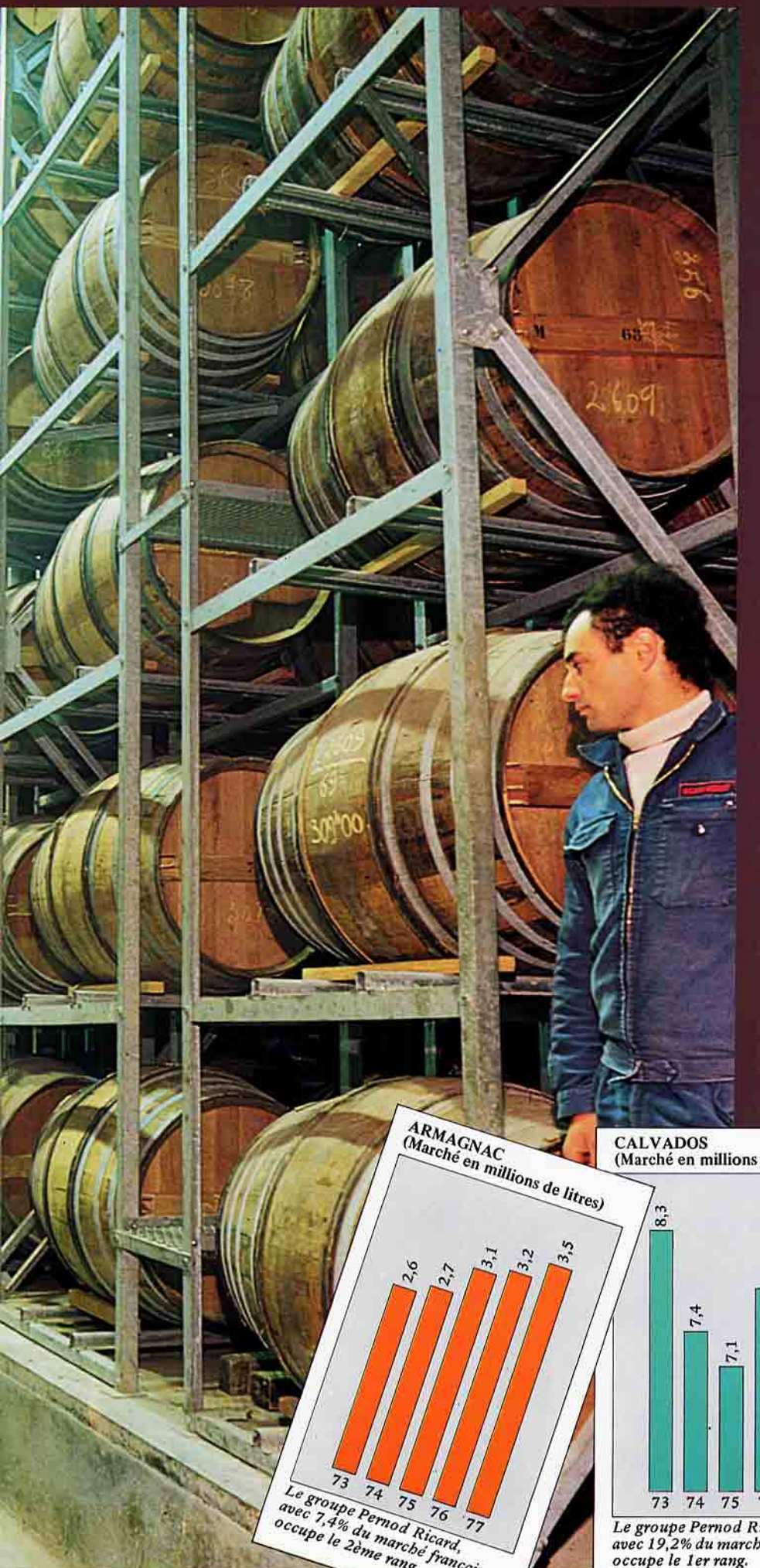
COGNAC ARMAGNAC CALVADOS RHUM

COGNAC
(Marché en millions de litres)

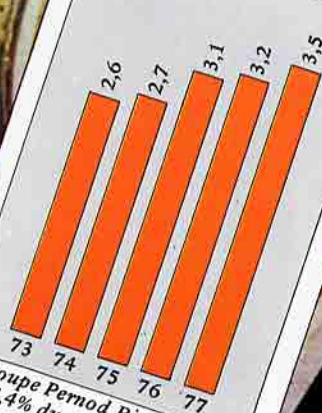


Le groupe Pernod Ricard, avec 7,6% du marché français, occupe le 4ème rang.



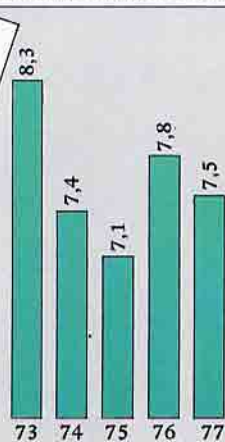


ARMAGNAC
(Marché en millions de litres)



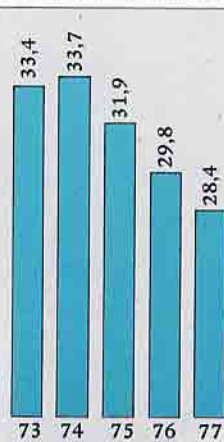
Le groupe Pernod Ricard, avec 7,4% du marché français, occupe le 2ème rang.

CALVADOS
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 19,2% du marché français, occupe le 1er rang.

RHUM
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 6% du marché français, occupe le 3ème rang.

Quatre filiales assurent l'activité du Groupe dans le domaine des boissons sans alcool et du cidre :

- JFA-Pampryl est la première affaire française de jus de fruits. Elle produit également des boissons aux fruits (Banga-Pampr'orange).
- la Société Parisienne des Boissons Gazeuses (S.P.B.G.) et sa filiale la Société Régionale de Boissons Gazeuses (S.R.B.G.) sont concessionnaires de Coca-Cola pour 80 % du territoire. La région de Bordeaux est exploitée par JFA-Pampryl.
- Cidreries et Distilleries Réunies, outre le calvados, produisent et commercialisent des jus de pomme et du cidre à partir des centres de production de l'Ouest de la France.
- CDC-Cusenier, dont l'activité principale reste celle des spiritueux, produit et commercialise des jus de fruits et des sirops (Pam-Pam, Freezor).

BOISSONS SANS ALCOOL ET CIDRE

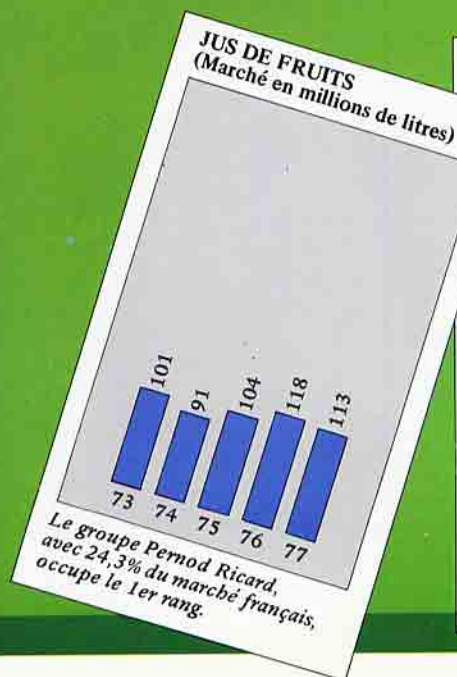
ETABLISSEMENTS INDUSTRIELS 1977

RICARD
PERNOD
CDC - CUSENIER
J.F.A.
S.P.B.G. S.R.B.G.
D.C. REUNIES



CONCESSIONS COCA-COLA

S.P.B.G.
S.R.B.G.
J.F.A. PAMPRYL

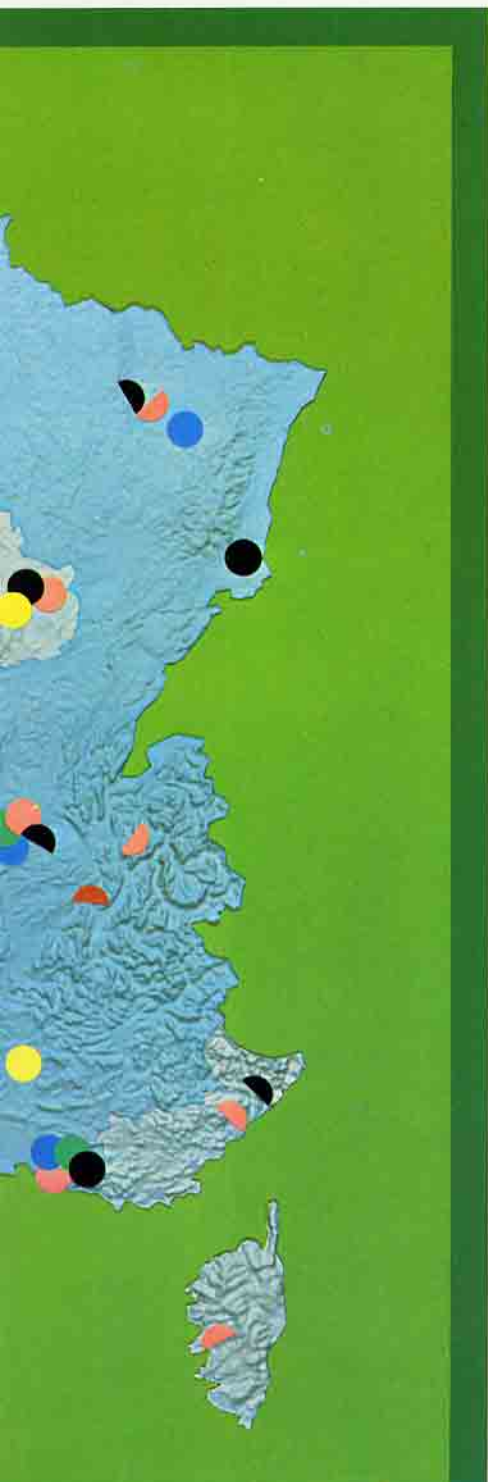


BOISSONS AUX FRUITS

(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 19,1% du marché français, occupe le 3ème rang.



Le marché français des boissons sans alcool, vendues en bouteilles, représente un volume considérable. Si l'on prend en compte le volume effectif des sirops dilués 6 ou 7 fois et l'équivalent liquide des poudres vendues en sachet, évalué à 25 millions de litres en 1977, on arrive à près de 50 litres de boissons diverses par habitant, par an. C'est sensiblement la moitié du volume du vin et l'équivalent de celui des eaux minérales.

D'une façon générale, ces boissons non alcoolisées, gazeuses ou non, plus ou moins sucrées sont très sensibles à l'évolution des coûts et aux conditions climatiques. La saisonnalité des ventes est très marquée. Elle impose aux producteurs, aux grossistes et aux détaillants une très grande souplesse pour l'embouteillage, la livraison et le stockage, c'est-à-dire bien souvent un suréquipement industriel.

En 1977, la consommation de ces boissons a été affectée par une saison estivale aux températures anormalement basses, alors qu'en 1976, l'été exceptionnellement chaud avait provoqué une pointe très forte, notamment en faveur des boissons aux fruits et de l'ensemble des boissons gazeuses. Heureusement, l'arrière saison de 1977 plus clémente a permis un redressement de l'activité, toutefois insuffisant pour compenser les pertes de volumes enregistrées en été.

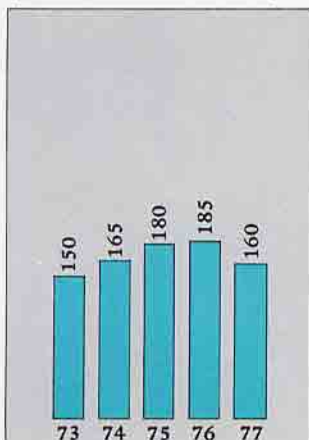
Le bilan global des boissons sans alcool s'établit à un volume de consommation tout à fait comparable à celui de 1975. Il faut cependant noter la chute assez nette des sodas en regard du développement continu des boissons aux fruits.

1977 a été marqué par l'apparition des poudres à diluer qui s'inscrivent comme un concurrent des boissons aux fruits. Leur prix et leur facilité d'emploi, avantages qu'elles partagent avec les sirops, font qu'ensemble ces boissons représentent en volume la consommation de près de 60% de celui des boissons rafraîchissantes sans alcool.

Face à la demande des consommateurs, les sociétés du Groupe Pernod Ricard poursuivent leur développement dans trois directions.

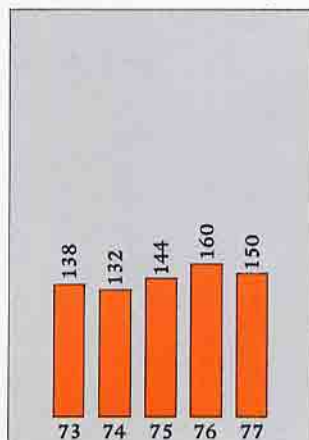
- assurer une qualité de produits irréprochable,
- répondre efficacement par des méthodes commerciales et industrielles aux besoins de leur clientèle,
- prendre pied dans les créneaux de produits nouveaux comme les poudres ou élargir, lorsqu'elle est modeste, leur part de marché dans les secteurs en croissance, comme celui des sirops.

SIROPS
(Marché en millions de litres)



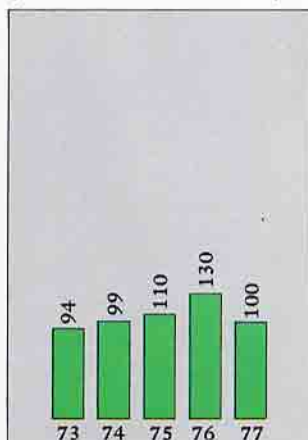
Le groupe Pernod Ricard, avec 2,3% du marché français, occupe le 4ème rang.

COLAS
(Marché en millions de litres)



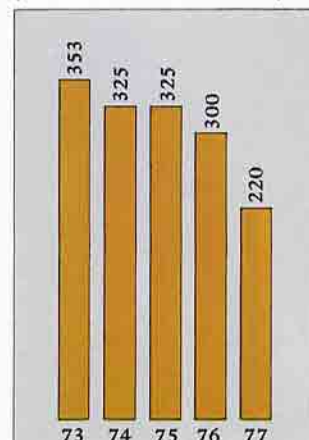
Le groupe Pernod Ricard, avec 71% du marché français, occupe le 1er rang.

TONICS BITTERS
(Marché en millions de litres)



Le groupe Pernod Ricard, avec 8,2% du marché français, occupe le 4ème rang.

SODAS
(Marché en millions de litres)

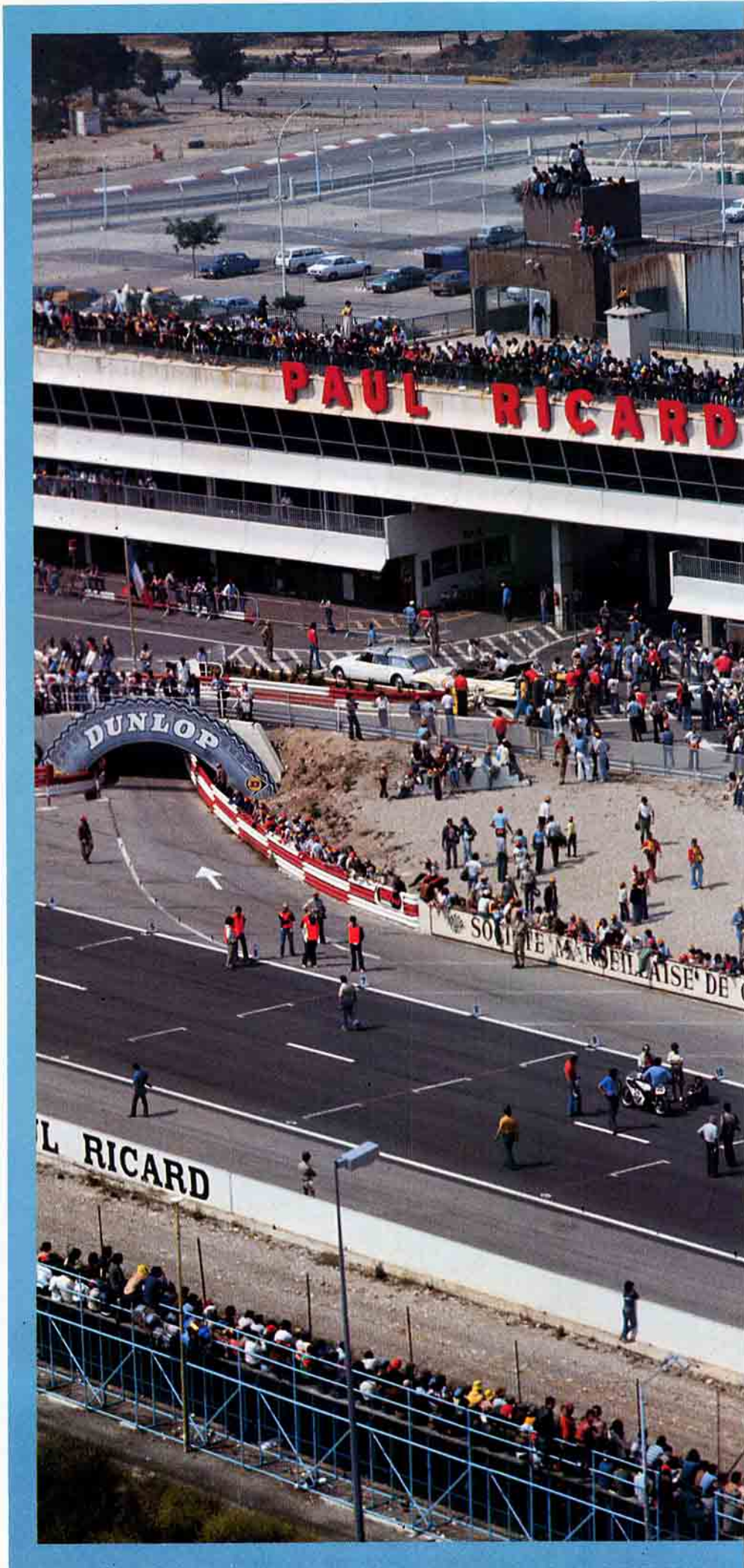


Le groupe Pernod Ricard, avec 15,2% du marché français, occupe le 1er rang.

45 années de succès

Pour la société Ricard, l'année 1977 a été celle du 45ème anniversaire de la création de sa marque. 45 années d'efforts et de succès. Née en 1932, la petite entreprise marseillaise a rapidement atteint une dimension nationale, puis internationale. Tant par ses résultats commerciaux que financiers, elle occupe la première position dans l'industrie française des spiritueux.

La commémoration exceptionnelle de cet anniversaire a d'abord eu lieu au cours d'un congrès du personnel commercial en présence du fondateur de l'entreprise, puis dans chacune des sept directions régionales. Plus que de glorifier le passé, il s'agissait de préparer l'avenir. La volonté d'associer l'ensemble du personnel à cet événement illustre le souci permanent de donner la priorité au capital humain.



RICARD



Sécurité tous azimuts

Pas de bouleversements spectaculaires dans l'outil de production, comme au niveau de l'appareil administratif, mais des équipements et des méthodes sans cesse affinés. La capacité totale de production est ainsi passée, au cours de ces dernières années, de 35 000 bouteilles/heure à 53 000 bouteilles/heure. Actuellement, il est possible sans effectuer d'heures supplémentaires, de faire face aux pointes de la demande en clientèle.

Par contre, des efforts importants ont été consentis dans le domaine de la sécurité, au sens le plus large du mot. Sécurité accrue pour le personnel grâce à la mise en place d'équipements spéciaux. Sécurité contre l'incendie partout où cela s'avérait nécessaire et notamment dans le département cognac, où des dispositifs exemplaires ont été installés en même temps qu'une formation active était apportée au personnel. Protection très élaborée contre le vol, aussi bien dans les unités de production que sur les véhicules de livraison.

Cet ensemble de mesures a valu à l'entreprise d'être distinguée par des organismes officiels, tels que le service de prévention des accidents de travail ou les caisses régionales d'assurance maladie.

Les perfectionnements constants apportés à l'outil de production ne se traduisent pas seulement par une meilleure productivité. Ils permettent d'améliorer la qualité de la vie professionnelle. Cela a encore été vrai en 1977 dans tous les centres de production où les postes pénibles ont été réduits au minimum: mécanisation de l'encaissage, de la palettisation et de l'alimentation des chaînes d'embouteillage. A titre d'exemple on peut citer les investissements réalisés dans le domaine de la lutte contre le bruit et qui ont atteint, à eux seuls, 1,8 millions de francs.

Un nouveau venu Dubonnet

En plus de l'évolution du potentiel industriel et commercial, la gamme des produits de la société s'est enrichie, depuis le 1er janvier 1977, d'un nom célèbre: Dubonnet. Ce quinquina, créé en 1846, devrait trouver une seconde jeunesse sur le marché national comme il a su la conserver à l'exportation où 17 millions de bouteilles ont été vendues en 1977 dans 135 pays. Les quelques 444 personnes qui forment l'effectif commercial de l'entreprise s'y emploient.



En direct avec le public

La stratégie commerciale de la société s'appuie sur une forme de propagande directe et aussi proche que possible de la clientèle. Plus de 6 000 manifestations (sportives, culturelles, corporatives, etc.) ont reçu le concours de l'entreprise. Une flotte de véhicules spécialement aménagés apporte aux organisateurs de nombreuses possibilités pour la présentation de spectacles et de jeux. Pour répondre au besoin grandissant de cette forme d'animation, la société a lancé sur les routes de France un deuxième super-car-podium. Il est doté d'équipements complets et très modernes: scène de 40m2 à déploiement automatique, centrale hydraulique, cabine de régie pour le son, salon de réception.

La tradition d'accueil et d'hospitalité de la société est fort ancienne puisque dès le début des années 50 elle aménageait des salons de réception au cœur de Paris, avenue de l'Opéra. Ce fut ensuite l'hôtel particulier de la rue de Solferino. Depuis 1976, elle dispose au 35 de l'avenue Franklin-Roosevelt, près du Rond-Point des Champs-Élysées, d'un point de rencontre et d'information remarquablement agencé. Ces salons sont fréquentés par de très nombreuses personnalités appartenant à tous les secteurs d'activités: industrie, sports, arts, sciences, etc. Ils accueillent les nombreux amis de la société de passage à Paris. Ils sont aussi le cadre de nombreuses expositions très appréciées du public et organisées par la Fondation culturelle Paul Ricard: collections d'objets rares, peinture, artisanat... Ils ont accueilli plus de 16 000 personnes dans l'année.

Evolution sociale

Malgré une année difficile, le bilan social 1977 est très positif:

- **retraite:** l'âge de la retraite a été abaissé à 63 ans (sans porter atteinte au pourcentage versé) avec possibilité de pré-retraite à 60 ans.

- **participation:** la réserve spéciale de participation s'est élevée à 13 712 000 F.

Comparée au salaire mensuel, la somme attribuée représente environ 2 mois 28 de salaire.

Compte tenu des accords dérogatoires élevant le taux légal de la participation, cette attribution a été 5,9 fois plus élevée que celle dont aurait bénéficié le personnel du fait de la stricte application de la loi.

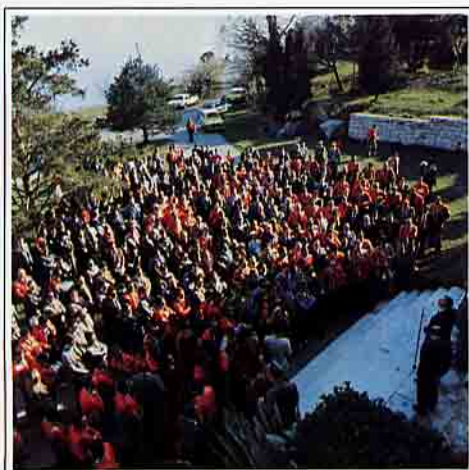
- **formation permanente:** le budget s'est élevé à 1,4 million de francs, soit 1,4% de la masse salariale, le minimum légal étant de 1%. Un collaborateur sur quatre a participé à un stage, et toutes les catégories de personnel ont été concernées. Cela représente 20 000 heures de formation. Cette politique répond aux besoins individuels comme à ceux de l'entreprise.

- **loisirs:** plus de 50 000 journées de vacances gratuites ont été offertes au personnel dans les six centres de loisirs de la société. Il faut y ajouter 400 enfants accueillis à la colonie de Pont-de-Labeaume, dans l'Ardèche.

Pour que ce bilan social soit complet, il est nécessaire de citer les régimes de prévoyance (garantie invalidité, remboursement de frais médicaux, assurance maladie, capital décès) et un ensemble de mesures qui vont de l'aide à la rentrée scolaire jusqu'aux retraités. Le budget du Comité d'Entreprise atteint 3 millions de francs.

L'aspect matériel de la politique sociale est renforcé par un sens développé de la concertation. Il est significatif de savoir que l'entreprise compte 172 élus délégués du personnel, membres des comités d'établissement et du comité central d'entreprise - pour 1 800 collaborateurs.

Ce rapide tour d'horizon illustre la détermination de la société Ricard de ne pas se contenter de son acquis mais de poursuivre dans tous les secteurs une politique prospective propre à lui assurer les succès futurs.



