

Pernod Ricard 1990



L'œuvre originale de Jean-Claude Quilici reproduite en couverture illustre l'entrée dans le Groupe de la Société grecque Lizas & Lizas.

Né à Marseille de parents corses, nul mieux que Quilici ne pouvait exprimer les harmonies de couleurs des sites méditerranéens. Depuis 1965, Quilici expose régulièrement en France, aux États-Unis et au Japon.

Pernod Ricard

Société Anonyme au capital de 939 777 680 francs

Siège social: 142, bd Haussmann. 75008 Paris

Tél.: (1) 40.76.77.78

Fax: (1) 42.25.95.66 - Téléx: 641 930

R.C.S.: Paris B 582 041 943 (58 B 4194)

Patrick Ricard: *Président-Directeur Général*

Thierry Jacquillat: *Directeur Général*

Les Directions de la société holding Pernod Ricard sont confiées à:

Thierry Billot: *Directeur Financier.*

Jacques Bricout: *Directeur du Centre de Recherche.*

Bernard Cazals: *Directeur des Ressources Humaines.*

Pierre-Marie Chateauneuf: *Directeur Administratif et Juridique.*

Jean-Baptiste Cuisinier: *Directeur du Développement.*

Christian Delclaux: *Directeur attaché à la Direction Générale.*

Pierre Denetre: *Directeur Industriel.*

Jean-Pierre Laurent-Lasson: *Directeur Marketing-Distribution.*

Francisco de La Vega: *Directeur du Marketing.*

Philippe Mouton: *Directeur des Affaires Européennes.*