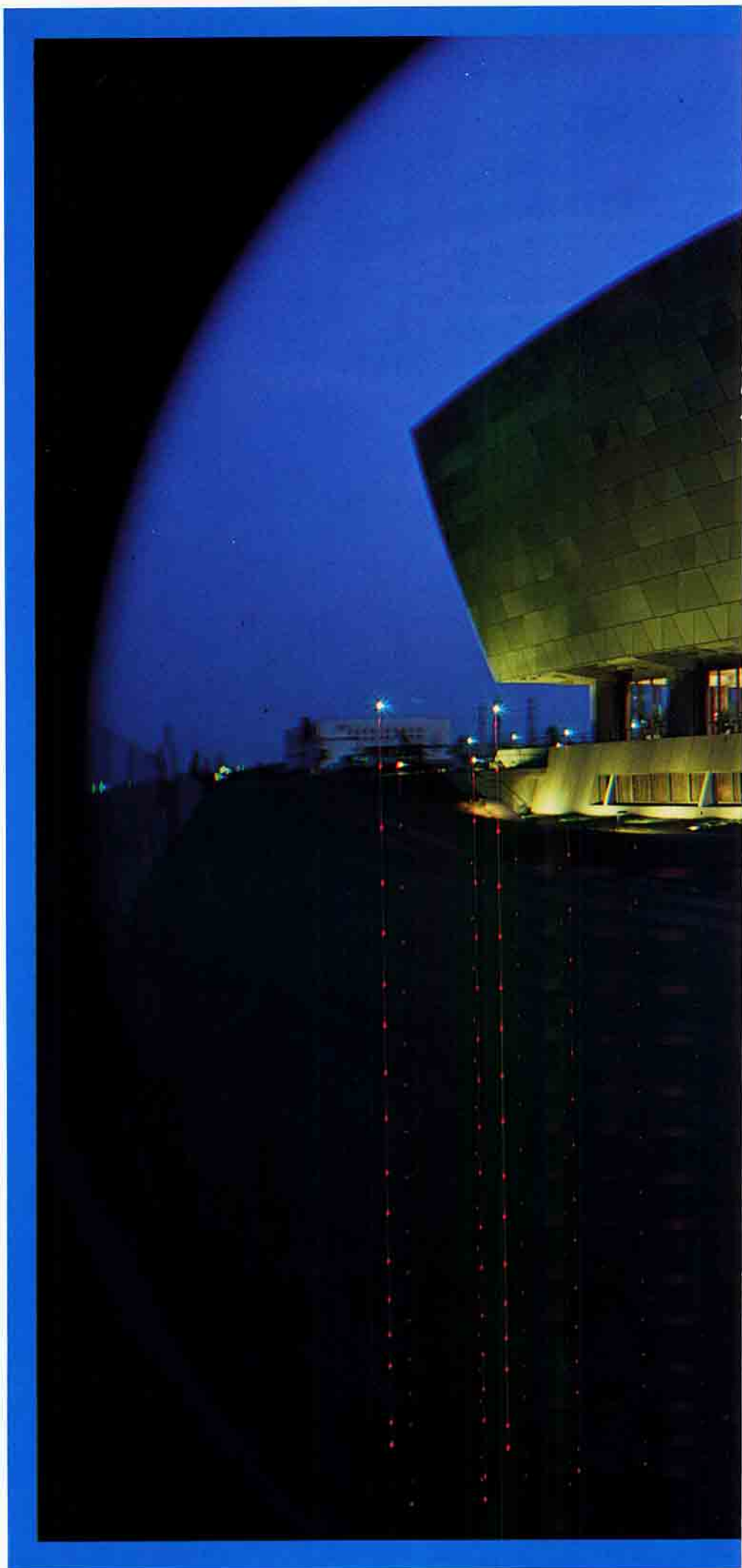
En 1926 la société Pernod Fils, fondée en 1 805 à Pontarlier, se rapproche de la Distillerie Hémard créée en 1 871 à Montreuil-sous-Bois.

Une autre entreprise, créée en 1 860 en Avignon sous le nom de société «Pernod Père et Fils», fabriquant elle aussi un anis, vient les rejoindre pour former «les Etablissements Pernod». En 1 959, la raison sociale deviendra Pernod tout court.

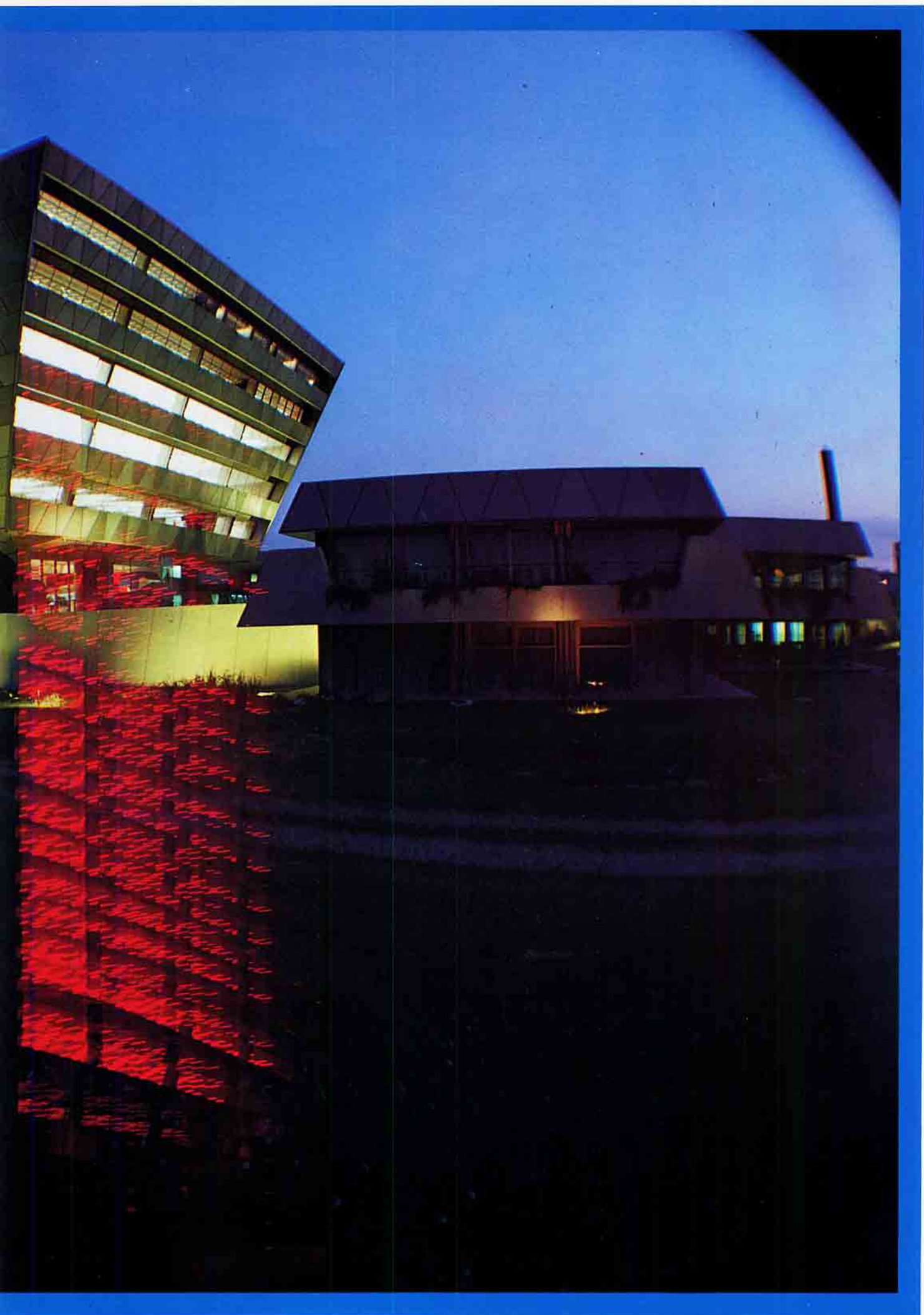
Après la guerre, Pernod lance un Pastis qui porte la date de sa naissance: 51. Tandis qu'à Maisons-Alfort, une distillerie, créée en 1 795, développe son apéritif à base de gentiane: la Suze.

En 1 965, Pernod épouse la Suze et la raison sociale demeure: Pernod.

Tels sont les ancêtres de la société Pernod actuelle, qui a hérité ainsi de la longue tradition de qualité attachée à cette marque.



PERNOD



Les moyens industriels

Pernod dispose en France de 4 usines:

- l'usine de Créteil, inaugurée en 1974, point de rencontre des techniques de pointe, a une capacité de production annuelle de 60 millions de cols. Elle est spécialisée dans:
 - l'élaboration des esprits et infusions pour toutes les usines de France et du monde;
 - le conditionnement des produits anisés, de la Suze ainsi que d'autres spécialités pour toute la moitié nord de la France;
 - le conditionnement pour l'ensemble de la France de tous les autres produits de la gamme.
- l'unité de Lyon d'une capacité de production annuelle de 10 millions de cols, est la plus ancienne. Elle répond aux besoins de la région Rhône-Alpes.
- l'unité de Marseille a été mise en service en 1967. Il s'agit d'une usine «compact» très automatisée avec une capacité de 12 millions de cols.
- l'usine de Bordeaux implantée sur un terrain à Mérignac (capacité annuelle de production: 8 millions de cols) est en cours d'agrandissement.

Les livraisons sont réalisées à partir des usines, de 4 dépôts appartenant à la Société, et par un réseau de 53 dépositaires extérieurs.

Le réseau commercial

Pernod a jugé nécessaire de s'approcher le plus possible du consommateur et donc d'avoir un contact permanent et direct avec tous les commerces.

Pernod a tenu compte de l'évolution de la distribution moderne et de la vocation du point de vente vis-à-vis du consommateur:

- clientèle répondant à une distribution dite «spécialisée» (cafés, bars, chaînes d'épiciers, grossistes en spiritueux, etc...);
- clientèle répondant à une distribution dite «de masse» (magasins à succursales multiples, magasins populaires, super et hyper-marchés, etc...).

Recherchant un maximum d'efficacité sur l'ensemble du territoire, Pernod a adopté une structure décentralisée qui comprend 9 directions régionales.

Le Directeur Régional dirige l'ensemble des activités Pernod sur le secteur géographique dont il a la charge et est responsable de la réalisation de ses objectifs. Il dispose d'un budget propre, et ses résultats financiers sont suivis par un système de contrôle de gestion.

Les réseaux de vente

Profitant de l'arrivée dans sa gamme de Cinzano et Byrrh, la Société Pernod a modifié en 1977 la répartition de ses produits entre les deux réseaux orientés vers la clientèle dite «spécialisée»:

- l'un est essentiellement axé sur la commercialisation de deux apéritifs: les Cinzano et Pastis 51.
- le second, construit autour de deux spécialités leaders de la Société (Suze et Pernod), comporte, outre Byrrh, une gamme de différents produits annexes.

Ces deux réseaux sont aidés par des agents-promoteurs également formés à la vente, mais chargés surtout d'effectuer des actions de propagande, de création de demande et de promotion.

Un troisième réseau, dit de «marchandiseurs», est spécialisé dans la vente et l'animation des circuits relevant de la distribution dite «de masse». Il est complété par des animateurs-commerciaux et des démonstratrices particulièrement chargés des animations dans les points de vente.

Pernod a sur la route: 277 représentants, encadrés par 52 agents-généralistes; 61 agents-promoteurs, encadrés par 10 attachés de direction; 48 marchandiseurs, 34 animateurs-commerciaux, encadrés par 14 inspecteurs. Soit au total environ 500 personnes.

Le dynamisme de cette importante force de vente est constamment entretenu par des séminaires de perfectionnement.

Les principaux produits

Pernod élabore et commercialise sous des marques appartenant au groupe:

Les boissons anisées: Pastis 51 et Pernod qui occupent ensemble la deuxième place du marché français des anis, ainsi que deux digestifs: Anisette 51 et Anisette Pernod. L'apéritif à base de gentiane: Suze, leader de son secteur.

Les apéritifs à base de vins, Cinzano et Byrrh commercialisés par Pernod depuis le 1er janvier 1977.

Les scotch whiskies: White Heather (blend) et Aberlour Glenlivet (pur malt) lancés sur le marché français au début de 1975.

Pour l'armagnac: Marquis de Montesquiou, leader du marché français, les approvisionnements de Pernod sont assurés par sa filiale, la Société des Produits d'Armagnac, qui est propriétaire de vignobles et de chais de vieillissement.

Il en est de même pour les eaux-de-vie blanches La Duchesse, filiale située au cœur de la Lorraine. Le rhum Naura, le calvados Lancelot, le gin Epsom, la vodka Voloskaya, le cognac Fromy, le brandy Prince de Goyon, le cherry, le cassis et le guignolet La Duchesse, complètent la gamme des produits du groupe.

En outre, Pernod commercialise sous contrat d'exclusivité les vins de Porto Réal et Feist, le whisky canadien Royal Canadian et le whisky américain Walker's Luxe.



La politique sociale

L'objectif permanent d'expansion dans la rentabilité se situe, pour Pernod, dans le cadre d'une politique sociale et humaine avancée.

Cet état d'esprit est illustré d'une part, par son régime spécial de retraite et de prévoyance; d'autre part, par la participation directe de ses salariés aux bénéfices.

Le régime de retraite et de prévoyance

Avant la dernière guerre, certaines catégories de personnel bénéficiaient déjà d'un régime complémentaire de retraite. Dès 1955, cet avantage a été accordé à l'ensemble du personnel. Le taux de cotisation adopté, dont la partie la plus importante est prise en charge par la Société, est très nettement supérieur aux taux obligatoires. Il en résulte, pour les bénéficiaires, des compléments de retraites élevés très appréciés quand arrive la retraite que l'on peut prendre à partir de 60 ans.

Il est assuré à l'ensemble du personnel un capital en cas de décès qui, selon la situation de famille, varie de 150 à 300% du dernier salaire annuel, auquel vient s'ajouter depuis 1977 une «rente-éducation». Représentant 50 à 80% du dernier salaire, elle est versée annuellement au conjoint restant avec des enfants à charge, pour permettre à ceux-ci de poursuivre leurs études et de conserver toutes leurs chances dans la vie.

La participation aux bénéfices

En 1941, le Conseil d'Administration décidait d'intéresser les Directeurs et les Cadres aux résultats de la société.

En 1949, la mesure était étendue à l'ensemble du personnel sédentaire, en 1951 au personnel de la route.

La participation Pernod présentait jusqu'en 1969 un caractère bénévole et exceptionnel; depuis 1969, cette participation est devenue contractuelle, la répartition est proportionnelle au salaire annuel pour le personnel ouvrier et employé; pour les autres catégories, elle est fonction du nombre de parts attribuées à chacun. Ce nombre varie en cours de carrière. La participation distribuée lie ainsi l'intérêt de chacun à l'intérêt général de la Société.

Sur cette participation vient s'imputer la participation légale instituée en vertu de l'ordonnance du 17 août 1967 et qui a été affectée soit à un plan d'épargne d'entreprise qui gère quatre fonds communs de placement, soit à un compte courant bloqué.

Les autres réalisations sociales

D'autres facilités sont données au personnel soit directement par la société, soit par son Comité d'Entreprise qui participe étroitement à la gestion de l'ensemble des réalisations sociales.

Des prêts aux salariés qui désirent construire une maison individuelle ou acquérir un appartement en copropriété, permettent de compléter à moindre frais le financement de ces opérations.

Les vacances familiales sont facilitées par une participation aux frais de séjour mettant ainsi les vacances à la portée de ceux qui auraient le plus de difficultés à pouvoir s'évader.

Les enfants du personnel bénéficient de leur côté d'une très agréable colonie de vacances aux abords du lac Montriond, entre Morzine et Avoriaz.

Enfin, il est accordé des bourses d'études aux enfants des familles les moins favorisées. Ces bourses peuvent atteindre 80% des frais de scolarité.

Pernod et son environnement

Respecter la qualité de la vie de l'homme au travail, tel est l'impératif que Pernod s'est fixé en rénovant son infrastructure industrielle, de Bordeaux-Mérignac (1965) et de Marseille (1967). En regroupant à Créteil ses installations de Montreuil et Maisons-Alfort, Pernod a voulu de plus que ce centre unifié soit adapté à son essor, à son image et à la dimension de son avenir.

En concentrant en un seul lieu l'administration et l'élaboration, en atteignant la technicité la plus avancée, en offrant un cadre de travail respectant l'homme quelle que soit sa hiérarchie dans l'entreprise, Pernod a réconcilié l'utile avec le beau. C'est la Pernoderie.

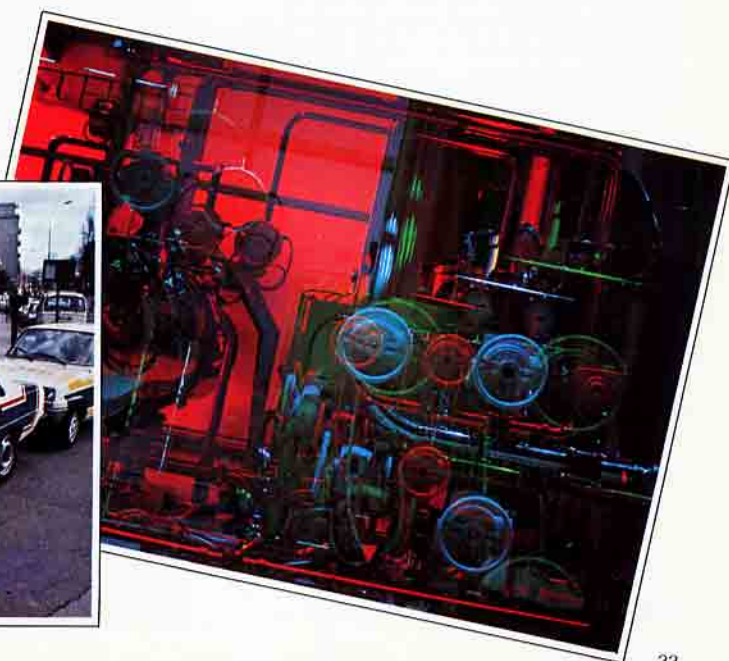
La Pernoderie, reflète véritablement ce qu'est Pernod vis-à-vis de son environnement. Elaborant un produit d'amitié et de relations humaines qui correspond à une certaine joie de vivre, Pernod - de tradition - a toujours été tourné vers le monde extérieur, participant notamment aux loisirs et aux événements sportifs qui rythment notre vie.

Ainsi, Pernod participe à la lutte pour protéger la nature et l'environnement. Depuis 1967, l'Opération Pêche, dotant chaque année 1 500 sociétés en truites et alevins blancs, leur permet de redonner vie à leurs rivières et leurs étangs. De même, en offrant chaque année un lot de poules faisanes et de coqs reproducteurs à 1 000 sociétés de chasses communales, c'est permettre un repeuplement annuel de 4 000 faisans, soit après neuf années d'existence un total impressionnant de 300 000 faisans répartis dans nos plaines et nos forêts.

Prestiges Pernod de cyclisme, Panache Pernod de rugby, Critérium bouliste Anisette 51, Ballon Sté Pernod, Set Cinzano illustrent la contribution de Pernod aux loisirs et aux joies de ses contemporains. Qu'ils soient chasseurs ou pêcheurs, joueurs de boules, de cartes ou de dominos, supporters de rugby ou de ballon rond, fervents de voile ou de cyclisme, Pernod est toujours près d'eux, fidèle à sa mission sociale.



Byrrh aux vins vieux.



La vocation d'exportateur

La volonté de trouver dans l'exportation une accélération au développement de Pernod Ricard était et reste un objectif prioritaire de la stratégie du Groupe. A côté des exportations traditionnelles de spiritueux français comme les eaux-de-vie qui ont atteint depuis fort longtemps de bonnes positions sur les marchés extérieurs, les anis encore mal connus hors de France, bénéficient, en effet, du fait même de leur originalité, d'un important potentiel mondial.

Ayant conquis en France une position de leader Pernod Ricard se doit de réussir à l'extérieur.

Cette ferme volonté étant arrêtée, il restait à définir la politique à suivre. Celle-ci comporte deux volets, une politique «produits» associée à une politique «marchés».

Les produits

Outre les anis, essentiellement le Ricard et le Pernod, le Groupe élabore une très large gamme de spiritueux. Un choix a été fait entre les différentes marques disponibles en tenant compte à la fois des résultats acquis à l'exportation et des perspectives qui pouvaient être raisonnablement retenues. L'effort à l'exportation est donc concentré sur:

- les anis Pernod et Ricard
- le Dubonnet
- le cognac Bisquit
- la Suze

et une gamme de spécialités, liqueurs Cusenier, armagnac de Montesquiou, calvados Busnel.

Les marchés

Il serait vain de vouloir implanter tous les produits sur tous les marchés en même temps. Aussi une politique marchés extérieurs est-elle nécessaire pour définir des priorités. La politique marché-produit conduit donc à planifier le développement des marques dans les pays retenus de façon à franchir certains seuils de volumes qui conduisent à une implantation solide. Si le développement des ventes de produits déjà connus comme le cognac ou les apéritifs à base de vin passe surtout par une bonne politique commerciale, il en va autrement pour les anis. Faire connaître un goût nouveau et amener des consommateurs à changer leurs habitudes demandent en plus un effort de persuasion. Il s'agit de créer des marchés nouveaux et non de développer un besoin existant.

SEGM



■ FILIALES

J.R PARKINGTON, Grande-Bretagne (Londres)
COMPAGNIE DUBONNET-BYRRH, Belgique (Bruxelles)
PERISEM*, Suisse (Genève et Zurich) (usine propre)
PRACSA*, Espagne (Barcelone et Madrid) (usine propre)
SAIC CUSENIER, Argentine (Buenos-Aires) (usine propre)
DUBONNET MEXICANA, Mexique (Mexico)
RICARD, Brésil
DUBONNET Pty Ltd, Australie (Sydney)
DUBONNET PORTUGUESA, Portugal (Lisbonne)
DUBONNET Pty Ltd, South Africa (Stellenbosch, à 150 km du Cap)
DUBONNET VENEZUELA (Caracas)
RICARD-BISQUIT GmbH, RFA (Cologne)
DUBONNET VERTRIEB, RFA: Flensburg près Hambourg

* En Suisse et en Espagne deux sociétés filiales distinctes assurent la commercialisation des anis Pernod et Ricard.

● ANTENNES

PERNOD SEGM-Deutschland, RFA (Dusseldorf)
PERNOD USA (Boston)
PERNOD ITALIE (Gênes)
RICARD GRANDE-BRETAGNE (Londres)

Agents et Concessionnaires: la SEGM a un agent ou un concessionnaire dans presque tous les autres pays du monde et parfois plusieurs, selon les marques apportées en 1975 et 1977.



Des moyens humains et financiers

La mise en œuvre de cette politique est dévolue à la SEGM, filiale de Pernod Ricard, qui assure sous une responsabilité unique l'exportation des spiritueux du Groupe.

La SEGM est structurée en quatre départements:

- Pernod International: Pernod, Pastis 51, Suze.
- Ricard International: Ricard, Anisette Bendor, Cinzano (cette marque pour les seuls pays de l'ex-Union Française)
- Bisquit-Dubonnet International
- Cusenier International: Liqueurs, Ambassadeur, Armagnac et Calvados

Chaque département établit ses objectifs, gère ses propres budgets et organise ses forces de vente et de promotion de manière autonome.

Les départements Pernod et Ricard exportent des produits directement concurrents. Le plan à 5 ans définit pour chacune des marques une stratégie propre à chaque marché prioritaire. Compte tenu de la position des marques, du potentiel du marché, de l'influence directe des modes de consommation française sur certains pays limitrophes, cette stratégie peut viser soit à hisser telle marque à un niveau minimum, soit à développer sur place la concurrence entre marques du Groupe, comme c'est le cas en France. Dans le cadre du plan, les directeurs de département ont une totale liberté d'action.

Le département Bisquit-Dubonnet réunit en son sein deux produits bien différents, tous deux largement introduits dans de très nombreux pays et assez complémentaires pour être confiés à une équipe commerciale unique sans que cela entraîne une diminution de leurs efforts au profit de l'une ou de l'autre des marques.

Enfin, le département Cusenier regroupe divers produits et marques dont la vocation internationale est moins affirmée que celle des précédents ou dont le potentiel immédiat ne justifie pas une concentration d'efforts aussi systématique, mais pour l'ensemble desquels une relative similitude de problèmes justifie une gestion commune, donc plus économique.

Dans les pays parvenus à un niveau élevé d'activité, la SEGM possède des filiales. Les plus importantes sont situées en Espagne, en Suisse, en Belgique, en Grande-Bretagne et en Argentine. Sur les marchés Suisse et Espagnol, les sociétés Perisem et Prasca possèdent des moyens de production sur place.

La commercialisation des produits est confiée à deux sous-filiales spécialisées qui sont concurrentes entre elles de façon à préserver l'esprit de compétition qui est la règle du Groupe.

Dans les pays où la SEGM ne possède pas de filiales, les diverses marques sont confiées à des concessionnaires exclusifs, chacun d'entre eux n'étant généralement concessionnaire que d'une ou de deux des marques principales du Groupe. Il arrive le plus souvent que l'émulation entre les concessionnaires, notamment au profit des marques Pernod et Ricard, n'est pas moins vive et passionnée qu'entre les sociétés françaises elles-mêmes...

La SEGM avec ses filiales consacre des moyens considérables au service de cette politique. Plus de 830 personnes sont employées à travers le monde dont près de la moitié se consacre exclusivement aux anis du Groupe. Les dépenses de prospection de marchés, de publicité, de relations publiques et d'aides à la vente dépassent 70 millions de francs auxquels s'ajoutent plus de 20 millions de francs consacrés par les concessionnaires et agents pour le soutien des marques qui leur sont confiées.

Des résultats

Les derniers résultats enregistrés apportent la confirmation que politique et moyens retenus sont efficaces.

Le total de litrage vendu en 1977 a progressé de 22% par rapport à 1976. Son volume atteint 63,5 millions de bouteilles. Les expéditions de France représentent 42,5 millions de bouteilles et les productions locales 21 millions.

L'avenir

Les progrès considérables accomplis permettent de penser que les anis sont en bonne voie pour conquérir une place significative sur les principaux marchés. Bien entendu, ils affrontent la concurrence des spiritueux locaux, whiskies, brandies, vodka etc... mais l'expérience montre qu'ils ont leur place à côté des boissons traditionnelles en Europe, en Afrique comme en Amérique.

Le Dubonnet dispose d'une notoriété internationale considérable. La qualité du produit soutenue par une image publicitaire dynamique est un atout dans le jeu du Groupe à l'exportation.

Bisquit, comme tout cognac de qualité se présente comme un produit cher. Après quelques années difficiles, il doit reprendre une expansion raisonnable, qui sera assurée par une concentration de nos efforts sur les marchés-clés. Les autres eaux-de-vie du Groupe sont également prêtes à tenir leur rôle dans la diversification des exportations.

Enfin, la Suze, dont le succès en France ne se dément pas, est le petit dernier de la famille qui lui aussi est en droit de nourrir de sérieuses ambitions.

La diversité des produits, la diversité des marchés sont pour la SEGM, à condition de ne pas relâcher l'effort et d'adapter politique et moyens aux conditions changeantes des marchés, les meilleures garanties de son développement. Sa volonté de réussite est à la taille de son ambition.

RICARD INTERNATIONAL

Les résultats commerciaux de 1977 comparés à ceux de 1976 affichent une progression des volumes vendus de 20,9%. La barre des 10 millions de litres vendus hors de France a été franchie en 1977. Le premier marché du Département Ricard - l'Espagne - affiche quant à lui une augmentation de 35%. L'Europe dans son ensemble sur laquelle sont concentrés des efforts importants a ainsi progressé de 28,6%.

En Afrique, Ricard a amélioré son implantation dans tous les pays francophones, exception faite de l'Algérie, qui par le jeu des droits a fait passer le prix détail de la bouteille de 100 à 400 F! Par contre, de bons résultats enregistrés par exemple au Nigéria ou au Zaïre conduisent tout naturellement Ricard International à développer son implantation dans les pays anglophones.

Les marchés d'Amérique du Sud avec l'Argentine et le Brésil offrent des perspectives d'expansion très intéressantes. Les actions de ventes entreprises ont été couronnées par des taux de progression très élevés sur des chiffres encore faibles, il est vrai, en valeur absolue.

Compte tenu des ouvertures de marchés en Asie et au Proche Orient, l'année 1978 devrait voir une augmentation des ventes dans les pays neufs, ce qui est très encourageant pour la vocation internationale de Ricard.

La structure commerciale du Département Ricard International est adaptée à deux types de pays. Dans certains marchés, Espagne, Suisse, Allemagne, par exemple, la SEGM a installé une filiale chargée de la production locale ou de l'importation et de la vente. Dans les autres, ce sont des concessionnaires et agents qui ont la responsabilité des ventes. Mais la prospection des marchés, l'animation des ventes, la mise en œuvre des méthodes et des moyens de publicité relèvent du Département. Ces fonctions sont assurées par des inspecteurs et des responsables de zones constamment en contact avec la réalité commerciale sur les terrains qui leur sont confiés. Cette organisation permet de contrôler l'activité des agents, de prospecter des marchés nouveaux, d'intervenir à bref délai lorsque des possibilités nouvelles apparaissent ou pour remédier à la défaillance d'un concessionnaire.

Le Ricard est exporté dans 92 pays. Il est élaboré sur place dans 14 centres étrangers, là où existe une quasi impossibilité d'importer en raison des droits et taxes dissuasifs qui existent dans ces pays.

Ainsi, dans le domaine commercial comme dans celui de la technique, la vente du Ricard à l'étranger requiert le concours de moyens humains et financiers capables d'affronter la concurrence des autres spiritueux internationaux ou locaux. Les taux de progression enregistrés depuis plusieurs années dans les ventes indiquent que Ricard International est vigoureusement engagé dans la bonne voie.

PERNOD INTERNATIONAL

La progression du litrage vendu par Pernod International de 1977 sur 1976 se chiffre à 20,03%. Elle a été obtenue en dépit d'une certaine stagnation facilement explicable de son marché numéro un: la Grande-Bretagne. La République Fédérale Allemande, l'Espagne, l'Andorre, l'Afrique par exemple, ont connu des développements très importants qui ont assuré un taux élevé pour l'expansion des ventes.

Ensemble les cinq premiers marchés de Pernod International dépassent 6 millions de litres. Plusieurs facteurs peuvent être retenus pour expliquer un tel niveau. Dans les pays limitrophes comme la Suisse, l'Espagne et la Belgique, l'influence des modes de consommation français jouent un rôle important soutenu par les mouvements de population liés aux vacances par exemple. Pour d'autres pays, comme la Grande-Bretagne ou la R.F.A., la consommation du Pernod est le fait d'amateurs appartenant à une tranche d'âge jeune, moins de 30 ans, qui ont adopté une consommation des anisés tout à fait originale. Le Pernod est étendu largement d'un «mixer» comme le jus d'orange, la limonade ou un soda et il est consommé en dehors des repas, l'après midi ou en soirée. C'est le «long drink» venu de France.

Outre le Pernod, ce Département exporte un deuxième anisé le Pastis 51, dont les ventes représentent environ un tiers du total. Le Pastis 51, est surtout apprécié dans les pays où l'influence des modes de consommation français est la plus directe, c'est-à-dire les pays limitrophes ou francophones.



CUSENIER INTERNATIONAL

Ce département de la SEGM est de création récente. Il a la charge d'exporter une gamme de produits appartenant au Groupe Pernod Ricard. Parmi ceux-ci, les efforts ont été concentrés sur:

- les Liqueurs Cusenier,
- l'Armagnac Marquis de Montesquiou,
- le Calvados Busnel,
- l'Ambassadeur.

Cusenier International exporte en outre: Café de Paris, des eaux-de-vie et des sirops de fruits.

Au total le litrage exporté en 1977 a progressé de 12,5% par rapport à 1976.

Géographiquement, des secteurs prioritaires ont été définis en fonction des résultats acquis et des perspectives retenues. Il s'agit en Europe, qui compte pour plus des deux tiers des ventes, de la Grande-Bretagne, de la Belgique, de la RFA et des Pays Bas. Les marchés canadiens et asiatiques et celui du Nigéria apportent également des possibilités importantes pour des produits hauts de gamme dans les liqueurs et les eaux-de-vie.

Parallèlement, le Département a réorganisé certains réseaux des importateurs en regroupant dans les mains des plus dynamiques d'entre eux plusieurs marques autrefois confiées à deux, trois ou même quatre agents. Cette politique a été rendue possible par l'arrivée dans un seul département de la SEGM de produits exportés isolément par des sociétés comme CDC et Cusenier qui sont entrées depuis dans le Groupe Pernod Ricard. Par ailleurs, une autre forme de synergie a pu être dégagée au sein du Groupe en faisant appel dans certains territoires étrangers à la bonne connaissance acquise par les inspecteurs des Départements Pernod et Ricard, surtout là où ces marques sont implantées solidement et depuis longtemps.

Cusenier International bénéficie des atouts que sont une gamme diversifiée de produits, l'assurance d'une fabrication de qualité, une bonne connaissance des marchés et des méthodes d'implantation des marques peut envisager avec confiance un développement régulier au sein de l'exportation Pernod Ricard.

BISQUIT-DUBONNET INTERNATIONAL

Le Département Bisquit s'est vu confier depuis le début de 1977 la responsabilité du Dubonnet dans le monde.

En hausse de 46% de 1977 par rapport à 1976 les ventes de Dubonnet représentent 12,1 millions de litres. C'est sous une seule étiquette la marque du Groupe actuellement la plus vendue hors de France.

Les marchés vedettes sont essentiellement anglo-saxons: Grande-Bretagne, Canada, Danemark et depuis peu le Nigéria, nouvel Eldorado des rivages africains.

La marque bénéficie d'une excellente notoriété internationale, démontrée par sa présence dans 135 pays et qui permet de bien augurer des efforts de rajeunissement et de dynamisation engagés en sa faveur.

Le cognac Bisquit a rencontré cette année de nouvelles difficultés notamment en Hollande du fait d'un commerce parallèle particulièrement actif dans ce pays ainsi qu'aux USA et en Angleterre - principaux marchés du cognac français du fait du changement de concessionnaire auquel nous avons dû procéder dans ces pays.

La réorganisation des structures de vente en cours aux USA et en Angleterre ainsi que les mesures prises pour assainir les marchés des Pays Bas permettent d'espérer dès 1978 un redressement sensible de la situation globale de la marque.

Au cours des prochaines années, l'équipe de Bisquit Dubonnet International qui avec deux produits complémentaires dispose maintenant de deux atouts de premier ordre pour renforcer ses positions dans le monde devrait apporter au Groupe des satisfactions substantielles sinon spectaculaires.

Depuis 1977, la vente de la Suze à l'étranger a été confiée au Département Pernod International. Ce produit en progression constante en France, est encore assez peu connu à l'extérieur. Il enregistre cependant une progression de 1976 à 1977 de 27% et un doublement de 1974 à 1977! Ceci confirme les attrayantes perspectives qui ont été retenues pour la Suze tant à l'étranger qu'en France.

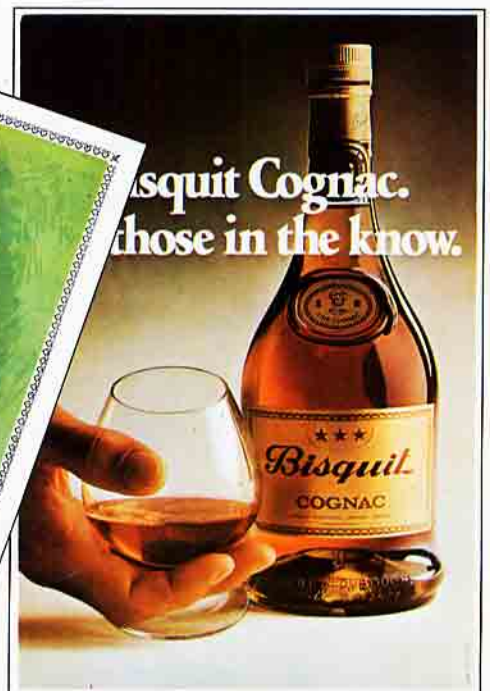
L'organisation commerciale à l'exportation repose sur trois modèles de structures.

En Grande-Bretagne, en Suisse et en Espagne, marchés où la marque a déjà conquis une place importante et où le potentiel de développement reste grand, la SEGM possède des filiales qui assument les fonctions de production ou d'importation, de distribution, de vente et de publicité.

En Allemagne, aux USA et en Italie, Pernod International a détaché des antennes permanentes auprès des importateurs. Leur rôle est d'assurer directement la promotion de la marque auprès des détaillants et des consommateurs.

Enfin, dans les autres pays, des Inspecteurs du Département ont pour mission de développer les ventes dans les zones qui leur sont affectées, en liaison avec les agents et concessionnaires de la marque.

Grâce à cette organisation bien adaptée aux conditions locales et aussi à la forte notoriété internationale de Pernod, les perspectives d'avenir s'ouvrent sur un développement soutenu des ventes au cours des prochaines années.

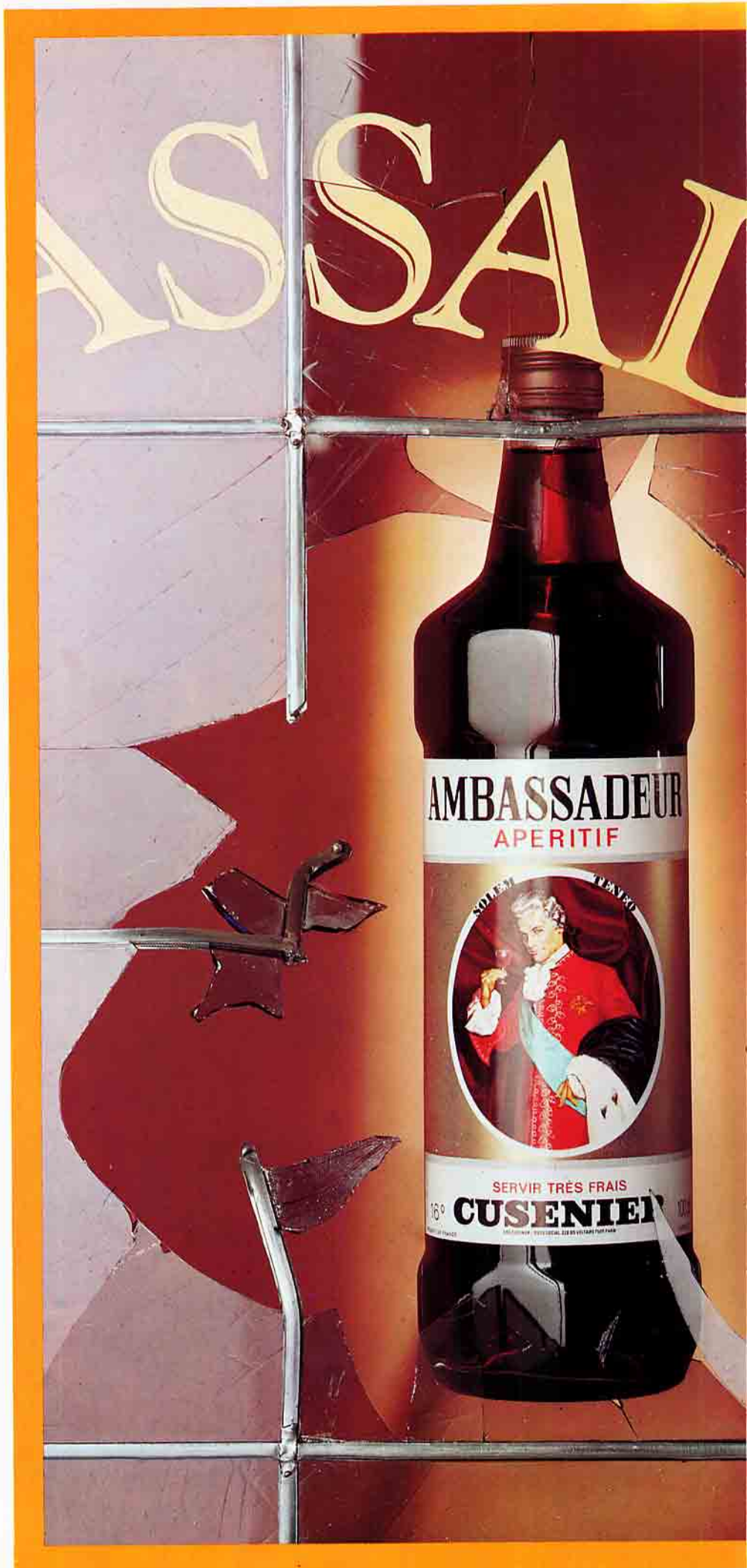


Pour CDC-Cusenier, née du regroupement des branches d'activité en France des sociétés CDC et Cusenier, 1977 a été le premier exercice. Son effectif est de 1 100 personnes et son siège 226, bd Voltaire à Paris.

Outil de production

La société dispose d'un outil de production très important, à même de répondre à ses propres besoins ainsi qu'à ceux des sociétés Pernod, Ricard et SEGM, pour les produits qu'elle leur fournit tant pour les ventes en France que pour l'exportation. Cet outil se répartit de la façon suivante:

- un établissement à Saint André de Cubzac, près de Bordeaux dont la surface développée des bâtiments s'élève à 4 321m² et qui emploie 68 personnes. Il est spécialisé dans la production des vins mousseux de qualité et tout spécialement dans celle du Café de Paris.
- un établissement à Thuir, dont la surface développée des bâtiments s'élève à 55 570m², qui emploie 201 personnes. Remarquablement situé au milieu d'une région viticole, il prépare principalement dans des chais mondialement connus, 4 apéritifs à base de vin: le Dubonnet, le Byrrh, le Cinzano, l'Americano 505 et un V.D.N le Vabé.
- un établissement à Mulhouse, dont la surface développée des bâtiments s'élève à 8 725m², qui emploie 26 personnes. Situé au cœur d'une région réputée pour ses fruits, il se consacre principalement à la distillation des eaux-de-vie de fruits telles que Kirsch, Framboise, Mirabelle et Quetsch.
- un établissement à Dijon, dont la surface développée des bâtiments s'élève à 1 640m² et qui emploie en dehors de la période de rentrée des fruits, un effectif limité à 3 personnes. Sa seule vocation est l'élaboration de la Crème de Cassis de Dijon.
- un établissement à Marseille dont la surface développée des bâtiments s'élève à 17 061m² et qui emploie 90 personnes. Son activité essentielle est l'élaboration de l'Ambassadeur et de l'Alizé (pastis) pour l'ensemble de la France et des Sirops pour la zone sud de la France.
- un établissement à La Courneuve dans la région parisienne, dont la surface développée des bâtiments s'élève à 20 840m² et qui emploie 188 personnes. Il prépare principalement des liqueurs et des spiritueux divers pour l'ensemble de la France et des sirops destinés à la zone nord de la France.



CDC - CUSENIER

Organisation commerciale

La société a mis l'accent sur l'aspect commercial de son activité en créant un réseau de représentants exclusifs qui comprend:

- 142 représentants de détail
- 43 représentants pour le commerce de gros et la grande distribution
- 37 membres pour la force d'appui, le tout encadré par 30 agents généraux.

Cette force de vente est organisée en 6 Directions régionales dont les sièges sont situés à:

Paris, La Courneuve, Marseille, Cubzac (Bordeaux), Lyon, Rennes, Lille.

Chaque direction régionale dispose d'un responsable administratif et d'un responsable propagande.

La livraison des ordres pris par le réseau et facturés au siège social est effectuée par l'intermédiaire de 13 dépôts appartenant à la société et de 26 dépôts-tiers livreurs. Cette organisation de distribution décentralisée, en contact étroit avec l'ensemble de la clientèle, permet d'agir avec toute la rapidité souhaitable.

Les produits

Les principaux produits commercialisés par la société sont les suivants:

- produits élaborés ou élevés par la société:
 - les apéritifs à base de vin et les vins doux naturels:

Ambassadeur, Vabé, Américano 505

- les apéritifs à base d'alcools:

Mandarin, Pastis Alizé

- les liqueurs:

Prunellia, Cusenier-Orange, Freezomint,

Crème de Cassis, Guignolet

- les eaux-de-vie de fruits:

Kirsch, Mirabelle, Framboise

- le calvados:

Roy d'Yvetot

- les spiritueux divers:

Grog au rhum, Kirschco, Marc Salenson

- le rhum:

Jacksie

- les mousseux de qualité:

Café de Paris

- les sirops:

Pam Pam fraise, cassis, orange...

- produits commercialisés par la société qui agit en tant que distributeur exclusif:

Cintra: porto, sherry, malaga

Cutty Sark et Victoria Club: scotch whiskies

Old Crow: bourbon

Smirnoff: vodka

Gilbey: gin

Morlant: champagne

Château Paulet: cognac

Pam Pam: jus de fruits

L'année 1977 a été celle de la mise en place des Directions régionales, du réseau de vente et des nouvelles structures du siège social.

Le premier semestre a été particulièrement perturbé et ceci s'est ressenti au niveau des ventes.

On notera néanmoins que l'Ambassadeur s'est comporté légèrement mieux que l'ensemble du marché des apéritifs à base de vin mais, en revanche, les produits sans alcool et en particulier les sirops ont souffert des conditions climatiques moins favorables à la consommation que celles de 1976.

Malgré les difficultés inhérentes à toute fusion, 1977 nous a permis de définir les orientations nouvelles à donner à certains produits. Nous avons notamment défini la politique que nous voulions suivre pour les sirops et qui consiste à relancer les sirops Cusenier sous la marque Pam Pam abandonnant ainsi la marque Freezor précédemment utilisée.

Par ailleurs, nous avons décidé de présenter ces sirops non seulement en bouteilles en verre, mais également en bidons métalliques qui présentent, au plan pratique, de nombreux avantages pour le consommateur.

Cette gamme de sirops Pam Pam a été mise sur le marché dès le printemps 1978.

Nous avons également démarré diverses études tendant à l'amélioration du fonctionnement des différents services de l'entreprise, notamment de son service informatique, et à une réduction des coûts dans ses unités de production et de livraison.

Nous tenons à remercier l'ensemble des collaborateurs pour les efforts qu'ils ont accomplis au cours de cette première année qui a présenté de nombreuses difficultés. Aujourd'hui, chacun a appris à mieux se connaître et à mieux distinguer l'avenir de la société; c'est avec le concours de tous que nous réussirons à atteindre les objectifs ambitieux que notre Société s'est fixés.

Miam Miam Sirops Pam-Pam.



Campbell est une société familiale qui intègre complètement les activités de production de malt whisky dans sa propre distillerie à Aberlour Glenlivet dans les Highlands de même que l'assemblage et l'embouteillage à Glasgow et la commercialisation dans le monde entier.

Ces principales activités sont exercées à travers trois sociétés juridiquement autonomes mais regroupées au sein de la holding S.Campbell and Son. La totalité de son capital a été rachetée en 1974 et Campbell fait aujourd'hui partie du Groupe Pernod Ricard. C'est la première fois qu'une affaire de whisky avec ses moyens de production, ses stocks et ses marques entre dans un groupe français. On a par contre souvent vu des groupes anglo-saxons s'intéresser aux affaires françaises d'alimentation et en particulier de boissons.

Avec Campbell, Pernod Ricard s'est assuré une position privilégiée qui lui a permis de prendre pied dans l'énorme marché du whisky écossais et de maîtriser totalement les marques et les produits que les sociétés du groupe commercialisent en France.

Les moyens de distillation

La distillerie d'Aberlour Glenlivet est implantée dans la vallée de la Spey. Fondée en 1879, elle a été modernisée et fait appel aujourd'hui aux techniques les plus avancées pour la conduite de la distillation dans les grands alambics de cuivre rouge rutilant.

Le visiteur d'Aberlour Glenlivet apprendra que Saint Dustan, archevêque de Canterbury en 960, avait découvert là une source qu'il choisit pour administrer ses baptêmes tant l'eau en était pure. Cette eau qu'environ beaucoup de distillateurs du voisinage est encore utilisée aujourd'hui. En 1979 Campbell célébrera le centenaire de sa fondation.

La capacité de distillation est de 5 000 000 de litres d'alcool pur, ce qui correspond à 20 000 000 de bouteilles de produit fini, le «blended whisky».

Les stocks

Le whisky vieillit en futs de chêne. Il en sortira pour aller vers le nez du «blender», l'assembleur, qui, avec des whiskies de distillations et d'âges différents parviendra à obtenir une qualité égale dont le goût, l'arôme et la couleur sont typiques de chaque marque. Les stocks de whisky en vieillissement représentent 24 000 000 de bouteilles de 75cl.

L'embouteillage

Les marques principales commercialisées sont: White Heather et Aberlour Glenlivet (pur malt) vendues en France par Pernod, Clan Campbell vendu par Ricard et en plus sur d'autres marchés: Royal Stuart, Victoria Club, Gold Seal...

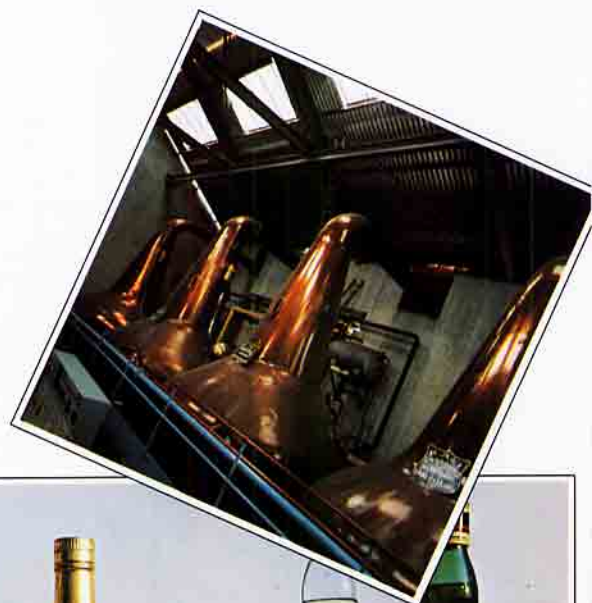
La capacité actuelle d'embouteillage de l'unité de Glasgow est de 3 500 000 cols par an.

Les ventes

Le chiffre d'affaires de Campbell se répartit entre les ventes en bouteilles (74%) et les ventes en vrac (26%).

A l'exportation, les principaux marchés sont:

- La France,
- L'Australie,
- L'Italie,
- L'Afrique du Sud,
- Les USA
- Le Japon.



CAMPBELL

La constitution en 1977 de la société «Cidreries Distilleries Réunies» est l'aboutissement de la réorganisation des activités du Groupe Pernod Ricard dans le domaine des produits issus de pommes cidricoles.

Le Groupe détenait une place prédominante sur ce marché, d'une part grâce à sa participation de 97% du capital dans «Distilleries Réunies» dont l'activité principale réside dans la production de Calvados, cette société détenant 99% du capital de sa filiale «Cidreries Réunies» qui produit et commercialise dans toute la France (et maintenant en Allemagne) Cidre en bouteille, Jus de Pomme et Jus de Raisin.

D'autre part, la société Ricard possédait la totalité du capital de «Calvados Busnel».

L'approvisionnement des usines en pommes a été difficile au cours des 2 dernières campagnes, les pommiers ayant beaucoup souffert de la sécheresse de l'été 1976. De pair, l'importance décroissante des vergers dans l'ouest de la France nécessite une action vigoureuse de replantation.

Un accord interprofessionnel homologué par le Ministère de l'Agriculture a été mis au point et signé récemment par l'unanimité des parties intéressées.

Grâce à cet accord, des sommes importantes collectées par moitié auprès des agriculteurs, fournisseurs de pommes et des industries de transformation, serviront à promouvoir cette action qui semble devoir être couronnée de succès... Mais un arbre ne produit normalement qu'au bout de 10 ans.

Il importe donc, que pour les prochaines années, les récoltes soient utilisées au mieux et, selon les besoins, affectées plus ou moins aux productions de Cidre et Jus de Pommes, Concentrés et Calvados ou Eaux-de-vie de Cidre.

L'implantation des usines diversifiée (départements du Calvados, «pays d'Auge» de la Manche, de l'Orne et de l'Ille et Vilaine) permet de pallier l'alternance des récoltes, mais ceci impose que toutes les usines soient polyvalentes, c'est-à-dire qu'elles puissent orienter leurs fabrications vers leurs besoins les plus immédiats.

Il en résulte que depuis quelques années les usines ont été transformées et équipées pour permettre d'affecter les fabrications des produits aux destinations les plus utiles et les plus rentables.

De ce fait, les usines de «Distilleries Réunies» travaillent en partie pour le compte de «Cidreries Réunies», les matières premières étant réparties au mieux des besoins de chaque usine.

Ceci entraînait inévitablement des comptes entre les deux sociétés d'autant plus compliqués qu'il importait d'établir une juste répartition des dépenses ou des profits.

L'absorption par la société mère de sa filiale permet une meilleure organisation et, on peut l'espérer, une meilleure rentabilité grâce à l'utilisation judicieuse des approvisionnements et des moyens de fabrication.

En ce qui concerne le Calvados, la Distillerie de Cormeilles bien implantée au cœur du Pays d'Auge et disposant de vastes bâtiments de bon aspect, détenait un stock de Calvados important dans des chais bien appropriés.

La société «Calvados Busnel» à Pont l'Evêque à 15 km de Cormeilles dispose de locaux exigus et pour faire face à l'expansion de ses ventes s'est trouvée dans l'obligation de louer des locaux extérieurs pour y installer de nouveaux chais.

Les Distilleries Réunies étaient, d'autre part, le fournisseur exclusif de Calvados pour Busnel.

Il est apparu souhaitable de regrouper à Cormeilles l'ensemble des stockages et matériels d'embouteillage de Busnel, ce qui permettrait de rationaliser l'exploitation, de réduire sensiblement des frais qui faisaient double emploi, et de créer l'unité la plus importante dans la profession, dans un cadre digne de permettre des visites collectives bien utiles pour la renommée d'une marque.

C'est ainsi que de pair avec l'absorption par voie de fusion de sa filiale «Cidreries Réunies», Distilleries Réunies a proposé à ses actionnaires, lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 20 décembre dernier, l'absorption de «Calvados Busnel».

Les diverses résolutions proposées à cette Assemblée ayant été votées à l'unanimité, la nouvelle société ainsi constituée est dorénavant dénommée: «Cidreries Distilleries Réunies».

Le cidre.
Tant qu'il y aura des hommes.



Le cidre.
Difficile à faire. Facile à boire.



**CIDRERIES
DISTILLERIES
REUNIES**

La Société Parisienne de Boissons Gazeuses (SPBG) et sa filiale, la Société Régionale de Boissons Gazeuses (SRBG), sont concessionnaires de The Coca-Cola Export Corporation. Celle-ci vend ses produits dans le monde entier, par l'intermédiaire de concessionnaires-embouteilleurs, qui, à partir de concentrés élaborés en France, fabriquent, embouteillent et distribuent les produits finis.

Coca-Cola occupe le premier rang dans le monde sur le marché des boissons non alcoolisées.

Les territoires

Lors de sa création en 1949, la SPBG opérait uniquement sur la région parisienne puis elle a étendu son territoire en implantant de nouvelles usines:

- à Rennes (en 1962 et 1970)
- à Tours (en 1965)
- à Orléans (en 1968)

En 1974, les exploitations de Nancy et de Lyon ont été rachetées à BSN et regroupées au sein de la SRBG, filiale de la SPBG.

En 1976, une nouvelle usine a été implantée à Lunéville.

En 1977, les exploitations de Marseille et de Reims appartenant aux BGI, ainsi que celle de Lille, propriété de TCCEC, ont été apportées à la SPBG, au sein de laquelle elles sont venues s'ajouter à celles déjà existantes.

Actuellement, les territoires exploités par la SPBG et la SRBG réunies, représentent plus de 85% des ventes réalisées en France et couvrent pour:

SPBG: le bassin parisien, la Normandie, la Bretagne, le Val de Loire, la Vendée.

SRBG: le Nord, la Champagne, l'Alsace et la Lorraine, la région Rhône-Alpes, la Provence et une partie du Midi Méditerranéen.





Les produits et les marchés

A l'origine, la SPBG vendait un produit unique: Coca-Cola en bouteilles individuelles dont l'aspect n'a pas changé depuis 1916. Ensuite, la gamme s'est étoffée, d'une part avec l'apparition des conditionnements familiaux pour Coca-Cola et, d'autre part, de nouveaux produits Fanta en 1957, Finley en 1972.

Depuis plusieurs années, Coca-Cola est la marque de boisson rafraichissante sans alcool la plus vendue en France. Elle représente, en volume, plus de 80% des ventes de «Cola».

Fanta, dans un marché en régression, voit sa part de marché progresser et atteindre 15% de l'ensemble des sodas aux extraits.

Quant à Finley dans ses trois parfums: «Orange Tonic», «Tonic Water» et «Bitter Lemon», il représente déjà près de 20% des ventes réalisées en «Tonic» dans le marché alimentaire.

L'ouverture de nouveaux marchés et la sortie prévue de nouveaux conditionnements devraient apporter des ventes supplémentaires.

La SRBG, en effet, dans son centre d'embouteillage de Marseille, s'équipe pour produire, dès 1978, des boîtes métalliques qui sont actuellement importées des Pays-Bas.

L'organisation et les moyens

La Direction Générale du Groupe, en liaison avec les 8 Directions Régionales, définit les objectifs, anime et contrôle leur réalisation.

Les Directions Régionales, dans le cadre ainsi fixé, sont responsables de leurs actions et de leurs résultats.

Les centres d'embouteillage ont des capacités de production annuelle différentes:

- 180 millions de cols pour Clamart,
 - 35 millions de cols pour Rennes,
 - 17 millions de cols pour Orléans,
 - 40 millions de cols pour Lille,
 - 18 millions de cols pour Reims,
 - 47 millions de cols pour Lunéville,
 - 29 millions de cols pour Lyon,
 - 90 millions de cols pour Marseille,
- soit un total de 456 millions de col par an.

Chaque année, de nouveaux investissements viennent améliorer, en les renforçant, ces outils de production.

Situation et perspectives

Le volume des ventes s'est développé, jusqu'en 1974, à un rythme de l'ordre de 10 à 12% par an. Mais depuis cette date, l'évolution du marché a été ralentie de moitié, en raison de divers éléments conjoncturels.

Parmi les différents produits, c'est «Coca-Cola» qui connaît le développement le meilleur.

Ce taux de croissance réduit, coïncidant avec un blocage partiel des prix et des conditions climatiques extrêmement mauvaises, ont entraîné de sérieuses difficultés en 1977. En effet, les augmentations de l'ensemble des coûts n'ont pu être compensées par les autorisations d'aménagement des tarifs accordées par les Pouvoirs Publics et les objectifs de ventes n'ont pu être atteints.

Les mesures énergiques qui ont été prises dans le cadre souhaité d'une meilleure rentabilité, vont permettre de retrouver rapidement un équilibre qui a paru un instant compromis.



**Soif d'aujourd'hui.
Coca-Cola.**

L'évolution de la société JFA PAMPRYL au cours des années 1976-1977 a été caractérisée:

- par une restructuration complète de son instrument de production,
- par un effort de marketing important en direction du verre conigné et de nouveaux produits dont il va être parlé,
- enfin, par de mauvais résultats dus, en particulier à la rigueur injustifiée du service des Prix pour autoriser la répercussion des hausses des matières premières principales qui ont parfois doublé en un an.

Situation au 1/1/1977

Dès 1975, il était paru évident, au vu du taux de croissance des ventes de la société, qu'il allait falloir compléter et refondre l'instrument de production qui était devenu insuffisant.

Un premier programme avait fixé des objectifs qui pouvaient être atteints par la construction d'une nouvelle usine à Nuits Saint Georges, en abandonnant l'ancienne qui ne pouvait plus être agrandie, en y transférant une partie du matériel ancien et en le complétant par l'achat d'une nouvelle ligne d'embouteillage. Outre le développement du centre de Bedarides, ce programme comportait également une transformation assez profonde de l'usine de Marmande, puisque dans cette région, JFA Pampryl avait repris à la SRBG la concession Coca-Cola de Bordeaux qui était difficilement exploitable autrement que par cette usine de Marmande. Il a donc fallu y installer un groupe capable de traiter les boissons gazeuses.

Enfin, pour compléter ces dispositions une ligne d'embouteillage nouvelle a été créée à Ivry dans des locaux du Groupe.

L'année 1976 a été caractérisée par la canicule que l'on sait, et le retard des travaux et des mises en route d'usines, dont il vient d'être parlé, ont été la cause de troubles de production considérables, qui n'ont pas permis de recueillir le fruit des efforts, les frais de production ayant, au contraire, monté par suite des tours de force permanents qu'il a fallu faire pour essayer de répondre aux demandes de la clientèle.

Année 1977

L'importance de cette demande est devenue telle, qu'il a semblé que le premier plan d'investissements était insuffisant.

Il a donc été décidé:

- de remplacer une des lignes de Vernon par une ligne plus rapide,
- de mettre dans l'usine de Nuits Saint Georges, à la place d'un groupe qui devait être transféré de l'ancienne usine, un groupe moderne et puissant,
- et enfin, de remplacer une des lignes de Marmande par un groupe plus puissant.

Comme il arrive souvent en pareil cas, les délais n'ont pas été respectés par les constructeurs et des transformations aussi profondes ne se font pas sans de grandes difficultés, les techniques d'embouteillage ayant énormément évolué ces dernières années.

En 1977, la Société se trouvait malgré tout, en état de produire des quantités très importantes. Le mauvais temps ajouté à certains effets de la crise ont fait que nous avons été loin d'atteindre l'objectif de vente.

Malgré cet écart sur l'objectif, il est à noter que la société JFA Pampryl est probablement de toutes les sociétés françaises du secteur, celle qui a été le moins en recul par rapport à l'année 1976, puisque les flacons jus de fruits ont légèrement progressé et les boissons aux fruits ont régressé de 2%.

JFA PAMPRYL





Perspectives 1978

Parallèlement à ces transformations profondes, dont les résultats positifs commencent à se faire sentir en 1978, la société a fait une étude et un marché test pour le lancement d'une poudre naturelle de boissons aux fruits.

Il y a bien des années déjà, la société avait fait un début de commercialisation d'une poudre de boissons aux fruits en partant de la technique de la lyophilisation.

Cette technique s'étant révélée coûteuse et surtout demandant d'énormes investissements (le produit se lyophilisant plus difficilement, par exemple, que du café) elle a poursuivi avec l'I.R.A.B l'étude et la mise au point de la technique développée par le Laboratoire de Créteil, et qui consiste à faire une dessiccation sous vide par l'intermédiaire de micro-ondes. Cette technique, qui est délicate, dont les résultats sont excellents, a dû passer du domaine du laboratoire et de la production semi-industrielle, à une production réellement industrielle.

Cette période s'achève avec succès et les résultats du test sur la vente d'une poudre naturelle aux fruits se sont révélés extrêmement positifs.

Elle lance donc en 1978, après avoir recueilli les renseignements de son marché test, une poudre d'orange sous le nom de Banga Quick.

L'ensemble des membres de la société concernés par ces problèmes sont extrêmement motivés pour ce nouveau produit. La force de vente, en particulier, enrichit sa gamme d'un produit naturel dont la qualité est excellente et dont la présentation est bonne et attrayante.

Pour 1978, la société s'est fixé des objectifs ambitieux dans tous les domaines, mais qui semblent devoir être atteints, sauf événements extérieurs venant troubler la marche de l'entreprise. Les premiers mois d'exploitation se trouvent légèrement au dessus des objectifs fixés.



EURO EQUIPEMENT

Constituée le 1er janvier 1974, à la suite de la fusion Pernod/Ricard, la société Euro Equipement a repris l'activité du département Pernod-Equipement de la Société Pernod; ce département avait été lui-même créé en 1959.

La vocation de la société est purement commerciale: elle ne possède pas d'outil de production.

Euro Equipement distribue en Europe des matériels d'équipement à destination de trois lignes de clientèle:

- la clientèle hôtelière constituée par les cafés, cafétérias, hôtels, restaurants,
- la clientèle des collectivités,
- la clientèle des grandes marques de boissons alcoolisées ou non alcoolisées, utilisant certains matériels pour la promotion de leurs produits.

Les matériels sont les suivants:

- verseurs Non Drip,
- vitrines réfrigérées Pub pour le service des apéritifs,
- fabriques automatiques de glace Whirlpool,
- ensemble de distribution et de tirage de boissons Alicon/K.Way,
- lave-verres, lave-tasses Pub,
- distributeurs automatiques de boissons, de denrées National Vendors, Cavalier, Euro Equipement.

Dans un certain nombre de cas:

- verseurs Non Drip,
 - fabriques automatiques de glace Whirlpool,
 - tirages de boissons Alicon/K.Way,
 - distributeurs automatiques National Vendors, Cavalier,
- Euro Equipement a une position de distributeur.

Dans d'autres cas:

- vitrines réfrigérées Pub,
 - laves-verres, lave-tasses Pub,
 - distributeurs automatiques Euro Equipement,
- elle est propriétaire de brevets ou de modèles qu'elle fait fabriquer par des sous-traitants.

La société se tient constamment au courant des idées et matériels nouveaux, susceptibles d'intéresser les secteurs d'activité qui la concernent.

La société qui a procédé en France en 1977 à une restructuration de son organisation, a un effectif de 100 personnes, réparti entre les services du siège et une organisation commerciale décentralisée en cinq directions régionales:

- Bordeaux,
- Lyon,
- Marseille,
- Paris,
- Rouen.

Chaque Direction régionale est placée sous l'autorité d'un directeur régional et comprend un service des ventes ainsi qu'un service après-ventes. Une attention toute particulière est apportée à cette partie de l'activité, car l'image de la société, dans ce domaine, conditionne largement son développement futur.

Dans les principaux marchés européens, Euro Equipement possède des filiales, notamment en:

- République Fédérale d'Allemagne: S.A.P.E.G GmbH.
- Italie: Euro Equipement Italiana
- Suisse: Simate S.A
- Espagne: Euro Equipement Iberica
- Grande Bretagne: Perinter Equipment Ltd.

Dans les autres pays d'Europe, la société est représentée par des Agents.

CHAMPAGNE BESSERAT de BELLEFON

Avant son entrée dans le groupe en 1959, Besserat de Bellefon était une petite affaire ayant réputation d'excellente qualité et dont la création remonte à 1843.

Depuis lors, l'activité de Besserat de Bellefon a été plus que décuplée, soit sous sa marque propre, soit sous celle du Champagne Morlant qui est vendu par le réseau CDC Cusenier.

Cette extension ne pouvait plus être satisfaite dans le cadre originel d'Ay, malgré les aménagements apportés aux locaux. La maison, qui ne pouvait sacrifier de vignobles pour étendre ses installations, choisit Reims et acquit un vaste emplacement de 14 hectares où jadis, poussait la vigne.

Tout, dans cette installation ultra-moderne, a été pensé pour rendre le travail plus rationnel et plus facile. Bien que résolument tourné vers les techniques d'avenir, cet ensemble a été conçu et réalisé selon le respect des traditions champenoises les plus pures.

Dans la gamme Besserat de Bellefon, figurent en place d'honneur le Brut Millésimé et le Brut Millésimé Rosé, jouissant de toutes les caractéristiques propres à une année que l'on s'accorde à tenir pour remarquable. La mousse joyeuse et le bouquet fort bien timbré du Brut réserve sont la preuve de la constance de qualité de cet assemblage de diverses années.

Spécialiste incontesté du Crémant, voire le créateur, Besserat de Bellefon a su élaborer un champagne de faible mousse, dont on dit d'ailleurs qu'il «crème». Ce vin léger accompagne tous les mets, faisant du Crémant «le champagne de tout un repas». Il voisine avec un nouveau né: le Crémant des Moines, un champagne crémant délicatement rosé qui s'adapte parfaitement aux viandes rouges et aux fromages, comme l'ont remarqué les grands critiques gastronomiques.

Admirablement situé au carrefour des autoroutes reliant Paris, Strasbourg, Calais, Bâle, Besserat de Bellefon dispose de magnifiques caveaux de réception qui accueillent, des quatre coins du monde, de nombreux congressistes pour d'inoubliables soirées aux chandelles.



AUTRES FILIALES

Sopagly

Cette société fondée en 1963 est établie dans les Pyrénées Orientales. Elle est spécialisée dans la production de moûts, de jus de raisin et de mistels. Avec 300 000 hectolitres, elle est le premier producteur de jus de raisin en France, et réalise plus de la moitié de son chiffre d'affaires (38 000 000 F.) à l'exportation.

Galibert et Varon

Cette société bordelaise a pour objet l'importation, l'assemblage et le vieillissement de rhums. Elle occupe sur le marché français la 3ème place. La commercialisation de ses produits se fait à travers les sociétés du Groupe Pernod Ricard, par l'intermédiaire d'autres négociants, fabricants et grossistes et enfin directement grâce à un réseau d'agents multicartes et de marchandiseurs. La gamme des produits vendus directement sous ses marques comprend des rhums, du punch et des cocktails préparés à base de rhum.

G.M.C

Grandes Marques Continentales

La mission principale de GMC est la vente de certains produits du Groupe dans le secteur particulier de la clientèle dite de luxe de la région parisienne.

Les clients de GMC relèvent de trois catégories:

- les épiceries fines vendant surtout des produits rares,
- la grande restauration dont les tables sont souvent honorées par l'attribution dans les guides d'étoiles, de coqs ou de toques,
- les établissements de nuit comme les discothèques ou les cabarets.

Champagne Salon

Petite maison située à Mesnil-sur-Oger, commercialisant un produit de prestige, la Champagne Salon offre à la clientèle par le même réseau que Besserat de Bellefon, un produit de très haute qualité, élaboré en quantité limitée.

Le fondateur, Eugène Aimé Salon, qui figurait dans l'annuaire des premiers européens en 1931, avait décidé d'élever un champagne selon sa propre conception, en utilisant exclusivement des raisins blancs de la Côte des Blancs. En ce temps là, c'était une innovation et elle recueillit le plus large succès.

En effet, les particularités suivantes président à son élaboration:

- sélection des meilleurs raisins blancs et utilisation exclusive de la plus fine partie du moût: la cuvée,
- limitation aux seules années millésimées, (dix à onze ans de stock!),
- élimination à chaque stade, de tout assemblage qui ne correspondrait pas aux impératifs de qualité recherchés.

Le Champagne Salon élabore donc un champagne rare et destiné à une clientèle qui le déguste en connaisseur.



PARTICIPATIONS

Société des Vins de France

Le Groupe détient 44% du capital de la SVF. Issue du regroupement d'un certain nombre d'entreprises de négoce, la Société des Vins de France est le premier négociant sur le territoire national.

En fait, il s'agit du seul négociant ayant une implantation couvrant la totalité du territoire et possédant dans sa gamme des marques nationales telles que Préfontaines, Margnat-Village et Kiravi. Bien que principalement axée sur la vente des vins de table, la SVF distribue également des VDQS et des Appellations Contrôlées. Cette part des ventes tend à s'accroître et représente 11% de l'activité. La SVF détient également 70% de Bartissol, première marque de Vins Doux Naturels des Pyrénées Orientales. Elle a engagé également une politique de diversification par la création d'un vin mousseux de haute qualité d'appellation d'origine «Touraine» dénommé Blanc Foussy.

Enfin, la Société des Vins de France détient une participation de 14% dans le capital de la Société Nicolas qui exerce son activité de négociant par un important réseau de magasins spécialisés.

Grands Champagnes de Reims

Dans le domaine du Champagne, Pernod Ricard détient 48% des Grands Champagnes de Reims qui produisent et commercialisent toutes les qualités de champagne sous diverses marques dont Abel Lepitre et Georges Goulet.

Warre

Pernod Ricard détient 20% du capital du Groupe Warre, composé de cinq sociétés portugaises qui ont pour objet la production et la vente de vins de Porto, en vrac et en bouteilles sous les marques Cintra, Warre, Harris, Graham, Dow. Warre commercialise 4,8 millions de litres soit 10% du marché mondial de porto et se classe au 4ème rang des producteurs. Ses stocks de vins en cours de vieillissement dans les chais de la Société, à Vila Nova de Gaia, représentent 20 millions de bouteilles.

Astra Plastique

Pernod Ricard détient depuis 1964, 25% du capital de Astra Plastique. Cette société créée avant guerre était spécialisée dans le surbouchage des bouteilles par des capsules en aluminium. En 1958, elle s'est spécialisée dans la fabrication des bouchons plastiques qui reste aujourd'hui son activité principale. Mais Astra a développé son département soufflage (bouteilles et flacons plastiques) ainsi que le département polyester (coffrets, bacs, bateaux, cabines de véhicules, poteaux etc...).

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

à l'assemblée générale ordinaire
du 15 juin 1978

Rapport du conseil d'administration

Conformément à la loi et à nos statuts, nous vous avons convoqués en Assemblée Générale Ordinaire, afin de vous rendre compte de l'activité de votre société et de ses filiales durant l'exercice 1977 et de soumettre à votre approbation bilan et comptes arrêtés au 31 décembre 1977.

Cet exercice a été marqué, comme nous vous l'avions annoncé l'an dernier, par :

- le démarrage de la nouvelle société CDC-CUSENIER, regroupant les exploitations françaises des sociétés CUSENIER et CDC, absorbées en 1976 avec les difficultés inhérentes à la mise en place de toute nouvelle organisation.
- la reprise des activités étrangères de ces dernières par la SEGM, filiale spécialisée de PERNOD RICARD à l'exportation, qui a, par ailleurs, poursuivi sa vigoureuse expansion, à un rythme très soutenu,
- la prise en charge de marques d'apéritifs à base de vin : DUBONNET, d'une part, CINZANO et BYRRH, d'autre part, respectivement par RICARD et PERNOD.

Dans une conjoncture internationale et nationale incertaine, rendue plus difficile encore, pour votre société, par une concurrence de plus en plus âpre, une augmentation anormalement élevée, en France, pour la quatrième année consécutive, de la fiscalité spécifique aux boissons alcoolisées, le 1^{er} février 1977, un contrôle des prix particulièrement insupportable pour les boissons sans alcool, qui ont eu à souffrir, de surcroît, de conditions climatiques défavorables, l'ensemble du Groupe s'est comporté de façon très honorable.

Nous sommes sûrs que vous voudrez bien vous associer à votre Conseil d'Administration pour remercier les collaborateurs de PERNOD RICARD et de ses filiales pour la compétence, et le dévouement dont ils ont fait preuve pour qu'il en soit ainsi.

Le chiffre d'affaires hors taxes de PERNOD RICARD, pour 1977, s'est élevé à 166.931.000 F.

Celui-ci constitué essentiellement, d'une part, des redevances perçues de RICARD, PERNOD, CDC-CUSENIER et SEGM, au taux de 8% du chiffre d'affaires hors droits et taxes pour les deux premières et de 2% pour les deux autres ; d'autre part, des dividendes distribués par ses filiales et participations.

A noter que, par suite de la consolidation fiscale, PERNOD RICARD paye, dorénavant, l'impôt sur les sociétés pour toutes ses filiales.

Le résultat net, après impôts, est arrêté à 82.120.000 F., contre 81.681.000 F.

Au niveau consolidé, seul significatif des résultats d'ensemble du Groupe, le chiffre d'affaires hors taxes, en progression de 5,2%, s'est élevé, en 1977, à 3.920.231.000 F.

La marge brute a atteint 1.335.084.000 F., supérieure de 4,2% à celle de 1976.

L'ensemble des charges d'exploitation est passé de 974.467.000 F. à 1.095.269.000 F., ce qui entraîne une diminution de 20,6% du résultat d'exploitation, qui est de 270.535.000 F.

Après 18.494.000 F. de plus values exceptionnelles, contre 2.487.000 F. en 1976, en partie compensées par 14.805.000 F. de provisions pour hausse de prix, contre une reprise de provisions de 4.475.000 F. en 1976, le résultat net consolidé de PERNOD RICARD, en 1977, s'est élevé, compte tenu de la consolidation fiscale, à 141.737.000 F., soit un chiffre sensiblement égal à celui de l'exercice précédent, qui était de 141.926.000 F.

Le cash-flow : 226.446.000 F., est en progression de 12,4% par rapport à 1976.

Avant que vous ne preniez connaissance, en détail, des activités et comptes de chacune des principales filiales, nous voulons rappeler succinctement les principaux faits saillants de l'exercice 1977, indépendamment de ceux liés à la création de CDC-CUSENIER, mentionnés ci-dessus.

Dans le secteur des spiritueux, en France, dont le marché global a été stable, les volumes vendus par le Groupe sont inférieurs de 2,7% à ceux de l'année 1976.

Cette diminution provient essentiellement des produits anisés (- 2,9%) et des apéritifs à base de vin (- 5,5%).

Elle n'a pu être compensée par les bonnes performances réalisées sur la SUZE dont le succès est grandissant, et les whiskies, dont le segment de marché reste en expansion.

Il est indéniable que les augmentations successives des droits sur les alcools, qui ont atteint, depuis 1974, 68%, soit un rythme très supérieur à celui de l'inflation, sont la cause principale de la stagnation, voire de la régression, d'importants secteurs du marché des spiritueux.

Il faut également noter que la concurrence, dans le circuit alimentaire, a été avivée par le développement de produits bon marché vendus sous des marques de distributeurs.

Dans le secteur des boissons sans alcool, les années se suivent et ne se ressemblent pas sur le plan des conditions climatiques puisque, à une saison caniculaire en 1976, ont succédé un printemps et un été 1977 très médiocres.

Le net retrait enregistré sur tous les marchés à l'issue de l'été a été partiellement compensé par une fin d'année satisfaisante.

Au total, on note une diminution de près de 7% des volumes vendus pour les sodas, dans un marché en régression de 19%, et de près de 3% pour les jus de fruits et boissons aux fruits, dont le marché a régressé de 4%.

Les volumes en baisse, ajoutés à des autorisations d'augmentation de prix tout à fait insuffisantes, et à des structures d'exploitation trop lourdes ou insuffisamment performantes, ont conduit nos deux filiales spécialisées, JFA-PAMPRYL et S.P.B.G., à subir de lourdes pertes.

A l'étranger, les ventes de spiritueux du Groupe ont atteint 63 millions de bouteilles, marquant ainsi une augmentation de 22% par rapport à 1976.

Les ventes de spiritueux anisés ont progressé de 20,6%. Elles sont réalisées principalement dans la C.E.E., en Espagne et en Afrique.

Présentation des comptes

Les ventes d'apéritifs à base de vin ont connu un très net redressement, en partie dû à la reconstitution, à un niveau normal, des stocks du distributeur anglais de DUBONNET. Des progrès substantiels ont également été enregistrés sur la marque DUBONNET au Canada et au Nigéria, au point que les volumes d'apéritifs à base de vin exportés ont progressé de 46% par rapport à l'année précédente.

Pour les autres produits exportés : eaux-de-vie, liqueurs et SUZE, il est constaté une stagnation, car les progrès enregistrés sur la SUZE, l'Armagnac et les liqueurs, sont compensés par une diminution des ventes du Cognac.

Dans le secteur des activités diversifiées, de nouvelles pertes ont été enregistrées chez EURO-EQUIPEMENT et BRUGIER-CHARRASSE, malgré des allègements de structures, mis en place en fin d'année, qui devraient produire leurs effets en 1978.

Perspectives d'avenir

L'année 1978 devrait être celle de la consolidation des structures du Groupe, puisqu'aucune modification de celles-ci n'est envisagée.

C'est la première fois qu'il en est ainsi depuis la création de PERNOD RICARD.

Cette pause sera mise à profit pour développer la productivité et la rentabilité de nos filiales, et particulièrement celles du secteur des boissons sans alcool, pour lesquelles des décisions ont déjà été prises.

Elles s'inscrivent d'ailleurs dans un programme d'ensemble auquel toutes les sociétés du Groupe ont adhéré et qui devrait conduire à la réalisation d'importantes économies.

Il est évidemment souhaitable que, parallèlement à ces dispositions, la progression des volumes commercialisés se poursuive, et que soit rétablie la liberté des prix, sans lesquelles aucun développement n'est possible.

Notre acte de foi dans l'avenir, nous le manifestons, en ce qui nous concerne, par la poursuite de notre expansion et le lancement, en France, de deux produits nouveaux :

- une poudre de fruit naturelle BANGA QUICK
- et une gamme de sirops aux fruits, vendus en bidons sous la marque PAMPAM.

Le bilan, le compte d'exploitation, le compte de pertes et profits et les commentaires qu'ils appellent figurent dans les tableaux annexés au présent rapport. Nous vous demanderons de bien vouloir les approuver ainsi que le projet de répartition du bénéfice net de l'exercice qui s'élève à 82.120.403,25 F.

Lors de la dernière Assemblée Générale, votre Conseil vous avait fait part de son intention de procéder au début de l'année 1978 à la mise en paiement d'un acompte de 5 F sur le dividende 1977 et de vous proposer de fixer celui-ci à un montant tel que la limitation de la distribution au titre de 1976 soit compensée par l'augmentation du dividende 1977. En conséquence, il vous est proposé de répartir comme suit les résultats de l'exercice.

— Résultats de l'exercice	82.120.403,25 F
— Report à nouveau	9.869.405,14 F
— Montant distribuable	91.989.808,39 F

● aux actionnaires à titre de premier dividende, une somme égale à 6% du capital social, soit : 25.983.403,20 F

● à la réserve facultative, la somme de : 20.000.000,00 F

● à la réserve spéciale de plus-values à long terme le somme de : 5.510.107,22 F

● aux actionnaires à titre de super-dividende, la somme de : 28.148.686,80 F

● le solde disponible, soit : 12.347.611,17 F étant reporté à nouveau.

Si vous approuvez le projet de répartition ci-dessus, le dividende global rapporté à une action sera de 15 F se décomposant comme suit :

● dividende net distribué : 10 F

● impôt déjà payé au Trésor : 5 F

Nous vous demandons de fixer au 4 juillet 1978 la date de mise en paiement du dividende sous déduction de l'acompte de 5 F versé en janvier 1978.

Le tableau ci-dessous fait ressortir l'évolution des distributions réalisées au titre des trois derniers exercices :

Exercices	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1974	3 725 000	7,80 F	3,90 F	11,70 F
1975	4 300 994	9,00 F	4,50 F	13,50 F
1976	5 413 209	8,00 F	4,00 F	12,00 F

Administration

Votre Conseil a le regret de vous faire part du décès de son Vice-Président, Monsieur Jacques MANGENOT, survenu le 4 février 1978. Monsieur Jacques MANGENOT, qui appartenait à l'une des familles fondatrices de notre Groupe, avait particulièrement en charge les laboratoires de recherche et la défense des intérêts de notre profession en tant que Président du Syndicat des Spiritueux Consommés à l'Eau.

Nous vous demanderons de bien vouloir donner quitus de sa gestion pour l'exercice 1977 à votre Conseil d'Administration.

Le mandat de deux de vos Administrateurs : Monsieur Jean HEMARD et Monsieur François LAPORTE-BISQUIT, arrive à expiration avec la présente Assemblée, nous vous proposons leur réélection pour une durée de six années.

Votre Conseil vous propose également de porter de 850.000 F. à 940.000 F. le montant des jetons de présence à compter de l'exercice 1978, étant précisé que cette charge supplémentaire ne sera pas, selon toute vraisemblance, admise en déduction du bénéfice fiscal de la société.

Le marché français des anis, qui constitue pour la société RICARD son principal domaine d'activité, a connu en 1977 une nouvelle année de stagnation. Cette situation est due essentiellement aux augmentations successives des droits sur les alcools, dont la dernière a eu lieu le 1^{er} février 1977, entraînant une augmentation des prix au consommateur plus rapide que celle de l'ensemble des prix. Il est indéniable que le contexte économique de 1977 : stabilité du pouvoir d'achat et sous emploi, n'a pas non plus constitué un élément favorable au développement du marché des anis. Les ventes du produit RICARD ont accusé, par rapport à 1976, une baisse en volume de 3,7% dont l'origine se trouve à la fois dans une concurrence plus vive dans le secteur alimentaire du fait des marques des grands distributeurs et de l'absence en fin d'année 1977 du surcroît habituel d'activité lié aux hausses des droits prenant effet au 1^{er} février de l'année suivante.

Le réseau de vente de la société RICARD a pour la première fois en 1977, commercialisé la marque DUBONNET ; ce changement de réseau commercial, ajouté à la contraction du marché des apéritifs à base de vin en 1977, explique que les volumes vendus soient inférieurs de 3,4% à ceux de l'année précédente. Le cognac BISQUIT n'a pas poursuivi le redressement observé en 1976 puisque ses ventes ont diminué de 4,6% ; en revanche, on remarque que les autres produits ont vu leurs ventes progresser sensiblement en 1977, ainsi le calvados BUSNEL, le whisky CLAN CAMPBELL et le rhum VANA, ont obtenu des taux de croissance de leurs volumes de vente respectivement de 21%, 15% et 14%.

Au total, le volume des sorties de l'ensemble des produits destinés au marché français est proche de 59 millions de bouteilles et est inférieur de 3% à celui de l'exercice précédent.

Sur le plan financier, il faut rappeler que dans le cadre des engagements de modération de prix souscrits entre le Gouvernement et la profession, l'augmentation des tarifs, hors droits et taxes, a été limitée à 5,5% pour l'exercice.

Le chiffre d'affaires, hors TVA, de RICARD s'est élevé à 1.649.249.000 F., en progression de 6,3% sur l'année précédente. Cette augmentation provient essentiellement des hausses de tarif provoquées par l'augmentation de 11% des droits, intervenue le 1^{er} février 1977. La marge brute qui a atteint 476.112.000 F ne progresse que de 2,9% sur celle de l'année précédente. Cette augmentation n'a pas été suffisante pour faire face à l'accroissement des charges de la société, il en résulte que le bénéfice d'exploitation de 1977, soit 131.707.000 F., est sensiblement inférieur à celui de 1976 qui s'élevait à 160.100.000 F. Il convient de rappeler que les charges d'exploitation incluent pour 1977 le versement d'une royauté de 50.404.000 F. à PERNOD RICARD.

Les comptes de pertes et profits comprennent notamment une constitution de provision pour investissement de 4.370.000 F., contre une reprise nette de 596.000 F. pour l'exercice précédent et la participation aux bénéfices à attribuer au personnel, au titre de 1977, pour 10.074.000 F. contre 13.712.000 F. pour 1976. Aucune provision pour hausse de prix n'a été constituée et la société a utilisé la possibilité qui lui était offerte de reporter sur 1978 la reprise de la provision constituée en 1971. Le résultat net comptable s'élève à 63.495.000 F. contre 71.967.000 F. en 1976, soit une diminution de 11,8%. Il convient de rappeler qu'en 1976 la société RICARD avait connu une croissance exceptionnelle de son résultat net qui avait été supérieur de 28% à celui de 1975.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977	PASSIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	137 798	135 963	Situation nette	378 653	419 799
Immobilisations incorporelles	99 961	99 907	Subventions d'équipement	37	32
Autres valeurs immobilisées	17 285	17 121	Provisions pour pertes et charges	16 466	11 033
Stocks	234 526	237 680	Dettes à plus d'un an	6 000	—
Clients, Effets à recevoir	240 703	222 179	Dettes à court terme	326 516	292 879
Autre réalisable et disponible	69 366	74 388	Bénéfice	71 967	63 495
Total	799 639	787 238	Total	799 639	787 238

La comparaison des grands postes du bilan avec ceux de l'exercice précédent fait ressortir une diminution de 1.887.000 F des immobilisations nettes. Les investissements de l'exercice, diminués des cessions, ont été de 18.930.000 F. et ont principalement porté sur le maintien de l'outil de production à un haut niveau de performance et à l'amélioration des installations de sécurité et des conditions de travail du personnel. Les amortissements de l'exercice ont été de 20.745.000 F.

La progression des stocks de 3.153.000 F. est due à un accroissement des stocks d'eau-de-vie de Cognac ; comme les années précédentes, la société RICARD a fait face aux engagements d'achat vis-à-vis de la viticulture malgré la baisse des ventes. La diminution des valeurs réalisables et disponibles traduit le niveau plus faible des ventes de la fin de l'année 1977 par rapport à la même période en 1976 en perspective de la hausse des droits du 1^{er} février 1977. Pour la même raison, les droits de régie inclus dans le poste dettes à court terme sont en diminution sensible.

Sur le plan social, la société s'est préoccupée de l'amélioration et de la rénovation des centres de loisirs mis à la disposition du personnel. L'accord de participation signé avec les représentants du personnel a été homologué et les sommes attribuées au personnel ont continué à être investies par l'intermédiaire du Fonds Commun de Placement, essentiellement en actions PERNOD RICARD. La société a poursuivi l'effort de formation entrepris depuis plusieurs années. En 1977, 458 collaborateurs, sur un effectif de 1.800 personnes, ont participé à des actions de formation représentant 16.000 heures de stage et un budget de 1.516.000 F. Des stages pratiques et temporaires ont été organisés pour des jeunes à la recherche d'un emploi et permettant, à l'issue du stage, une embauche définitive en fonction des besoins de la société.

La principale filiale de RICARD, Calvados BUSNEL, a été absorbée par une autre société du Groupe, CIDRERIES DISTILLERIES REUNIES ; l'opération ayant eu lieu avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 1977, l'activité et les résultats de Calvados BUSNEL sont désormais inclus dans ceux de la société absorbante. Les autres filiales de RICARD, la Société RICHARD et la Fondation Immobilière RICARD, ont respectivement réalisé en 1977, un résultat net d'impôt de 101.000 F et de 1.000 F.

Pour l'exercice 1978, on peut espérer que sur le plan commercial, l'absence de relèvement des droits sur les alcools pendant au moins la première partie de l'exercice sera un élément favorisant une progression des ventes, et que sur le plan financier, le retour à un régime de liberté des prix permettra une reconstitution des marges bénéficiaires. Toutefois, la société a adopté pour 1978 une politique de gestion orientée vers une réduction sensible de ses charges d'exploitation, et compte sur le dynamisme et l'efficacité de ses équipes de vente pour assurer la poursuite de sa prospérité.

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	1 551 254	1 649 249	+ 6,3%
Achats corrigés et droits	1 088 791	1 173 137	
Marge brute	462 463	476 112	+ 2,9%
Autres produits	5 838	5 284	
Total revenu	468 301	481 396	+ 2,8%
Frais de personnel	121 150	139 803	
Impôts et taxes	16 400	17 696	
Autres charges	144 621	165 005	
Provisions d'exploitation	2 903	4 303	
Résultat brut d'exploitation	183 227	154 589	— 15,6%
Frais financiers	(6 247)	(8 512)	
Produits financiers	4 093	5 375	
Amortissements	(20 973)	(20 745)	
Provisions hors exploitation	—	—	
Provision pour investissement	596	(10 687)	
Provision pour hausse de prix	4 776	—	
Dotation provision participation	(13 712)	(10 074)	
Plus et moins values	926	783	
Pertes et profits divers	2 251	8 898	
Résultat avant impôt	154 937	119 627	— 22,8%
Impôts sur les sociétés	80 727	56 132	
Impôt sécheresse	2 243	—	
Résultat net	71 967	63 495	— 11,8%

Sur le plan commercial, l'exercice 1977 a été principalement marqué par :

- la prise en charge par les réseaux commerciaux de PERNOD de la vente des apéritifs à base de vin CINZANO et BYRRH, en contrepartie de laquelle PERNOD a confié à CDC-CUSENIER la vente des vins doux naturels et notamment de la marque VABE ;
- la séparation des deux anis PERNOD et PASTIS 51 qui, dans la vente au détail, sont désormais distribués par deux réseaux différents ;
- un environnement économique médiocre dans lequel les hausses de tarifs consécutives aux hausses des droits sur les alcools ont entraîné la stagnation de certains marchés, notamment de celui des anisés tandis que d'autres, tels que les apéritifs à base de vin, régressaient.

Les ventes globales de la société sur le marché français ont atteint 54,5 millions de cols contre un volume, à structure de produits comparable, pour 1976 de 55,3 millions de cols. Les ventes de produits anisés PASTIS 51 et PERNOD enregistrent une diminution de 3,3% de leurs volumes de ventes due à la marque PERNOD pour laquelle la société a décidé de réaliser un effort commercial particulier visant à relancer les ventes de ce produit sur le marché français. Pour les apéritifs à base de vin, CINZANO et BYRRH, la diminution des volumes de vente est de 7,5% et est imputable à la contraction du marché, ainsi qu'à l'introduction de ces deux marques dans des réseaux de vente nouveaux.

En revanche, les ventes de SUZE continuent à progresser de façon satisfaisante et ont été en 1977, supérieures en volume de 8,4% à celles de 1976. Pour les autres produits, les volumes vendus en 1977 sont très voisins de ceux de l'année précédente, les progrès de certains produits tels le whisky WHITE HEATHER et le porto FEIST étant compensés par la diminution d'autres tel le rhum NAURA.

Le chiffre d'affaires hors TVA de l'exercice qui a atteint 1.300.014.000 F. est supérieur de 10,9% à celui de 1976. Cette progression est principalement due aux hausses de droits intervenues le 1^{er} février 1977 et à la commercialisation de CINZANO et BYRRH qui a plus que compensé l'abandon à CDC-CUSENIER de celle des vins doux naturels.

Au niveau de la marge brute, soit 376.789.000 F., la progression sur 1976 est ramenée à 6,1%, ceci notamment en raison des engagements de modération d'évolution des tarifs de vente souscrits pour 1977. Cette augmentation de marge brute n'a pas été suffisante pour couvrir l'augmentation des coûts, de ce fait, le résultat d'exploitation, soit 89.247.000 F., est inférieur de 3% à celui de 1976. Le montant des redevances versées à PERNOD RICARD au titre des marques s'est élevé à 40.852.000 F.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977	PASSIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	112 940	112 419	Situation nette	252 126	271 928
Immobilisations incorporelles	102 970	102 970	Subventions d'équipement	—	—
Autres valeurs immobilisées	28 840	28 106	Provisions pour pertes et charges	5 989	4 798
Stocks	100 786	75 471	Dettes à plus d'un an	1 218	3 742
Clients, Effets à recevoir	183 953	239 371	Dettes à court terme	276 570	289 457
Autre réalisable et disponible	47 231	56 355	Bénéfice	40 817	44 767
Total	576 720	614 692	Total	576 720	614 692

Le résultat net s'élève à 44.767.000 F, il est supérieur de 9,7% à celui de l'exercice précédent qui avait notamment pris en charge l'impôt exceptionnel alors que la charge fiscale de l'exercice a été allégée par le décalage de la prise en compte de certaines charges telle que la provision pour participation légale.

La comparaison des principaux postes de l'actif montre une diminution de 521.000 F des immobilisations corporelles nettes. Les investissements nets des cessions, qui ont atteint 15.690.000 F., ont principalement porté sur la reprise d'un contrat de crédit bail concernant un immeuble industriel mitoyen de l'usine de CRETEIL, les travaux de l'usine de MERIGNAC et de ses locaux administratifs et divers renouvellements de matériel. Les amortissements, soit 16.171.000 F sont très proches de ceux de l'exercice précédent. La diminution des autres valeurs immobilisées correspond essentiellement au remboursement partiel de l'avance consentie par PERNOD à sa filiale, la Société des Produits d'Armagnac, le solde de celle-ci ayant été incorporé au capital. Les stocks accusent une diminution de 25.315.000 F par rapport à la clôture de l'exercice précédent due à l'absence, en Décembre 1977, de stocks permettant de faire face, comme en Décembre 1976, aux fortes ventes de Janvier 1977 avant la hausse des droits sur les alcools. En revanche, les valeurs réalisables et disponibles enregistrent une forte progression des postes clients et effets à recevoir, liée à un niveau élevé d'activité au cours des deux derniers mois de l'année. Ces variations expliquent en grande partie l'accroissement des dettes à court terme et principalement des crédits de trésorerie pour 21.457.000 F.

La Société des Produits d'Armagnac, filiale de PERNOD, qui approvisionne les sociétés du Groupe en eaux-de-vie d'Armagnac, occupe le quatrième rang dans la profession pour les ventes en France et le troisième rang à l'exportation. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 6.596.000 F. contre 11.977.000 F. en 1976. Cette diminution provient de l'abandon de la commercialisation des pruneaux réalisée en 1977 directement par la société PERNOD et par d'importantes cessions de stocks en 1976, alors qu'en 1977 les ventes en volume ont augmenté de 20,4%. Le bénéfice net de 1977 est de 284.000 F contre une perte de 1.020.000 F en 1976 dont 955.000 F. de provisions.

La société LA DUCHESSE a réalisé un chiffre d'affaires de 4.936.000 F et un bénéfice net de 75.000 F. contre respectivement 5.565.000 F et 313.000 F. en 1976.

Pour 1978, la société peut espérer une progression modérée de ses ventes grâce à un dynamisme commercial accru sur CINZANO et PERNOD mais elle devra faire face à une concurrence toujours aussi vive. Sur le plan des prix de vente, il faut souhaiter que le régime plus libéral dont bénéficient déjà certains produits soit rapidement étendu à tous les autres afin de maintenir un niveau de rentabilité voisin de celui des années précédentes.

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	1 172 449	1 300 014	+ 10,9%
Achats corrigés et droits	817 572	923 225	
Marge brute	354 877	376 789	+ 6,1%
Autres produits	6 601	9 676	
Total revenu	361 478	386 465	+ 6,9%
Frais de personnel	109 855	121 609	
Impôts et taxes	8 229	9 811	
Autres charges	126 178	142 551	
Provisions d'exploitation	3 901	2 344	
Résultat brut d'exploitation	113 315	110 150	— 2,8%
Frais financiers	(5 260)	(7 443)	
Produits financiers	1 171	2 710	
Amortissements	(16 621)	(16 171)	
Provisions hors exploitation	(716)	—	
Provision pour investissement	589	(2 489)	
Provision pour hausse de prix	—	—	
Dotation provision participation	(4 979)	(4 730)	
Plus et moins values	(324)	(426)	
Pertes et profits divers	(12)	4 421	
Résultat avant impôt	87 163	86 022	— 1,3%
Impôts sur les sociétés	44 879	41 255	
Impôt sécheresse	1 467	—	
Résultat net	40 817	44 767	+ 9,7 %

CDC-Cusenier

La société CDC-CUSENIER a été créée le 30 décembre 1976 par l'apport de leur branche d'activité France des ex-sociétés CDC et CUSENIER. Cette nouvelle société a repris l'ensemble des activités industrielles des sociétés absorbées, c'est-à-dire notamment l'élaboration des apéritifs à base de vin du Groupe. Sur le plan commercial, elle a la charge des ventes françaises de la marque AMBASSADEUR, celles de DUBONNET étant rattachées au réseau RICARD, celles de CINZANO et BYRRH aux réseaux de PERNOD, tandis que la SEGM a la responsabilité de toutes les ventes à l'étranger.

Le premier exercice de CDC-CUSENIER a été perturbé par les difficultés inhérentes à la création d'une société nouvelle d'autant plus que près de 450 personnes appartenant à l'une ou l'autre des sociétés d'origine n'ont pas accepté l'emploi qui leur était offert soit chez CDC-CUSENIER, soit dans une autre société du Groupe. Ceci a eu pour conséquence une mise en route assez laborieuse des structures de la nouvelle société, en particulier sur le plan commercial où le réseau a dû être très largement renouvelé.

Les ventes d'AMBASSADEUR ont été relativement satisfaisantes puisqu'en dépit de la régression du marché et des difficultés de mise en place du nouveau réseau de vente, les volumes sont restés sensiblement indentiques à ceux de 1976. En revanche, les ventes de vins doux naturels, de champagne, de mousseux et de vodka sont en net retrait sur l'exercice précédent. D'autres produits, tels que le pastis ALIZE et le whisky CUTTY SARK, ont vu leurs ventes progresser. Au total, dans le secteur des boissons alcoolisées, la société a vendu 14,6 millions de cols. En matière de boissons sans alcool, les mauvaises conditions climatiques de 1977, comparées à celles exceptionnelles de 1976, ont eu pour effet une importante régression des ventes de jus de fruits PAM-PAM et des sirops FREEZOR puisque les volumes de 1977 sont inférieurs de 30% à ceux de 1976.

L'exploitation 1977 de la société ne peut être comparée avec celle de 1976 des sociétés CDC et CUSENIER puisque la nouvelle société ne commercialise directement qu'une partie des produits des anciennes sociétés et réalise un tiers de son chiffre d'affaires sous forme de cessions aux autres sociétés du Groupe.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977	PASSIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	71 513	74 887	Situation nette	184 082	187 955
Immobilisations incorporelles	9 000	9 000	Subventions d'équipement	—	—
Autres valeurs immobilisées	36 696	38 285	Provisions pour pertes et charges	15 193	3 108
Stocks	128 220	141 887	Dettes à plus d'un an	—	13 803
Clients, Effets à recevoir	86 953	69 386	Dettes à court terme	172 225	159 759
Autres valeurs réalisables et disponibles	42 219	21 610	Résultat	3 101	(9 570)
Total	374 601	355 055	Total	374 601	355 055

Le chiffre d'affaires hors TVA de l'exercice a été de 409.138.000 F., la marge brute de 134.720.000 F. Les charges d'exploitation incluent, notamment, au niveau des charges de personnel, une somme de 3.506.000 F. représentant les indemnités de départ du personnel ayant décidé de quitter la société en 1977 et pour le même motif, une provision de 2.291.000 F. a été créée pour les départs devant intervenir en 1978. Il faut également signaler que les autres charges comprennent des frais exceptionnels liés au démarrage de la société pour 3.120.000 F. et la royaltie versée à PERNOD RICARD au titre de la concession des marques pour 3.167.000 F. L'exploitation se solde par une perte de 8.676.000 F après 6.962.000 F d'amortissements. Le montant de ce déficit est équivalent à celui des charges exceptionnelles de l'exercice. En ce qui concerne les pertes et profits, il convient de signaler qu'une provision pour hausse de prix a été constituée en 1977 et compte tenu de la reprise ce celle de 1971, la dotation nette est de 1.172.000 F. La perte nette comptable de l'exercice est de 9.570.000 F.

En 1977, les investissements réalisés par CDC-CUSENIER ont représenté 10.298.000 F et sont principalement constitués par l'aménagement du siège social et de l'usine de LA COURNEUVE, par l'achat de véhicules pour le réseau commercial et par divers matériels de production. La variation des stocks, soit une augmentation de 13.667.000 F., résulte d'un accroissement des postes matières premières et produits finis et d'un changement de mode de comptabilisation ; les droits de fabrication déjà réglés sur les produits en stocks sont désormais inclus dans les stocks alors que précédemment ils figuraient dans le poste Etat. En ce qui concerne les valeurs réalisables et disponibles, il faut noter que le changement du mode de financement du crédit client (escompte au lieu du CMCC) entraîne une diminution du cumul des postes clients et effets à recevoir.

Au passif, on enregistre le virement, du fait de l'intégration fiscale, du compte provision pour pertes et charges, au compte dettes à long terme, du solde de l'impôt dû sur les plus-values d'apport. Pour les dettes à court terme, les postes fournisseurs et effets à payer augmentent de 10.478.000 F. et les effets financiers diminuent de 12.360.000 F. par suite de l'abandon du financement par CMCC.

En 1978, CDC-CUSENIER, dont la raison sociale sera, pour éviter les confusions sur le plan commercial, transformée en CUSENIER, s'attachera principalement à l'amélioration de la productivité de ses services et mettra en place un nouveau système de traitement de l'information.

La stabilisation du réseau de vente devrait permettre à la société d'améliorer le volume de ses ventes de spiritueux tandis que pour les boissons sans alcool CDC-CUSENIER lancera en 1978 une nouvelle gamme de sirops conditionnés à la fois en bidons métalliques et en bouteilles de verre sous la marque PAM-PAM avec pour objectif de donner au Groupe une part significative d'un marché en expansion.

Résultats 1977 (en milliers de francs)

	1977
Chiffre d'affaires hors taxes	409 138
Achats corrigés et droits	274 418
Marge brute	134 720
Autres produits	3 532
Total revenu	138 252
Frais de personnel	78 833
Impôts et taxes	6 223
Autres charges	41 086
Provisions d'exploitation	3 736
Résultat brut d'exploitation	8 374
Frais financiers	(11 037)
Produits financiers	949
Amortissements	(6 962)
Provision hors exploitation	—
Provision pour investissement	(40)
Provision pour hausse de prix	(1 447)
Dotation provision participation	—
Plus et moins values	—
Pertes et profits divers	593
Résultat avant impôt	(9 570)
Impôts sur les sociétés	—
Impôt sécheresse	—
Résultat net	(9 570)

Depuis le 1^{er} janvier 1977, la SEGM a pris en charge les départements exportation et les filiales étrangères des ex-sociétés CDC et CUSENIER. Ceci a entraîné une redistribution des produits entre les 4 départements de la Société ; le département PERNOD est désormais chargé de commercialiser la SUZE, il en est de même pour le département BISQUIT avec DUBONNET, et pour le département RICARD avec CINZANO, le quatrième département qui a pris le nom de CUSENIER distribue AMBASSADEUR, BYRRH, DE MONTESQUIOU, BUSNEL et les liqueurs CUSENIER.

L'ensemble des ventes de la SEGM et de ses filiales étrangères atteint pour 1977, tous produits confondus, 63.600.000 bouteilles de 70 cl contre 52.000.000 de bouteilles pour 1976 à structure comparable, soit une progression de 22% sur l'exercice précédent.

Les ventes d'anis du département PERNOD (marques PERNOD et PASTIS 51) ont été, avec 8.600.000 litres, supérieures en volume de 20% à celles de 1976. De bons résultats commerciaux ont été obtenus en Espagne, en Suisse, en Afrique Noire, au Canada, en Italie et en Irlande, mais quelques grands marchés européens n'ont pas vu une évolution sensible des volumes commercialisés. Ainsi, en Grande-Bretagne, les ventes locales sont restées à un niveau identique à celui de 1976 en raison de la mauvaise tenue du marché anglais et également des perturbations engendrées par la fusion des structures de notre filiale Pernod UK avec celles de PARKINGTON dont le capital a été racheté par la SEGM. De même, en RFA, et en Belgique, les ventes locales se situent à un niveau proche de l'année précédente. Les ventes de SUZE qui ont atteint 720.000 litres, ont progressé de façon spectaculaire (+ 27%) grâce notamment à de bons résultats sur les marchés traditionnels comme la Belgique et la Suisse, mais aussi en Afrique Noire.

Le département RICARD a franchi en 1977 le cap des 10 millions de litres de RICARD vendus hors de France. Le volume réalisé, soit 10.200.000 litres, est supérieur de 21% à celui de 1976. De bonnes performances ont été réalisées en Espagne, en Suisse, en Italie, en Afrique Noire qui sont des marchés traditionnels, mais on remarque aussi le démarrage de marchés nouveaux comme la Grande-Bretagne et le Brésil. L'anisette BENDOR vendue en Espagne franchit quant à elle le cap du million de litres avec une progression de 31% de ses volumes de vente. Les ventes de CINZANO qui sont limitées à l'Afrique francophone et aux départements d'outremer, sont quasiment identiques à celle de 1976 au niveau de 250.000 litres.

Le cognac BISQUIT voit ses ventes retomber au niveau de celles de 1975 avec 3.000.000 de bouteilles contre 3.600.000 en 1976 et s'effriter sa part de marché dans les exportations de Cognac. Deux marchés importants pour BISQUIT, la RFA et Hong-Kong, sont la cause du recul des ventes ; les expéditions de la profession y sont également en très net retrait (- 17%). En revanche, BISQUIT enregistre quelques résultats intéressants sur des marchés de moindre importance pour la marque, tels que la Grande-Bretagne, la Belgique, et la Suisse. Les ventes du BRANDY DORVILLE sont légèrement supérieures à celles de 1976. DUBONNET a connu une progression très spectaculaire de ses expéditions (+ 49%) avec 11.500.000 litres contre 7.700.000 litres, les fabrications locales atteignent 600.000 litres et sont également en progression sur 1976 (+ 13%). Ces bons résultats sont dus à la fois au niveau élevé des ventes au Nigéria, au Canada et en Belgique, mais aussi à la reconstitution du stock de l'importateur anglais de DUBONNET alors que les ventes locales sont en légère baisse en Grande-Bretagne.

Pour le département CUSENIER, les volumes de vente ont dépassé 4.000.000 de cols et progressé de 12% sur 1976. Les expéditions de liqueurs ont augmenté de 22% en volume, bien que le principal marché, la Grande-Bretagne, ait vu ses ventes légèrement diminuer. Les ventes d'Ambassadeur ont pour leur part augmenté de 33%, principalement du fait des ventes au Nigéria et au Danemark. Les expéditions de l'Armagnac MARQUIS DE MONTESQUIOU ont également fortement progressé (+ 28%) grâce à des expéditions en vrac vers les USA et la Suède. Pour le Calvados BUSNEL et les eaux-de-vie, les ventes sont en recul de 5% sur 1976, il en est de même pour le mousseux CAFE DE PARIS (-12%).

Le chiffre d'affaires de la SEGM qui a atteint 266.394.000 F progresse de 63% sur 1976. Cette croissance importante tient à la fois à celle des volumes de vente mais aussi à l'apport

de chiffre d'affaires des départements export de CDC et CUSENIER. Comme les années précédentes, le compte d'exploitation de la SEGM a pris en charge les importants budgets de publicité et de propagande nécessaires pour assurer le développement futur des ventes du groupe à l'étranger. La SEGM a réalisé un bénéfice net de 4.980.000 F contre 2.586.000 F en 1976.

Ces chiffres ne sont pas consolidés et ne comprennent donc pas ceux des filiales étrangères de la SEGM dont les résultats nets s'élèvent globalement à environ 5.000.000 F.

En ce qui concerne le bilan, on remarque l'augmentation des autres valeurs immobilisées du fait des acquisitions de Parkington et d'une partie du capital des filiales espagnoles se trouvant entre les mains de tiers ou de la Société mère. Les valeurs réalisables et les dettes à court terme s'accroissent parallèlement au volume d'activité de la Société. Le chiffre d'affaires consolidé de la SEGM et de ses filiales étrangères a été en 1977 de 460.000.000 F.

En 1978, la SEGM continuera sa politique d'investissements commerciaux et publicitaires et espère connaître une nouvelle expansion de ses ventes d'anisés et un redressement de celles de Cognac tandis que la réorganisation des filiales étrangères sera poursuivie.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	1 711	1 539
Immobilisations incorporelles	9 100	9 100
Autres valeurs immobilisées	24 213	38 362
Stocks	3 778	2 560
Clients, Effets à recevoir	82 018	87 517
Autre réalisable et disponible	13 365	20 728
Total	134 185	159 806
PASSIF	1976	1977
Situation nette	60 328	62 780
Subventions d'équipement	—	—
Provisions pour pertes et charges	4 241	6 309
Dettes à plus d'un an	—	—
Dettes à court terme	67 030	85 737
Bénéfice	2 586	4 980
Total	134 185	159 806

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	163 149	266 394	+ 63,3%
Achats corrigés et droits	91 311	163 106	
Marge brute	71 838	103 288	+ 43,8%
Autres produits	3 305	6 605	
Total revenu	75 143	109 893	+ 46,2%
Frais de personnel	13 409	18 315	
Impôts et taxes	478	744	
Autres charges	57 788	80 034	
Provisions d'exploitation	614	538	
Résultat brut d'exploitation	2 854	10 262	+ 259,5%
Frais financiers	(1 091)	(2 376)	
Produits financiers	499	741	
Amortissements	(350)	(362)	
Provisions hors exploitation	—	—	
Provision pour investissement	—	—	
Provision pour hausse de prix	—	—	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	(28)	(98)	
Pertes et profits divers	2 453	1 812	
Résultat avant impôt	4 337	9 979	+ 130,1%
Impôts sur les sociétés	1 751	4 999	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	2 586	4 980	+ 92,6%

Euro-Equipement

EURO-EQUIPEMENT a connu une nouvelle année difficile en 1977. Le marché de l'hôtellerie a été perturbé par les mauvaises conditions atmosphériques qui ont freiné les ventes d'armoires réfrigérées et de fabriques de glace ; en ce qui concerne la distribution automatique, les gestionnaires d'appareils ne dégagent pas de marges suffisantes pour renouveler leurs équipements et ce marché a été peu actif en 1977. Euro-Equipement a toutefois enregistré une progression de son chiffre d'affaires de 11,2%, soit 30.952.000 F grâce à un accroissement important des installations de distributeurs de boissons K-Way dans les collectivités et des ventes de lave-verres destinés à l'hôtellerie. Cependant, le chiffre d'affaires réalisé au détail a diminué au profit de celui réalisé avec les sociétés du secteur des spiritueux ou des boissons sans alcool et les prix de revient des matériels ont augmenté du fait de la dépréciation du franc par rapport aux monnaies des pays fournisseurs. Il en résulte que la marge brute d'EURO-EQUIPEMENT s'est dégradée en valeur relative et est restée en valeur absolue identique à celle de 1976.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	582	557
Immobilisations incorporelles	5 000	5 000
Autres valeurs immobilisées	2 906	2 984
Stocks	7 205	8 414
Clients, Effets à recevoir	10 911	9 214
Autre réalisable et disponible	1 217	749
Total	27 821	26 918
PASSIF	1976	1977
Situation nette	17 198	14 550
Subventions d'équipement	—	—
Provisions pour pertes et charges	—	—
Dettes à plus d'un an	—	—
Dettes à court terme	12 910	17 366
Résultat	(2 287)	(4 998)
Total	27 821	26 918

La société s'est efforcée de limiter la croissance de ses charges en supprimant deux de ses directions régionales et en allégeant ses frais généraux mais elle n'a pu éviter une aggravation du déficit de son exploitation qui passe de 2.949.000 F à 4.790.000 F. Compte tenu des divers éléments constituant les pertes et profits et notamment de pertes de change, la perte nette comptable s'est élevée à 4.998.000 F. Avec ses filiales étrangères, EURO-EQUIPEMENT a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 44.033.000 F contre 39.338.000 F en 1976. Les filiales allemande, suisse, italienne, et anglaise ont obtenu des résultats satisfaisants, mais leurs profits sont compensés par les pertes de la filiale espagnole.

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	27 819	30 952	+ 11,2%
Achats corrigés	14 982	18 083	
Marge brute	12 837	12 869	+ 0,2%
Autres produits	84	101	
Total revenu	12 921	12 970	+ 0,4%
Frais de personnel	9 522	10 681	
Impôts et taxes	450	586	
Autres charges	4 535	5 053	
Provisions d'exploitation	601	299	
Résultat brut d'exploitation	(2 187)	(3 649)	
Frais financiers	(345)	(967)	
Produits financiers	11	12	
Amortissements	(428)	(187)	
Provisions hors exploitation	—	—	
Provision pour investissement	283	362	
Provision pour hausse de prix	—	—	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	—	—	
Pertes et profits divers	379	(569)	
Résultat avant impôt	(2 287)	(4 998)	
Impôts sur les sociétés	—	—	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	(2 287)	(4 998)	

Après une année 1976 exceptionnelle sur le plan des ventes en raison des bonnes conditions climatiques, l'exercice 1977 a, au contraire, été caractérisé par un printemps et un été particulièrement frais. Il en est résulté une forte contraction des marchés des boissons sans alcool par rapport à l'année précédente ; cependant la dernière partie de l'année 1977, qui a été sensiblement meilleure que celle de 1976, a permis de compenser partiellement les pertes dues à la saison d'été. Les marchés des jus de fruits et des boissons aux fruits ont diminué en volume d'environ 4% et ont vu le démarrage d'un nouveau type de produit : les boissons en poudre.

Sur le plan commercial, JFA a réalisé en 1977 des performances satisfaisantes puisque, en matière de jus de fruits, la marque PAMPRYL, avec une diminution de ses ventes de 2,6%, a amélioré sa part de marché notamment grâce à un maintien au niveau de 1976 des ventes de jus d'agrumes. Dans le secteur des boissons aux fruits, BANGA a également réussi à renforcer sa position, ses ventes n'étant inférieures que de 2,1% à celles de 1976.

JFA a achevé en 1977 la réalisation de son plan d'investissement, malheureusement, les coûts de production de 1977 ont encore atteint un niveau anormalement élevé dû à la fois à des ventes très largement inférieures, pour les raisons exposées plus haut, aux capacités de production de la société et à des difficultés dans la mise au point de certains équipements récemment installés.

Par ailleurs, JFA a connu de nouvelles difficultés sur le plan des prix, en particulier pour les boissons aux fruits dont les tarifs n'ont augmenté que de 6,5% au cours de l'année alors que le jus d'orange qui en est la principale matière première, voyait ses cours doubler en quelques mois.

Le chiffre d'affaires hors TVA de JFA, soit 209.550.000 F. a été supérieur de 8,7% à celui de 1976. La marge brute a bénéficié d'un transfert des ventes en faveur du verre consigné et a atteint 96.496.000 F., en progression de 8,9%. Les charges d'exploitation ont progressé principalement sous l'effet des frais de personnel (+ 15,7%) et des frais financiers (+ 40%). L'exploitation se solde par un déficit de 10.842.000 F après 9.882.000 F. d'amortissements contre une perte de 9.531.000 F. en 1976 après 9.014.000 F. d'amortissements.

Il convient de signaler qu'à partir de 1977, le mode de calcul des amortissements a été modifié ainsi, les groupes d'embouteillage qui étaient amortis en 3,3 ans, sont dorénavant amortis en 8 ans. En ce qui concerne les pertes et profits, l'élément essentiel est constitué par une provision pour hausse de prix de 5.708.000 F. créée à fin 1977. Celle-ci aggrave le déficit de 1977 qui, au niveau du résultat net, atteint 17.269.000 F alors qu'il était de 10.732.000 F. en 1976.

Les acquisitions nettes d'immobilisations de 1977 soit 35.823.000 F., sont constituées par l'achèvement du plan d'investissement de JFA et par l'acquisition d'emballages consignés. La croissance des stocks s'explique par la mise en place d'une politique de production visant à linéariser l'activité des usines sur l'ensemble de l'année de façon à réduire les coûts de production ; ceci entraîne la constitution de stocks pendant les mois de faible activité commerciale. Les dettes à long terme se sont accrues d'une avance de PERNOD RICARD destinée à être incorporée au capital et d'un emprunt de 15.000.000 F. auprès du CREDIT NATIONAL.

Pour 1978, JFA a obtenu de pouvoir augmenter ses prix de 9% alors qu'une hausse un peu plus importante aurait été nécessaire ; la productivité des usines après deux années de difficultés devrait atteindre un niveau satisfaisant et diminuer la part de la marge brute absorbée par les coûts de production. Sur le plan commercial, 1978 verra le lancement d'une boisson naturelle aux fruits, en poudre, sous la marque BANGA QUICK ; ce type de produit paraît devoir connaître un développement important dans les années à venir.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	75 357	101 193
Immobilisations incorporelles	391	391
Autres valeurs immobilisées	2 118	2 078
Stocks	36 735	56 783
Clients, Effets à recevoir	24 785	39 067
Autre réalisable et disponible	19 365	50 363
Total	158 751	249 875
PASSIF	1976	1977
Situation nette	15 514	10 491
Subventions d'équipement	865	620
Provisions pour pertes et charges	7	—
Dettes à long terme	30 882	73 814
Dettes à court terme	122 215	182 219
Résultat	(10 732)	(17 269)
Total	158 751	249 875

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	192 766	209 550	+ 8,7%
Achats corrigés et droits	104 150	113 054	
Marge brute	88 616	96 496	+ 8,9%
Autres produits	1 955	—	
Total revenu	90 571	96 496	+ 6,5%
Frais de personnel	32 700	37 841	
Impôts et taxes	3 775	2 533	
Autres charges	45 593	44 245	
Provisions d'exploitation	116	312	
Résultat brut d'exploitation	8 387	11 565	+ 37,9%
Frais financiers	(8 963)	(12 599)	
Produits financiers	59	74	
Amortissements	(9 014)	(9 882)	
Provisions hors exploitation	—	—	
Provision pour investissement	—	—	
Provision pour hausse de prix	—	(5 708)	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	804	(196)	
Pertes et profits divers	(2 005)	(473)	
Résultat avant impôt	(10 732)	(17 219)	
Impôts sur les sociétés	—	50	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	(10 732)	(17 269)	

Les marchés des boissons rafraîchissantes sans alcool, dans lesquels la Société Parisienne de Boissons Gazeuses exerce son activité, ont été particulièrement affectés par les mauvaises conditions climatiques de 1977. Si les ventes de COCA-COLA ont pu maintenir un volume relativement satisfaisant, puisqu'elles n'ont diminué que de 5% par rapport à celles de 1976 qui avaient été exceptionnellement fortes, il n'en a pas été de même pour les autres lignes de produits (FANTA, FINLEY, limonades) dont les volumes de vente ont globalement diminué de 17%.

Le chiffre d'affaires hors taxes réalisé en 1977, soit 136.772.000 F, est inférieur de 3,4 % à celui de 1976. Cette diminution résulte de la chute des volumes de vente qui n'a pas été compensée par l'augmentation des tarifs (5% sur l'ensemble des produits). La marge brute a évolué de la même façon que le chiffre d'affaires (- 2,8 %) et a été insuffisante pour faire face aux augmentations de charges. Le compte d'exploitation, après dotation de 8.748.000 F aux amortissements et constitution d'une provision de 4.485.000 F pour dépréciation des titres de la Société Régionale de Boissons Gazeuses, se solde par une perte de 14.654.000 F. En 1976, le bénéfice d'exploitation était de 915.000 F après 7.415.000 F d'amortissements. Le résultat net de l'exercice est négatif de 14.111.000 F contre un profit de 1.931.000 F pour 1976.

La Société Régionale de Boissons Gazeuses, filiale de la SPBG a absorbé les sociétés concessionnaires des territoires de Marseille, Reims et Lille avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 1977. Cette opération donne au groupe la concession de près de 90% des ventes de COCA-COLA en France. Sur le plan commercial, les ventes de la SRBG ont connu les mêmes difficultés que celles rencontrées sur les concessions de sa Société mère, le recul moyen des litrages vendus est toutefois moins important puisqu'il est de 3,5%. Le chiffre d'affaires hors TVA de la SRBG qui s'est élevé à 102.739.000 F, est inférieur de 1,6% à celui de 1976 et l'exercice se solde par une perte de 8.755.000 F après 9.076.000 F d'amortissements et de provisions. Les nouveaux territoires de Reims et de Lille sont particulièrement à l'origine de ces mauvais résultats.

Des mesures visant à alléger les structures de la SPBG ont été prises au début de 1978 qui ont notamment consisté en la suppression des ventes directes qui étaient partiellement maintenues sur la région parisienne et en la réorganisation de l'usine de Clamart. Sur le plan commercial, plusieurs produits-formats dont la rentabilité était insuffisante ont été supprimés. Pour la SRBG, il y a eu également un allègement des structures et une remise en ordre sur la plan technique des centres d'embouteillage de Reims et de Lille. Sur le plan commercial, il a été décidé de développer la diffusion des boîtes de COCA-COLA et de doter l'usine de Marseille d'une ligne de production de boîtes.

On peut espérer pour 1978 un accroissement des volumes vendus et un redressement des résultats, toutefois ceux-ci devront supporter les indemnités dues au personnel ayant quitté la Société.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	60 059	74 203
Immobilisations incorporelles	785	785
Autres valeurs immobilisées	29 702	25 483
Stocks	8 420	10 080
Clients, Effets à recevoir	20 612	21 897
Autre réalisable et disponible	11 501	25 057
Total	131 079	157 505
PASSIF	1976	1977
Situation nette	37 540	39 470
Subventions d'équipement	141	—
Provisions pour pertes et charges	—	38 989
Dettes à long terme	25 724	30 206
Dettes à court terme	65 743	62 951
Résultat	1 931	(14 111)
Total	131 079	157 505

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	141 574	136 772	— 3,4%
Achats corrigés et droits	69 781	67 022	
Marge brute	71 793	69 750	— 2,8%
Autres produits	2 432	2 949	
Total revenu	74 225	72 699	— 2,0%
Frais de personnel	45 803	49 534	
Impôts et taxes	1 976	2 278	
Autres charges	16 614	19 473	
Provisions d'exploitation	227	4 602	
Résultat brut d'exploitation	9 605	(3 188)	
Frais financiers	(1 895)	(3 669)	
Produits financiers	620	952	
Amortissements	(7 415)	(8 748)	
Provisions hors exploitation	(150)	—	
Provision pour investissement	—	—	
Provision pour hausse de prix	—	—	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	85	323	
Pertes et profits divers	2 081	219	
Résultat avant impôt	2 931	(14 111)	
Impôts sur les sociétés	1 000	—	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	1 931	(14 111)	

Cidrerries Distilleries Réunionies

Au cours de la dernière campagne, CIDRERIES DISTILLERIES REUNIES a travaillé 14.000 tonnes de pommes, ce qui constitue, pour la deuxième année consécutive, une forte diminution du tonnage travaillé lié à l'insuffisance de la production. Le prix des pommes a de ce fait, subi une hausse spectaculaire puisqu'il est passé de 270 F la tonne en 1975 à 720 F la tonne en 1977. Ceci se traduira en 1978 par un important relèvement des prix consommateur du cidre et du jus de pomme, de même les cours du Calvados se sont nettement redressés dans la dernière partie de 1977.

Distilleries Réunionies ayant absorbé sa filiale CIDRERIES REUNIES et une filiale de RICARD : CALVADOS BUSNEL et pris le nom de CIDRERIES DISTILLERIES REUNIES, toutes les activités du groupe dans le secteur des produits à base de pommes se trouvent depuis 1977 regroupées dans cette société.

A structure comparable, le chiffre d'affaires de la société soit 116.042.000 F est légèrement supérieur à celui de 1976 qui aurait été de 113.000.000 F. Les ventes d'alcool de rétrocession, qui représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires avec près de 300.000 hectolitres, sont

en légère diminution sur 1976. Les ventes de Calvados et d'eaux-de-vie de cidre sont nettement plus importantes que l'année précédente pendant laquelle la société avait préféré conserver ses stocks en attendant le redressement des cours des eaux-de-vie. A la fin de l'exercice, les stocks de Calvados atteignaient 20.000 hectolitres d'alcool pur. En ce qui concerne le cidre, les volumes globaux commercialisés sont inférieurs de 11,6% à ceux de 1976 qui avaient été favorisés par les bonnes conditions climatiques ; toutefois, il faut noter que le cidre de haut de gamme vendu en bouteille champenoise continue sa progression malgré la réduction du marché. Pour le jus de pomme, les ventes sont pour les mêmes raisons inférieures de 8,3% à celles de 1976.

Les résultats de 1977 ne sont pas comparables avec ceux de 1976 puisqu'ils incluent ceux de CIDRERIES REUNIES et de CALVADOS BUSNEL. Le résultat d'exploitation est de 7.664.000 F ; après constitution d'une provision pour hausse de prix de 6.847.000 F, le résultat net de la société est de 1.961.000 F.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	7 619	22 395
Immobilisations incorporelles	605	610
Autres valeurs immobilisées	6 441	552
Stocks	25 759	45 869
Clients, Effets à recevoir	4 027	15 179
Autre réalisable et disponible	17 248	13 770
Total	61 699	98 375
PASSIF	1976	1977
Situation nette	51 560	75 053
Subventions d'équipement	265	288
Provisions pour pertes et charges	1	1 838
Dettes à plus d'un an	486	587
Dettes à court terme	8 121	18 648
Bénéfice	1 266	1 961
Total	61 699	98 375

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	80 980	116 042	*
Achats corrigés et droits	70 149	85 673	
Marge brute	10 831	30 369	*
Autres produits	1 645	1 757	
Total revenu	12 476	32 126	*
Frais de personnel	4 134	11 838	
Impôts et taxes	869	1 437	
Autres charges	4 432	8 466	
Provisions d'exploitation	—	111	
Résultat brut d'exploitation	3 041	10 274	*
Frais financiers	(180)	(368)	
Produits financiers	1 161	758	
Amortissements	(842)	(3 000)	
Provisions hors exploitation	(191)	(459)	
Provision pour investissement	—	(32)	
Provision pour hausse de prix	(162)	(6 847)	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	127	900	
Pertes et profits divers	18	2 580	
Résultat avant impôt	2 972	3 806	*
Impôts sur les sociétés	1 591	1 845	
Impôt sécheresse	115	—	
Résultat net	1 266	1 961	*

* non significatif

Campbell

En 1977, les volumes vendus ont dépassé 3.600.000 litres, représentant une augmentation de 43% sur l'exercice précédent.

Sur le marché anglais, les ventes ont quasiment doublé grâce à un effort commercial soutenu tant sur le whisky que sur le gin et la vodka.

La part de la France est restée stable autour de 30% grâce à l'augmentation importante (+ 40%) des cessions faites à RICARD et à PERNOD sur les marques leader CLAN CAMPBELL ET WHITE HEATHER.

De bonnes performances ont également été réalisées à l'export dont les volumes expédiés se sont accrus de 38%. Une percée commerciale a en particulier été réussie au Japon où sont à présent distribués tous les produits de la gamme. La présence de CAMPBELL dans le monde s'est affirmée puisqu'outre le Japon, l'Italie, l'Australie, l'Afrique du Sud, le Canada et les USA sont ses principaux marchés.

En 1977, la société a distillé 1.320.000 litres d'alcool pur de whisky de malt tant pour ses besoins propres que pour échange contre du whisky de grain.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	5 260	5 526
Immobilisations incorporelles	8 422	8 856
Autres valeurs immobilisées	526	585
Stocks	47 943	59 438
Clients, Effets à recevoir	4 398	7 130
Autre réalisable et disponible	1 308	4 644
Total	67 857	86 179
PASSIF	1976	1977
Situation nette	38 074	45 973
Subventions d'équipement	—	—
Provisions pour pertes et charges	—	—
Dettes à plus d'un an	5 312	7 449
Dettes à court terme	23 987	31 168
Bénéfice	484	1 589
Total	67 857	86 179

Le chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 40.290.000 F contre 23.199.000 F en 1976. Dans le même temps, le résultat net est passé de 446.000 F pour l'exercice précédent à 1.557.000 F pour 1977. Les deux résultats sont comparables dans la mesure où les mêmes bases de calcul de la taxation différée ont été retenues. En raison de l'accroissement continu des stocks depuis quatre ans, il a été constitué, conformément au régime légal, des provisions ayant le caractère de réserves. En 1977, le résultat net avant constitution de la provision pour taxation différée est de 3.420.000 F.

Les résultats 1977, à l'instar de ceux de 1976, n'incluent pas de profits comptables dus aux échanges d'eaux-de-vie.

Afin de pouvoir répondre à ses ventes futures, Campbell accroît régulièrement son stock d'eaux-de-vie, qui a atteint 12,7 millions de litres d'alcool pur au 31 Décembre 1977. Les besoins de financement en résultant ont été couverts principalement par une augmentation de capital de 600.000 £ entièrement souscrite par Pernod Ricard.

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	23 199	40 290	+ 73,6%
Achats corrigés et droits	13 087	23 825	
Marge brute	10 112	16 465	+ 62,8%
Autres produits	1 140	1 793	
Total revenu	11 252	18 258	+ 62,2%
Frais de personnel	3 252	4 592	
Impôts et taxes	288	338	
Autres charges	4 455	7 696	
Provisions d'exploitation	—	—	
Résultat brut d'exploitation	3 257	5 632	+ 72,9%
Frais financiers	(1 860)	(2 250)	
Produits financiers	—	—	
Amortissements	(585)	(591)	
Provisions hors exploitation	—	—	
Provision pour investissement	—	—	
Provision pour hausse de prix	—	—	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	15	3	
Pertes et profits divers	268	626	
Résultat avant impôt	1 095	3 420	+ 212,3%
Impôts sur les sociétés	649	1 863	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	446	1 557	+ 249,1%

Besserat de Bellefon

Avec 170.000.000 de bouteilles le marché du champagne a connu une bonne année 1977, cependant la progression des ventes est essentiellement due aux exportations qui ont retrouvé leur niveau de 1973. Sur le marché français, les ventes des récoltants ont continué à se développer par rapport à celles des négociants.

La société a en 1977 commercialisé 11,5% de bouteilles de moins qu'en 1976. Cette diminution tient au fait que les livraisons de champagne sous la marque MORLANT à la société CDC-CUSENIER ont été inférieures de 31% à celles de l'exercice passé, alors que les ventes du réseau CDC-CUSENIER baissaient de 12%. Sous la marque BESSERAT DE BELLEFON, les ventes ont augmenté de 18,6% dont près de 10% pour le marché français.

En dépit d'une vive concurrence au niveau des prix, la société a pu préserver ses marges bénéficiaires et bien que son chiffre d'affaires soit en légère diminution BESSERAT DE BELLEFON enregistre une progression de 25% de sa marge brute. L'exploitation se solde par un bénéfice de 1.202.000 F contre une perte de 120.000 F en 1976, et après la constitution nette d'une provision pour hausse de prix de 704.000 F le compte de pertes et profits fait apparaître un bénéfice net de 507.000 F contre une perte de 42.000 F en 1976.

Bilan résumé au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF	1976	1977
Immobilisations corporelles nettes	8 601	8 736
Immobilisations incorporelles	16	19
Autres valeurs immobilisées	158	131
Stocks	51 806	57 362
Clients, Effets à recevoir	8 006	10 097
Autre réalisable et disponible	2 379	2 665
Total	70 966	79 010
PASSIF	1976	1977
Situation nette	26 753	27 320
Subventions d'équipement	—	—
Provisions pour pertes et charges	—	—
Dettes à long terme	17 416	16 924
Dettes à court terme	26 839	34 259
Résultat	(42)	507
Total	70 966	79 010

Résultats comparés 1976/1977 (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	32 043	31 015	— 3,2%
Achats corrigés et droits	19 763	15 591	
Marge brute	12 280	15 424	+ 25,6%
Autres produits	1 725	1 370	
Total revenu	14 005	16 794	+ 19,9%
Frais de personnel	5 850	6 813	
Impôts et taxes	480	505	
Autres charges	3 490	3 663	
Provisions d'exploitation	176	90	
Résultat brut d'exploitation	4 009	5 723	+ 42,7%
Frais financiers	(3 334)	(3 554)	
Produits financiers	8	20	
Amortissements	(802)	(986)	
Provisions hors exploitation	(27)	—	
Provision pour investissement	8	94	
Provision pour hausse de prix	—	(704)	
Dotation provision participation	—	—	
Plus et moins values	25	1	
Pertes et profits divers	72	(68)	
Résultat avant impôt	(41)	526	
Impôts sur les sociétés	1	19	
Impôt sécheresse	—	—	
Résultat net	(42)	507	

Autres filiales et participations

S.V.F.

Au cours de son exercice 76/77 la Société des Vins de France a réalisé un chiffre d'affaires toutes taxes comprises de 1.077.478.000 F, supérieur de 6% à celui de l'exercice précédent, correspondant à un volume global commercialisé de 3,4 millions d'hectolitres. Bien que la consommation taxée de vin ait légèrement diminué au cours de la campagne, les ventes de la société ont conservé un niveau satisfaisant avec la poursuite de la croissance des vins de qualité supérieure.

Le résultat d'exploitation de l'exercice est de 5.451.000 F contre 9.958.000 F pour 1975/76 après 12.241.000 F d'amortissements contre 10.994.000 F. Le résultat net de l'exercice est de 1 298.000 F contre 5.751.000 F en 75/76.

Grands Champagnes de Reims

Les ventes de l'exercice ont été légèrement supérieures (+ 2%) à celles de l'exercice précédent, et le chiffre d'affaires hors taxes des expéditions a atteint 26.045.000 F, en progression de 10,7% sur 1976. La société a pu améliorer sa marge brute au cours de l'exercice et en conséquence partiellement redresser son résultat d'exploitation qui reste néanmoins déficitaire de 2.142.000 F étant donné l'importance des frais financiers qui représentent 21,7% du chiffre d'affaires. Le résultat net est négatif de 586.000 F contre une perte de 3.695.000 F en 1976. Le résultat de 1977 bénéficie d'une reprise de provision pour hausse de prix de 1.449.000 F.

Warre

Les ventes en volume de WARRE et des sociétés de son groupe ont dépassé 50.000 hectolitres en 1977 dont 30% sont embouteillés localement. Par rapport à 1976, le chiffre d'affaires qui atteint 37.878.000 F est en progression de 69%. Le résultat net consolidé après impôts, qui est de 7.811.000 F, a bénéficié de la dépréciation de l'escudo face aux devises étrangères dans lesquelles les exportations sont facturées.

Brugier Charrasse

Le marché de la diététique dans lequel Brugier Charrasse occupe une position grossiste ne s'est pas redressé en 1977, et de nouvelles mesures de réduction d'activité ont dû être prises. Le chiffre d'affaires, soit 28.446.000 F progresse de 7,7% sur 1976 et la perte de l'exercice est de 4.968.000 F. En 1978, la société commercialisera ses marques propres au travers d'un réseau de concessionnaires.

Sopagly

La Société des Produits Agricoles de l'Agly a enregistré en 1977 une progression de 4,8% de ses volumes vendus qui sont principalement constitués par du jus de raisin, du concentré de jus de raisin et des moûts traités.

Les conditions d'exploitation se sont sensiblement améliorées puisque le chiffre d'affaires de l'exercice qui a atteint 38.359.000 F est supérieur de 21% à celui de l'exercice précédent ; il est à noter que près de la moitié du chiffre d'affaires est réalisé à l'exportation.

Le bénéfice d'exploitation qui a atteint 1.802.000 F a doublé par rapport à celui de 1976.

Le résultat net est de 2.000 F après constitution d'une provision pour hausse de prix de 1.577.000 F. En 1976, le résultat net de l'exercice était de 791.000 F.

LES COMPTES

au 31 décembre 1977

Bilan Pernod Ricard au 31 décembre 1977

1976 ACTIF		1977	
Montant net		Montant brut	Amortissements ou provisions
Montant net			Montant net
242 280 024,25	Immobilisations	247 592 690,19	8 010 420,41
—	Frais d'établissement	129 817,46	129 817,46
16 777 113,68	Terrains	16 332 653,34	—
27 437 931,52	Constructions	28 349 044,39	2 814 789,97
350 485,00	Matériel et outillage	1 351 537,64	1 021 974,09
29 354,00	Matériel de transport	82 308,31	30 702,73
168 007,58	Mobilier et matériel de bureau	820 270,77	692 068,24
2 732 562,58	Agencements, installations	5 598 121,00	3 261 067,78
194 559 501,00	Immobilisations incorporelles	194 559 501,00	—
63 656,67	Autres immobilisations	118 296,42	60 000,14
161 412,00	Immobilisations en cours	251 139,86	—
1 317 237 916,41	Autres valeurs immobilisées	1 308 869 940,47	47 603 867,60
132 780 034,09	Prêts à plus d'un an	174 261 108,67	10 813 778,00
1 184 434 162,50	Titres de participation	1 134 439 478,62	36 790 089,60
23 719,82	Dépôts et cautionnements	169 353,18	—
68 062 845,08	Valeurs réalisables à court terme ou disponibles	149 562 511,39	9 784,10
21 717,00	Fournisseurs	—	—
48 475,00	Avances et acomptes au personnel	34 305,00	—
7 299 061,80	Impôts et taxes	32 502 874,12	—
28 215 105,68	Sociétés apparentées	42 503 589,74	—
413 885,32	Autres débiteurs	611 611,91	—
28 954 117,94	Comptes de régularisation actif	39 730 518,56	—
582 221,00	Prêts à moins d'un an	27 000 000,00	—
—	Effets à recevoir	252 000,00	—
248 669,32	Titres de placement et bons	250 352,87	9 784,10
2 259 418,10	Banques et chèques à encaisser	6 659 863,14	—
20 173,92	Caisse	17 396,05	—
1 627 580 785,74	Total		1 650 401 069,94
638 640,00	Engagements reçus		630 640,00

1976	PASSIF	1977
Montant		Montant
1 348 467 422,97	Capitaux propres et réserves	1 376 833 147,63
360 880 640,00	Capital social	433 056 720,00
885 586 309,09	Primes de fusion	813 410 229,09
29 800 000,00	Réserve légale	43 305 672,00
59 275 337,71	Autres réserves	36 970 905,34
12 422 908,80	Plus-values à long terme	49 727 341,17
502 227,37	Provisions spéciales constituées en franchise d'impôts	362 280,03
	Report à nouveau	9 869 405,14
14 662 410,58	Provisions pour pertes et charges	26 677 238,37
90 253 261,38	Dettes à long et à moyen terme	56 316 070,33
90 253 261,38	Autres dettes à plus d'un an	56 316 070,33
92 516 941,67	Dettes à court terme	98 584 805,22
780 046,92	Fournisseurs	621 616,80
4 666 101,77	Impôts et taxes	—
56 591 564,23	Sociétés apparentées	77 588 788,58
4 693 006,05	Autres créanciers	11 759 175,28
5 159 120,71	Comptes de régularisation passif	4 031 608,85
6 000 000,00	Emprunts à moins d'un an	1 000 000,00
14 627 101,99	Banques	3 583 615,71
81 680 749,14	Résultats	82 120 403,25
1 627 580 785,74	Total	1 650 401 069,94
19 009 180,00	Engagements donnés	36 670 710,00

Analyse de l'évolution du bilan Pernod Ricard au cours de l'exercice 1977

ACTIF (en milliers de francs)			
	1976	1977	Différence
Immobilisations nettes	242 280	239 582	- 2 698
Autres valeurs immobilisées	1 317 238	1 261 266	- 55 972
Réalisables et disponibles	68 063	149 553	+ 81 490
Total	1 627 581	1 650 401	+ 22 820
Immobilisations			- 2 698
Acquisitions		+ 946	
Cessions		- 1 463	
Amortissements		- 2 181	
Autres valeurs immobilisées			- 55 972
• Titres de participation			- 86 785
	Achats ou augmentation de capital	Cessions ou liquidation	Provisions pour dépréciation
Campbell	+ 5 291		
J F A	+ 3 280		
Besserat de Bellefon	+ 1 090		
Lanson		- 56 634	
Ricard Espagne		- 4 266	
SIC Pernod Prado		- 2 999	
SCIC, 99 Av. MI Leclerc - M. Alfort		- 9 999	
Valentin		- 579	
Autres mouvements	+ 575	- 704	- 21 841
• Prêts à plus d'un an et dépôts et cautionnements			+ 30 813
	Prêts à plus d'un an	Virements internes	Provisions pour dépréciation
JFA	+ 42 600		
IMI-BEREB	+ 1 339		
Pavillon de l'Elysée	+ 100		
Brugier-Charrasse	+ 500		
Autres mouvements	+ 508	- 5 470	- 8 764
Valeurs réalisables ou disponibles			+ 81 490
Comptes courants sociétés apparentées		+ 14 288	
Compte courant Euro-Equipement	+ 848		
SPBG	+ 3 707		
Besserat de Bellefon	+ 6 839		
CDC-Cusenier	+ 11 459		
Salon	+ 1 576		
JFA	- 10 534		
Autres mouvements	+ 393		
Impôts et taxes		+ 25 203	
Produits à recevoir		+ 10 776	
Prêts à moins d'un an		+ 26 419	
Banques et caisse		+ 4 397	
Autres mouvements		+ 407	

PASSIF (en milliers de francs)

	1976	1977	Différence
Capitaux propres	1 348 467	1 386 703	+ 38 236
Provisions pour pertes et charges	14 663	26 677	+ 12 014
Dettes à long terme et moyen terme	90 253	56 316	— 33 937
Dettes à court terme	92 517	98 585	+ 6 068
Résultat	81 681	82 120	+ 439
Total	1 625 581	1 650 401	+ 22 820
Capitaux propres			+ 38 236
Capital social : distribution d'une action gratuite pour 5		+ 72 176	
Primes de fusion : prélèvement sur les primes de fusion		— 72 176	
Réserve légale : affectation du résultat 1976		+ 13 506	
Réserve spéciale de plus-values à long terme		+ 37 304	
Réserve facultative : prélèvement sur la réserve		— 37 304	
affectation du résultat 1976		+ 15 000	
Provisions spéciales : reprise provision 1972 pour investissements		— 139	
Report à nouveau		+ 9 869	
Provisions pour pertes et charges			+ 12 014
Transmission à PERNOD RICARD des provisions d'impôts sur plus-values de fusion		+ 15 376	
Autres mouvements		— 3 362	
Dettes à long et moyen terme			— 33 937
Virement à moins d'un an		— 1 000	
Remboursement		— 32 937	
Dettes à court terme			+ 6 068
Compte courant RICARD		+ 25 229	
PERNOD		+ 20 233	
SEGM		— 4 623	
CDR		— 2 297	
BRUGIER CHARRASSE		+ 2 493	
CDC-CUSENIER		— 18 059	
Autres		— 1 979	
Emprunts à moins d'un an		— 5 000	
Banques créditrices		— 11 044	
Autres créanciers		+ 2 737	
Autres mouvements		— 1 622	

Compte d'exploitation

DÉBIT	1976	1977
Frais de personnel	6 391 647,77	9 111 286,26
Impôts et taxes	723 400,24	1 225 099,81
Travaux fournitures et services extérieurs	6 102 807,13	8 731 996,89
Transports et déplacements	222 521,64	543 069,43
Frais divers de gestion	4 372 195,62	4 540 810,38
Frais financiers	13 599 645,85	13 242 265,67
Dotations de l'exercice aux comptes d'amortissements	1 071 475,24	2 357 761,90
Dotations de l'exercice aux comptes de provisions	12 562 288,00	30 604 483,00
Bénéfice d'exploitation	111 827 842,08	96 574 340,54
Total	156 873 823,57	166 931 113,88

Détail de la dotation aux comptes de provisions

Dépréciation de titres de participation	21 840 705
JFA	10 443 245
Euro-Equipement	4 990 000
Ets Vinicoles Champenois	4 896 796
Pavillon de l'Elysée	617 974
Vins Chantecler	376 667
Brugier-Charrasse	339 000
Grands Champagnes de Reims	177 023
Dépréciation d'avances à plus d'un an	8 763 778
Brugier-Charrasse	4 900 000
IMI Bereb	3 863 778

Compte de pertes et profits

DÉBIT	1976	1977
Pertes sur exercices antérieurs	1 658 503,41	548 568,61
Pertes exceptionnelles	593 245,47	3 487 966,71
Dotations aux provisions et aux amortissements hors exploitation ou exceptionnels	571 804,87	—
Provision pour participation des salariés aux fruits de l'expansion	571 804,87	—
Impôts sur les sociétés	33 757 837,00	32 289 467,00
Sur bénéfices antérieurs	191 660,00	—
Contribution exceptionnelle	1 278 346,00	—
Sur bénéfice de l'exercice	32 287 831,00	32 289 467,00
Participation des salariés aux fruits de l'expansion	422 782,80	—
Part de Pernod Ricard dans les pertes de CDC	444 378,07	—
Bénéfice net	81 680 749,14	82 120 403,25
Total	119 129 300,76	118 446 405,57

Commentaires sur le compte de pertes et profits

Participation des salariés : l'accord de participation conclu entre la société et son personnel n'ayant pas été homologué par l'Administration, la charge correspondante se trouve désormais incluse dans les frais de personnel.

Impôts sur les sociétés : la fraction non déductible des jetons de présence s'est élevée à 310 407 Frs.

CRÉDIT	1976	1977
Redevances	95 164 356,10	99 502 711,44
Produits accessoires	2 222 735,93	3 434 884,42
Produits financiers	59 486 731,54	63 993 518,02
Total	156 873 823,57	166 931 113,88

CRÉDIT	1976	1977
Bénéfice d'exploitation	111 827 842,08	96 574 340,54
Profits sur exercices antérieurs	457 493,36	441 586,88
Profits exceptionnels	861 358,45	21 290 530,81
Pertes sur exercices antérieurs et pertes exceptionnelles couvertes par des provisions	522 978,96	139 947,34
Provision pour investissements	91 273,96	139 947,34
Participation des salariés aux fruits de l'expansion	431 705,00	—
Part de Pernod Ricard dans les profits de Cusenier	5 459 627,91	—
Total	119 129 300,76	118 446 405,57

Rapport général

Messieurs,

Conformément à la Loi du 24 Juillet 1966, nous avons l'honneur de vous rendre compte de la mission que vous avez bien voulu nous confier et de vous présenter notre rapport sur les comptes de votre Société clos le 31 décembre 1977.

En vue de nous assurer de la régularité et de la sincérité des comptes qui sont soumis à votre approbation, nous avons procédé à la vérification des livres et des valeurs de la société, selon les règles de diligence normale généralement admises à l'aide notamment de pointages, sondages et rapprochements qui nous ont paru nécessaires. A l'occasion de ces travaux nous n'avons pas décelé d'irrégularité ou d'inexactitude qui puisse mettre en cause la sincérité des comptes.

Toutes facilités nous ont été données pour effectuer nos investigations.

De plus nous étions présents le 28 avril dernier à la réunion du Conseil d'Administration au cours de laquelle les comptes de l'exercice 1977 ont été arrêtés.

Les comptes soumis à votre approbation ont été établis dans leur ensemble, selon les mêmes formes et les mêmes méthodes d'évaluation que l'an dernier.

Toutefois, ainsi que vous le rappelle le rapport de votre Conseil d'Administration, votre Société ayant obtenu, par décision du 29 décembre 1977, l'agrément relatif à l'intégration fiscale, prévu à l'article 1 de la Loi n° 711.025 du 24 décembre 1971, pour 21 des Sociétés du groupe qui sont vos filiales à plus de 95%, quelques incidences comptables en découlent.

Outre l'économie de l'impôt de 3,75% sur les dividendes versés par les filiales, il y a lieu à compensation fiscale immédiate des plus values et moins values enregistrées par l'ensemble des Sociétés. De plus, cet agrément permet l'imposition du résultat net du groupe après imputation des déficits.

Ce procédé fiscal a pour conséquence comptable de faire figurer à votre bilan les diverses dettes et créances des Sociétés du groupe à l'égard de PERNOD RICARD, du fait de l'intégration.

Enfin, l'ensemble des réserves spéciales des plus values à long terme figurant au poste de chaque société agréée, a été reconstitué, par prélèvements sur ses propres réserves, au niveau de votre Société. La première résolution qui sera proposée à vos suffrages, ratifie ce mouvement pour 37.304.432,37 F.

Votre Conseil d'Administration vous donne, dans son rapport, des précisions concernant les principaux chapitres du Bilan, du Compte d'Exploitation Générale et de pertes et profits.

Nous limiterons nos commentaires à quelques postes.

Au chapitre des Prêts à plus d'un an, nous avons noté les principales inscriptions suivantes :

- à la Société BEREB 1.339.000 F (complément)
- à la Société BRUGIER CHARASSE 500.000 F (complément)
- à la Société J.F.A. 42.600.000 F

Par ailleurs, sur ces mêmes postes ont été pratiqués des provisions de 3.863.778 F sur le prêt à la Société BEREB et 4.900.000 F sur le prêt à la Société BRUGIER CHARASSE.

Dans le cadre de l'Art. 356 de la Loi, nous avons examiné les mouvements enregistrés dans les participations de votre Société.

Nous avons constaté les cessions pour leur totalité.

— Votre participation dans le capital de LANSON acquise pour 56.634.653 F.

— Votre participation dans le capital de VALENTIN acquise pour 598.956 F.

— Votre participation dans le capital de BEREB acquise pour 630.960 F.

— Votre participation dans le capital de RICARD ESPAGNOLA acquise pour 4.266.512 F.

ainsi que la dissolution de vos deux SCIC de Maisons Alfort acquise pour 9.999.000 F et du PRADO acquise pour 2.999.000 F.

En ce qui concerne les acquisitions de titres nouveaux les principales opérations portent sur l'achat de titres :

24 174 titres JFA Pampryl pour	3.263.491 F
100% Capital titres CAMPBELL pour	5.291.701 F
557 titres CDR pour	93.206 F
949 titres BESSERAT DE BELLEFON pour	107.200 F
365 titres BRUGIER CHARASSE pour	339.000 F

Par ailleurs, sur vos participations, votre Société a cru devoir effectuer les provisions nouvelles ou complémentaires pour dépréciation suivantes :

— Sur EURO EQUIPEMENT	4.990.000 F
— J.F.A.	10.443.245 F
— E.V.C.	4.896.796 F
— GRANDS CHAMP. DE REIMS	177.023 F
— BRUGIER CHARASSE	339.000 F
— PAVILLON DE L'ELYSEE	617.974 F
— CHANTECLERC	376.667 F

Les comptes de l'exercice font apparaître un résultat net de 82.120.403,25 F.

Les comptes d'engagements reçus ou donnés font l'objet d'inscriptions régulières.

Conformément à l'article 228 de la Loi, le rapport de votre Conseil d'Administration ainsi que les documents destinés aux actionnaires nous ont été communiqués en temps utile. Nous avons vérifié la sincérité des informations, relevant de notre compétence, relatives à la situation financière et aux comptes sociaux, qui y sont mentionnées, sans avoir d'observation particulière à présenter.

La proposition d'affectation des résultats est autorisée par la Loi et vos statuts dans le cadre du respect de l'égalité entre les actionnaires.

En outre, en prescription des articles 95, 96 et 97 de la Loi, nous nous sommes assurés du respect des prescriptions légales et statutaires relatives aux actions déposées par vos administrateurs en garantie de leur gestion.

Compte tenu des diligences que nous avons accomplies, nous estimons être en mesure de certifier que, le bilan, le compte d'exploitation générale et le compte de pertes et profits qui vous sont soumis ont été établis régulièrement ; ils paraissent refléter avec sincérité la situation de votre société au 31 décembre 1977.

En conséquence, nous estimons pouvoir délivrer la certification prévue par la Loi.

Le 19 mai 1978

Louis GENOT

Jean DELQUIE

Commissaires aux comptes inscrits

Rapport spécial

Mesdames, Messieurs,
Conformément aux dispositions prises sous les articles 101 et suivants de la loi du 24 juillet 1966, nous vous présentons notre rapport spécial sur les opérations traitées par votre Société avec ses Administrateurs ou ses Directeurs Généraux, ou avec d'autres entreprises administrées, gérées ou dirigées par vos Administrateurs ou Directeurs Généraux.

Votre Société est liée avec un certain nombre de filiales ayant des administrateurs communs avec elle, et dont elle détient la quasi-totalité du capital : les nombreuses opérations traitées avec ces Sociétés restent soumises à la procédure de l'article 101 de la loi du 24 juillet 1966, à l'exception toutefois des opérations courantes et conclues à des conditions normales, telles que prévues à l'article 102 de cette loi.

Il en est ainsi plus particulièrement des diverses prestations de services échangées et des opérations réciproques de trésorerie. Toutes les opérations qui relèvent de la pratique courante dans les groupes, entre mère et filiales et dont les facturations peuvent être considérées comme faites raisonnablement au mieux des intérêts des Sociétés en cause.

L'ensemble de ces opérations a fait l'objet d'une autorisation de principe par votre Conseil d'Administration et nous nous contenterons de les résumer dans un tableau joint.

Nous vous rendrons compte maintenant des conventions nouvelles autorisées par votre Conseil au cours de l'exercice 1977, et vous indiquerons ensuite les opérations réalisées en exécution de conventions antérieurement autorisées.

Conventions nouvelles

Votre Conseil d'Administration a autorisé les nouvelles conventions suivantes au cours des réunions tenues :

• le 09.02.1977 :

Avec la Société BRUGIER - CHARASSE : augmentation du montant de l'avance sans intérêt consentie par votre Société, qui passe ainsi à 4.900.000 F.

Cession à des filiales ou à des administrateurs de certaines actions de Sociétés du Groupe :

- à la S.A. PERNOD 1 action CDC CUSENIER
- à la S.A. RICARD 1 action CDC CUSENIER
- à la S.A. SEGM 1 action CDC CUSENIER
- à la S.A. JFA PAMPRYL 50 actions SPBG
- à Monsieur Patrick RICARD 1 action EVC

• Le 22.06.1977 :

Avec la S.A. JFA PAMPRYL :

— Cautionnement pour un montant de 10.000.000 F du Prêt à Long terme contracté par cette Société auprès du Crédit National.

— Accord du Conseil pour incorporer le compte courant PERNOD RICARD au capital de JFA PAMPRYL et augmentation de ce dernier par apport de 30.000.000 F. Cette opération n'était pas réalisée au 31 décembre 1977 et un montant de 42.600.000 F figurait parmi les « Prêts à plus d'un an » à cette date.

• Le 08.12.1977 :

Concernant les opérations de prestations réciproques avec les autres Sociétés du Groupe :

— Avec la S.A. SEGM, le taux de la redevance fixé par le contrat de concession à 8% a été, comme pour l'exercice précédent, ramené à 2%, compte tenu de l'importance des dépenses supportées en 1977 par la SEGM pour la promotion de la publicité des marques PERNOD RICARD.

— Avec la Société IMI - BEREB : augmentation des avances qui sont portées à 6.000.000 F.

D'autre part, ce même Conseil a donné son accord pour l'achat de la totalité des brevets et du « Know-how » de la Société IMI - BEREB pour une valeur de 6.500.000 F (opération non réalisée au 31 décembre 1977), et la cession des actions de cette Société pour la somme de un franc.

Conventions antérieurement autorisées

A ce titre, nous avons noté le maintien, en totalité ou en partie, de diverses avances ou cautions consenties à des filiales ou Société apparentées, dont le détail figure dans le tableau annexé au présent rapport. De même, votre Société a facturé aux Sociétés RICARD, PERNOD et SEGM les royalties prévues aux contrats de concession, compte tenu, en ce qui concerne la SEGM, des décisions prises par votre Conseil en date du 8.12.77.

En ce qui concerne les rémunérations des administrateurs, on notera que :

— Le montant des jetons de présence versés en 1977 est conforme à la décision de l'Assemblée Générale Ordinaire et qu'ils ont fait l'objet d'une réintégration fiscale pour 310.407 F.

— Messieurs Claude FOUSSIER, François GERARD, et Gaston JEUNE ont, en qualité de membres du comité consultatif, reçu chacun une rémunération de 30.000 F.

D'autre part, les opérations suivantes entrant dans le cadre de celles visées à l'article 101 de la loi du 24 juillet 1966, sont intervenues :

— Achat en bourse pour un montant total de 140.000 F de 500 actions de l'ETOILE COMMERCIALE, dont Monsieur Jean HEMARD, votre Président du Conseil, est Administrateur.

— Achat à Monsieur CAMBOURNAC, Administrateur de votre Société, de 5 actions de la Société PAVILLON DE L'ELYSEE pour un montant total de 400 F.

— Par décision en date du 29 décembre 1977, le Ministre de l'Economie et des Finances a accordé à votre Société, en qualité de Société Mère, et à 21 Sociétés filiales ou sous-filiales, l'agrément prévu à l'article 1^{er} de la loi n° 71.1025 du 24 décembre 1971 relatif à l'intégration des résultats fiscaux. Les opérations consécutives à cet accord ont donné lieu à des mouvements comptables traduits en comptabilité par des écritures inscrites à des sous-comptes ouverts à l'intitulé de chacune des Sociétés.

Telles sont, Mesdames, Messieurs, les opérations dont nous avons à vous rendre compte.

Paris, le 30 mars 1978

Les Commissaires aux Comptes

Louis GENOT

Commissaires aux Comptes Inscrits

Jean DELQUIE

Comptes de bilan présentant un solde au 31.12.1977					PRESTATIONS			
Sociétés concernées	Administrateurs communs MM.		Débiteurs	Créditeurs	Nature	en Produits		en Charges
						Royalties HT	Intérêts HT	Intérêts et Prestations
RICARD	J. HEMARD M. LEMBO P. RICARD	(1)		32 084 893,16	Compte courant (6)	50 404 415,67	422 155,09	80 795,57
			13 908 592,73		Compte régularisation actif			Intérêts 238 132,81 Prestations
PERNOD	J. HEMARD B. CAMBOURNAC C. FOUSSIER	(1)		29 411 966,21	Compte courant (6)	40 851 668,11		574 875,00
			11 849 357,72		Compte régularisation actif			1 121 403,87
	F. GERARD			384 819,44	Compte régularisation passif			Intérêts 4 018 134,37 Prestations

SEGM	J. HEMARD (1) M. LEMBO (2) B. CAMBOURNAC (3) P. RICARD	4 374 567,25	Compte courant (6)	5 079 910,42	1 717 925,84	629 195,41
IMI-BEREB	J. HEMARD J. MANGENOT	6 439 631,90 107 256,78	Compte régularisation actif		356 957,44	
J.F.A.	J. HEMARD (1) J. MANGENOT C. FOUSSIER (4) P. RICARD	1 491 887,68 42 600 000,00 378 668,05	Compte courant (6) Avance + 1 an Compte régularisation actif Cautions données 19 000 000	1 381 569,42	124 998,00	
S.P.B.G.	J. HEMARD C. FOUSSIER	3 703 444,22 10 700 000,00 214 926,66	Compte courant (6) Avance à + d'1 an Compte régularisation actif Cautions données 8 000 000	321 732,20		
E.V.C.	M. LEMBO P. RICARD (1)	122 575,87	Compte courant (6)			
GRANDS CHAMPAGNES DE REIMS	J. HEMARD (1) P. RICARD (5)	15 000 000,00 945 000,00	Avance à + d'1 an Compte régularisation actif	945 000,00		
SOGIMOB	P. RICARD	125 000,00	Avance à + d'1 an			
G.M.C.	J. HEMARD (1) B. CAMBOURNAC	55 532,42	Compte courant (6)			
ORBEGA	J. HEMARD (1)	650 000,00 16 250,00	Compte courant (6) Compte régularisation passif			65 000,00 Intérêts
BRUGIER CHARASSE	J. HEMARD (1) P. RICARD	4 900 000,00	Compte courant (6) Avance à + d'1 an (7)		1 000,00	
PAVILLON DE L'ELYSEE	J. HEMARD (1) B. CAMBOURNAC	62 600,21 5 466,00 1 600 000,00 96,90	Compte courant (6) Compte fournisseur Avance à + d'1 an Débiteurs divers			
SANTA-LINA	P. RICARD	3 811 194,94 87 439 504,29	Compte courant (6) Avance à + d'1 an			
CIDRERIES DISTILLERIES RÉUNIES	J. HEMARD (1) P. RICARD	4 703 278,97	Compte courant (6)			535 097,49 Intérêts
SI FLAMMARION		3 376,70 15 493,88	Compte courant (6) Avance à + d'1 an			
ECHO DU PECHEUR		30 699,37	Avance à + d'1 an			
SCOTCHBULL	J. HEMARD	417,64	Compte courant (6)			
BESSERAT DE BELLEFON	J. HEMARD (1)	6 839 960,00 318 107,16	Compte courant (6) Compte régularisation actif	321 731,93	12 000,00	
CHAMPAGNES SALON	J. HEMARD (1) P. RICARD	1 973 538,73 199 500,00	Compte courant (6) Compte régularisation actif Compte fournisseurs	199 500,00	23 486,13	
CDC CUSENIER	J. HEMARD (1) P. RICARD B. CAMBOURNAC (3) M. LEMBO (2) C. FOUSSIER	18 783 468,56 200,00 1 284 669,60	Compte courant (6) Débiteurs divers Compte régularisation actif	3 166 717,24	859 119,43	80 512,00 385 722,22 Intérêts 187 718,00 Prestations
SOPAGLY	J. HEMARD P. RICARD	1 320 092,85 105 000,00	Compte courant (6) Compte régularisation actif	105 000,00		

(1) Représentant permanent de PERNOD RICARD

(2) Représentant permanent de RICARD

(3) Représentant permanent de PERNOD

(4) Représentant permanent de SPBG

(5) Représentant permanent de EVC

(6) Compensation entre les soldes des sous comptes ouverts en comptabilité

(7) Provisionné à 100%

(8) Provisionné à concurrence de 3 863 778,00 (60% de la créance)

(9) Intérêts compris

Tableau faisant ressortir les résultats financiers de la société pour les exercices 1974-1975-1976 et 1977

(seuls exercices clos depuis l'absorption des sociétés PERNOD et S.E.G.M.)

	1974	1975	1976	1977
Situation financière en fin d'exercice				
• Capital social	298 000 000	298 000 000	360 880 640	433 056 720 ⁽¹⁾
• Nombre d'actions émises	3 725 000	3 725 000	4 511 008	5 413 209
• Nombre d'obligations convertibles en actions	0	0	0	0
Résultat global des opérations effectuées				
• Chiffre d'affaires hors taxes	2 241 809 402	Néant	Néant	Néant
• Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	257 130 181 ⁽³⁾	66 132 659	129 121 175	147 372 115
• Impôts sur les bénéfices	108 387 268	30 711 916	33 757 837	32 289 467
• Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	64 901 446	31 088 413	81 680 749	82 120 403
• Montant des bénéfices distribués	29 055 000	38 708 946	43 305 677	54 132 090
Résultat des opérations réduit à une seule action ⁽²⁾				
• Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	33,28	7,93	17,62	21,26
• Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	14,52	6,96	15,09	15,17
• Dividende versé à chaque action	6,5	7,5	8, -	10, -
Personnel				
• Nombre de salariés	3 138	34	36	42
• Montant de la masse salariale	140 095 192	3 098 091	5 118 715	7 134 826
• Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	44 192 745	582 266	1 272 932	1 794 102
Les données relatives aux exercices 1975, 1976 et 1977 en ce qui concerne les postes chiffres d'affaires, bénéfices, personnel, ne peuvent être comparées à celles de l'exercice 1974, la société PERNOD RICARD étant devenue une société de portefeuille.				

(1) Attribution gratuite de 1 action, jouissance 1976, pour 5 actions anciennes, le 6 mai 1977
(2) Compte-tenu de l'attribution gratuite du 5 mai 1977
(3) Avant reprise de provisions pour 7 649 870 F

Valeurs en portefeuille au 31 décembre 1977

Valeurs françaises dont la valeur d'inventaire est supérieure à 100 000 F	Nombre de titres	Valeur d'inventaire
RICARD	1 574 994	314 998 800
PERNOD	1 074 994	214 998 800
CDC-CUSENIER	999 989	199 997 800
CIDRERIES DISTILLERIES RÉUNIES	185 285	64 809 658
S.E.G.M.	299 991	59 998 200
VINS DE FRANCE	289 885	53 927 592
S.P.B.G.	769 852	32 527 535
SANTA LINA	12 490	24 230 600
RÉSIDENCES DE CAVALIÈRE	199 950	19 900 950
J.F.A.	257 874	19 374 476
EURO-EQUIPEMENT	99 999	10 809 800
BESSERAT DE BELLEFON	18 434	7 546 648
ASTRA PLASTIQUE	27 995	2 414 280
SOPAGLY	31 986	1 523 706
ETS VINICOLES CHAMPENOIS	791	1 347 245
SALON	27 546	1 246 781
S.F.D.	19 900	1 056 451
GRANDS CHAMPAGNES DE REIMS	3 841	783 877
O.M.A.	3 940	728 900
CIE DES VINS ORBEGA	4 496	717 578
GDES MARQUES CONTINENTALES	1 338	614 000
GALIBERT & VARON	3 931	502 189
MORLANT	776	291 691
LA BOURGOGNE	1 750	236 580
PAVILLON DE L'ELYSEE	6 650	175 908
ETOILE COMMERCIALE	575	143 750
SOGERI	100	125 208
		1 035 029 003
Titres dont la valeur d'inventaire est inférieure à 100 000 F		233 167
Participations dans des sociétés immobilières non cotées en bourse		2 386 285
Participations dans des sociétés étrangères non cotées en bourse		60 000 934
Total du portefeuille		1 097 649 389

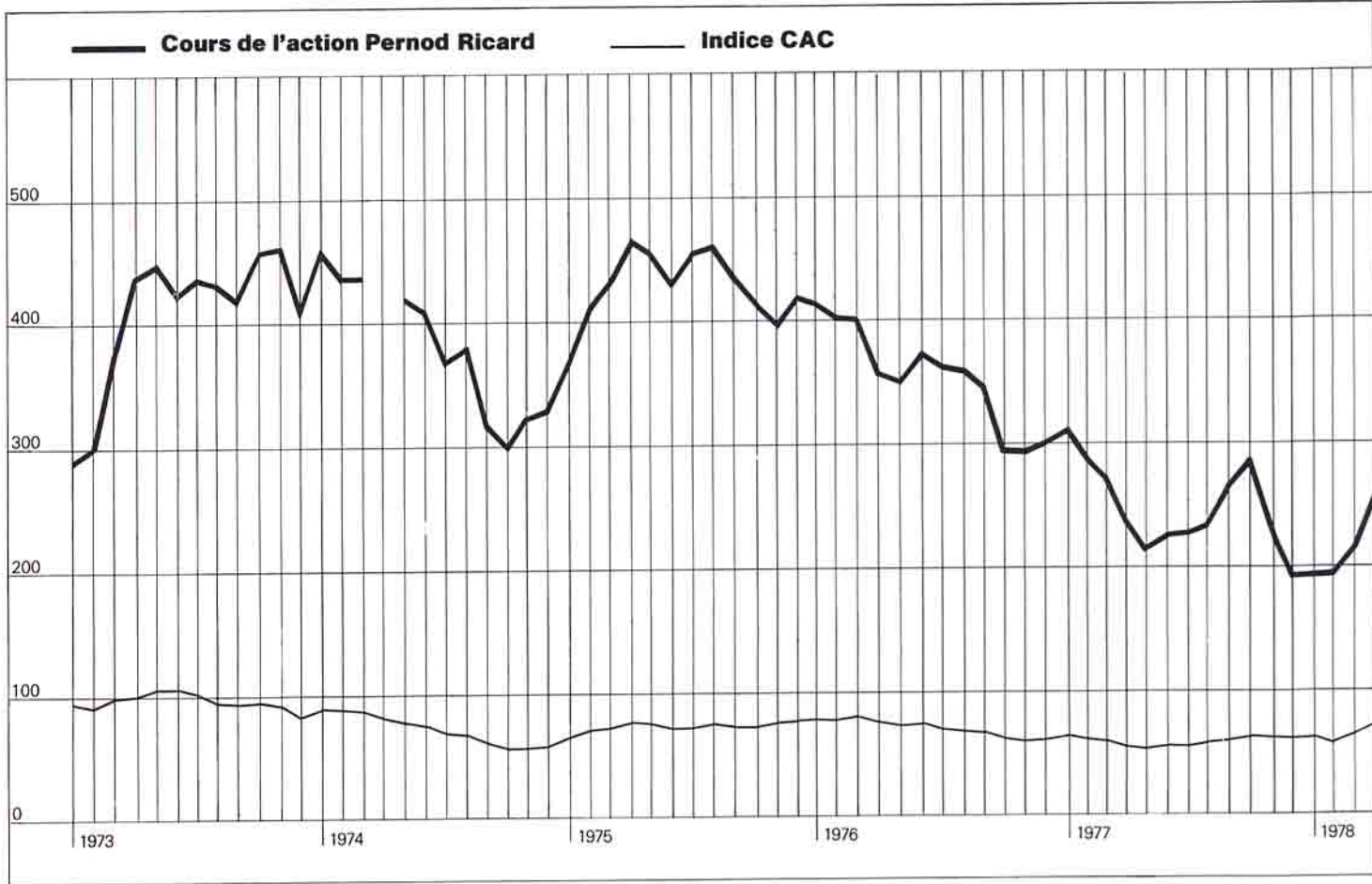
Tableau des variations de situation nette

en milliers de francs	
A 1 Situation nette à la clôture de l'exercice 1976 avant affectation	1 348 467
2 Affectation des résultats à la situation nette par l'A.G.O. du 22 juin 1977	38 375
3 Situation nette à l'ouverture de l'exercice 1977	1 386 842
B Apports reçus avec effet rétroactif à l'ouverture de l'exercice 1977	
1 Variation du capital	—
2 Variation des autres postes	—
C (A 3 + B) Situation nette à l'ouverture de l'exercice après apports rétroactifs	1 386 842
D Variations en cours d'exercice	
1 Variation du capital	72 176
2 Variation des primes, réserves, report à nouveau, provisions générales à caractère de réserve	(72 176)
3 Variation des provisions réglementées et subventions d'équipement	(139)
4 Autres variations	—
E Situation nette au bilan de clôture de l'exercice 1977 avant A.G.O.	1 386 703
F Variation de la situation au cours de l'exercice E-C	(139)
G dont : variation due à des modifications de structure au cours de l'exercice	—
H Variation de la situation nette au cours de l'exercice hors opérations de structures	(139)
I Variation globale de la situation nette (E-A 1)	38 236

Renseignements concernant les filiales et les participations (chiffres en milliers de francs)

Participations dont la valeur d'inventaire excède 1% du capital de Pernod Ricard	Capital	Réserves	Quote part du capital	Valeur d'inventaire	Prêts ou avances	Chiffre d'affaires hors taxes	Résultat net	Dividendes encaissés
Filiales								
Ricard, 62, rue Hélène Muller - Thiais	157 500	262 300	99,99	314 999	—	1 649 249	63 495	36 225
Pernod, 120, av. Maréchal Foch - Créteil	107 500	156 709	99,99	214 999	—	1 300 015	44 767	20 425
CDC-Cusenier, 226, bd Voltaire - Paris	100 000	87 955	99,99	199 998	—	409 138	— 9 570	—
Cidreries Distilleries Réunies, 102, av. Henri Barbusse - Colombes	12 253	62 800	75,61	64 810	—	114 806	1 961	1 860
SEGM, 2, rue de Solférino - Paris	30 000	32 780	99,99	59 998	—	266 395	4 980	—
Campbell, 127, St-Vincent Street - Glasgow	2 600*	924*	99,99	56 112	—	3 461*	179*	—
SPBG, 10, av. Galilée - Clamart	20 000	19 471	96,23	32 528	10 700	136 773	—14 111	—
JFA, Rue François Mignotte - Nuits-Saint-Georges	14 212	—	90,72	19 374	42 600	209 551	—17 269	—
Santa Lina, Route des Sanguinaires - Ajaccio	1 250	801	99,92	24 231	87 440	—	— 6	—
Euro-Equipement, 120, av. Maréchal Foch - Créteil	10 000	4 550	99,99	10 810	—	30 952	— 4 998	—
Résidences de Cavalière - Cavalière	20 000	—	99,99	19 901	—	863	284	—
Besserat de Bellefon, Rte d'Epernay - Reims	7 500	19 820	98,31	7 547	—	31 015	507	—
Participations								
Société des Vins de France								
Chateaufort-les-Martignes	64 500	89 875	44,94	53 928	—	878 672	1 298	26
Renseignements globaux concernant les autres filiales et participations								
Filiales								
françaises	—	—	—	10 394	1 600	—	—	—
étrangères	—	—	—	617	—	—	—	—
Participations								
françaises	—	—	—	3 675	15 000	—	—	4
étrangères	—	—	—	3 273	—	—	—	—
Cautions fournies par la Société JFA 19 000 000 F SPBG 8 000 000 F								

* en milliers de livres sterling



COMPTES CONSOLIDÉS

au 31 décembre 1977

Note sur la consolidation

Méthode de consolidation

Les comptes du groupe PERNOD RICARD ont été consolidés conformément aux recommandations du Conseil National de la Comptabilité.

Ont été consolidées les sociétés répondant aux critères suivants :

- la situation nette est supérieure à 10 millions de francs,
- le groupe contrôle directement ou indirectement au moins un tiers du capital,
- la société exerce une activité industrielle et commerciale dans le secteur des boissons et du matériel d'hôtellerie, ou détient des participations dans une ou plusieurs sociétés consolidables.

Les sociétés contrôlées à plus de 50% sont consolidées par intégration globale, les autres sont consolidées par mise en équivalence.

Champ de la consolidation

Par rapport à l'exercice précédent, le périmètre de la consolidation a subi les modifications suivantes :

Sociétés consolidées pour la première fois :

- Besserat de Bellefon
- Société Régionale de Boissons Gazeuses

Société exclue du champ de la consolidation :

- Lanson

A la suite de la fusion des sociétés Distilleries Réunies, Cidreries Réunies, Calvados Busnel ayant donné naissance à la société Cidreries Distilleries Réunies, les comptes de cette dernière société ont été consolidés en lieu et place de ceux des anciennes sociétés.

Pour faciliter la comparaison avec l'exercice précédent, les comptes de résultat de 1976 intègrent l'exploitation de Besserat de Bellefon.

Consolidation des comptes

Les comptes ont été consolidés sur la base des états financiers proposés aux assemblées d'actionnaires de chacune des sociétés et certifiés par leurs commissaires aux comptes. Les comptes réciproques et les opérations internes ont fait l'objet des retraitements et éliminations d'usage en la matière.

Il n'a pas été procédé au retraitement des amortissements, non plus qu'à celui de la charge fiscale. De même, la valeur des stocks n'a pas été modifiée, compte tenu de la faiblesse des profits internes incorporés.

Le groupe PERNOD RICARD est soumis depuis le 1^{er} janvier 1977 au régime de l'intégration fiscale pour les filiales détenues à plus de 95%. La charge fiscale du groupe a donc été établie, compte tenu des déficits fiscaux imputés sur les bénéfices du groupe.

Sociétés étrangères

Les sociétés du groupe Campbell ont fait l'objet d'une sous consolidation préalable. Les comptes ont été convertis en francs français sur la base du cours au 31/12/77 (1 L. = 8.885 F).

Le groupe n'a pas estimé nécessaire d'user de la faculté de reprendre les provisions pour impôt différé et de ne pas pratiquer de dotation à ce titre. Si cette faculté avait été utilisée, le résultat net de Campbell aurait été porté de 1.588.763 F à 7.891.514 F.

Différence de consolidation et survaleur

La différence de consolidation comprend, outre la différence entre le prix de revient des titres et la part du groupe dans la situation nette, le montant des distributions internes au groupe. De ce montant est déduit la valeur des titres PERNOD RICARD détenus par le groupe.

Le montant de la survaleur a été diminué de la survaleur relative aux titres Lanson à la suite de la cession de ceux-ci.

Comptes de résultats consolidés

Les frais exceptionnels de personnel consécutifs à la fusion CDC Cusenier ont été portés, pour un montant de 6.656.000 F, au poste pertes et profits divers.

Les plus values de l'exercice proviennent essentiellement de la cession des titres Lanson (8.379.000 F) et de la vente d'un terrain situé à Gennevilliers (8.691.000 F).

Résultats ramenés à une action

Pour le calcul du bénéfice net et du cash flow par action, le total des actions composant le capital de PERNOD RICARD a été diminué du nombre d'actions détenues par le groupe.

Liste des sociétés consolidées

Pourcentages de détention		
Pernod ricard	Société-mère	Intégration globale
Ricard	100	Intégration globale
Pernod	100	Intégration globale
SEGM	100	Intégration globale
Campbell	100	Intégration globale
CDC-Cusenier	100	Intégration globale
Santa Lina	100	Intégration globale
Sifa	100	Intégration globale
Sogequa	100	Intégration globale
Euro-Equipement	100	Intégration globale
Grands Jus de Fruits Français	100	Intégration globale
Ets Vinicoles Champenois	99	Intégration globale
Besserat de Bellefon	98,31	Intégration globale
Cidreries Distilleries Réunies	97,03	Intégration globale
JFA-Pampryl	96,53	Intégration globale
SPBG	96,23	Intégration globale
Grandes Marques Continentales	95,57	Intégration globale
Grands Champagnes de Reims	47,68	Mise en équivalence
Société des Vins de France	44,94	Mise en équivalence
SRBG	42,29	Mise en équivalence

Situation consolidée au 31 décembre 1977 (en milliers de francs)

ACTIF				
1976		Valeur brute	Amortissements ou provisions	Valeur nette
272	Frais d'établissement	548	111	437
943 234	Immobilisations	1 273 113	268 534	1 004 579
68 239	Terrains	70 571	1 156	69 415
213 955	Constructions	285 947	70 613	215 334
146 141	Matériel, Mobilier, Installations	366 350	172 363	193 987
69 045	Emballages commerciaux	58 415	14 002	44 413
422 377	Immobilisations incorporelles	422 552	209	422 343
18 906	Autres immobilisations	57 520	10 191	47 329
4 571	Immobilisations en cours	11 758	—	11 758
77 027	Survaleur	54 146	—	54 146
312 603	Autres valeurs immobilisées	268 239	16 192	252 047
65 111	Prêts à plus d'un an	55 730	10 813	44 917
104 486	Titres consolidés par mise en équivalence	89 719	—	89 719
141 522	Autres titres de participation	121 008	5 379	115 629
1 484	Dépôts et cautionnements	1 782	—	1 782
609 874	Valeurs d'exploitation	695 846	—	695 846
854 106	Valeurs réalisables et disponibles	980 909	19 727	961 182
9 578	Fournisseurs	11 885	—	11 885
382 354	Clients	445 602	18 497	427 105
120 702	Autres débiteurs	152 855	1 215	151 640
24 729	Compte de régularisation actif	27 810	—	27 810
6 082	Prêts à moins d'un an	27 988	—	27 988
263 574	Effets à recevoir	249 511	—	249 511
1 108	Chèques et coupons à encaisser	1 531	—	1 531
425	Titres de placement	463	15	448
44 813	Banques et CCP	62 601	—	62 601
741	Caisse	663	—	663
2 797 116	Total de l'actif			2 968 237

Compte de résultat consolidé (en milliers de francs)

	1976	1977	Variation en %
Chiffre d'affaires hors TVA	3 725 872	3 920 231	+ 5,2
Droits et taxes	(1 583 254)	(1 705 101)	
Chiffre d'affaires hors droits et taxes	2 142 618	2 215 130	+ 3,4
Achats consommés	(861 037)	(880 046)	
Marge brute	1 281 581	1 335 084	+ 4,2
Autres produits	33 571	30 720	— 8,5
Revenu brut	1 315 152	1 365 804	+ 3,9
Frais de personnel	(439 961)	(483 568)	+ 9,9
Autres charges	(427 944)	(491 093)	+ 14,8
Frais et produits financiers	(42 620)	(50 605)	+ 18,7
Amortissements	(63 942)	(70 003)	+ 9,5
Résultat d'exploitation	340 685	270 535	— 20,6
Provisions hors exploitation	(14 758)	(459)	
Mouvement des provisions pour investissements	2 228	(4 434)	
Mouvement des provisions pour hausses de prix	4 475	(14 706)	
Provisions pour participation légale	(19 344)	(14 805)	
Plus et moins values de cession d'actifs	2 487	18 494	
Autres pertes et profits exceptionnels ou antérieurs	4 627	3 651	
Résultat avant impôts	320 400	258 276	— 19,4
Impôts sur les sociétés	(176 953)	(118 668)	
Résultat net des sociétés intégrées	143 447	139 608	— 2,7
Résultat des sociétés mises en équivalence	(455)	(3 370)	
Droit des tiers dans les résultats	1 162	1 065	
Part du groupe dans les résultats	144 154	137 303	— 4,8
Mouvement des provisions pour investissements	2 228	4 434	
Bénéfice net réel	141 926	141 737	— 0,1
Amortissements	63 942	70 003	
Mouvement des provisions pour hausses de prix	(4 475)	14 706	
Cash flow	201 393	226 446	+ 12,4
Résultat par action (en francs)			
Bénéfice net par action*	29,53	29,50	
Cash flow par action*	41,91	47,13	

* Nombre d'actions utilisées pour le calcul : 4 804 825

PASSIF		
1976		1977
1 505 968	Situation nette du groupe	1 645 870
360 881	Capital	433 057
987 587	Réserves et report à nouveau	953 646
13 304	Différence de consolidation	121 864
144 196	Droits du groupe dans les résultats	137 303
4 101	Intérêts hors groupe	3 240
5 263	Dans la situation nette	4 289
(1 161)	Dans les résultats	(1 049)
1 308	Subventions d'équipement	939
61 873	Provisions pour pertes et charges	61 215
143 864	Dettes à long et moyen terme	128 290
55 780	Consignation d'emballages	66 767
1 024 222	Dettes à court terme	1 061 916
144 100	Fournisseurs	158 925
9 015	Clients	4 773
446 432	Autres créanciers	407 775
95 914	Compte de régularisation passif	89 883
43 309	Emprunts à moins d'un an	70 096
113 210	Effets à payer	188 550
172 242	Banques	141 914
2 797 116	Total du passif	2 968 237

Emplois (en milliers de francs)

	Mouvements de l'exercice
Emplois à long terme	181 951
Immobilisations	132 369
Augmentation des prêts à plus d'un an et titres de participation	15 566
Remboursement des dettes à long terme	34 016
Dividendes	38 682
Emplois à court terme	140 563
Augmentation des stocks	34 166
Augmentation du crédit client	26 927
Débiteurs et créditeurs divers	79 470
Variation de trésorerie	48 038
Total	409 234

Ressources (en milliers de francs)

	Mouvements de l'exercice
Ressources à long terme	329 648
Cash flow	226 446
Différence de change Campbell	2 126
Différence de consolidation	(12)
Cession d'immobilisations	9 472
Cession de titres et autres mouvements	91 616
Ressources à court terme	79 586
Consignation d'emballages	10 987
Crédit fournisseurs	68 599
Total	409 234

Résolutions

Première résolution

L'Assemblée Générale, lecture entendue du rapport du Conseil d'Administration et des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice 1977, clos le 31 décembre 1977, et après que lui aient présentés le compte d'exploitation générale, le compte de pertes et profits et le bilan afférents à cet exercice, et faisant apparaître un solde bénéficiaire de 82.120.403,25 F :

- approuve, tels qu'ils sont présentés, ces comptes et bilan et toutes les opérations qu'ils traduisent ;
- approuve expressément, telles qu'elles sont relatées dans le rapport du Conseil d'Administration et dans le rapport général des Commissaires aux Comptes, les modifications que peuvent comporter quant à leur présentation et aux méthodes d'évaluation, ces comptes et bilan par rapport à ceux des exercices précédents ;
- ratifie les prélèvements effectués sur les réserves facultatives pour reconstituer la réserve spéciale de plus value à long terme à concurrence de 37.304.432,37 F

Deuxième résolution

L'Assemblée Générale, approuvant les propositions du Conseil d'Administration contenues dans son rapport :

- fixe à 10,00 F pour chacune des 5.413.209 actions de 80 F nominal divisant le capital social, soit ensemble à 54.132.090 F le dividende total de l'exercice ouvrant droit à un avoir fiscal (impôt déjà payé au Trésor) de 5,00 F par action.
- décide que ce dividende sera mis en paiement à compter du 4 juillet 1978 contre estampillage des certificats nominatifs ou contre remise, pour les actions au porteur, du coupon n° 39 et ce, pour le montant sus indiqué de 10,00 F par action diminué de l'acompte de 5,00 F mis en distribution le 19 janvier 1978.

L'Assemblée Générale constate que le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant, ont été les suivants :

Exercices	Nombre d'actions	Montant net	Avoir fiscal	Revenu global
1974	3 725 000	7,80 F	3,90 F	11,70 F
1975	4 300 994	9,00 F	4,50 F	13,50 F
1976	5 413 209	8,00 F	4,00 F	12,00 F

Troisième résolution

L'Assemblée Générale, statuant sur le rapport spécial présenté par les Commissaires aux Comptes, en application des dispositions légales en la matière, approuve les conventions visées dans ce rapport et intervenues ou dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice 1977.

Quatrième résolution

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1977.

Cinquième résolution

L'Assemblée Générale réélit en qualité d'Administrateurs, pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 1983 :

- M. Jean Hémond
- M. François Laporte Bisquit

Administrateurs sortants.

Sixième résolution

L'Assemblée Générale décide de porter à 940.000 F (neuf cent quarante mille francs) pour l'exercice 1978, la valeur globale des jetons de présence du Conseil d'Administration fixée à 850.000 F par l'Assemblée Générale Extraordinaire et Ordinaire du 10 décembre 1974.

Cette allocation, dont le Conseil d'Administration fera la répartition entre ses membres ainsi qu'il avisera, grèvera les charges d'exploitation et se continuera d'année en année, jusqu'à décision nouvelle de l'Assemblée Générale.

Septième résolution

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs à tout porteur d'une copie ou d'un extrait du procès-verbal de la présente réunion pour effectuer partout où besoin sera, tous dépôts et procéder à toutes formalités de publicité légale ou autres qu'il appartiendra.

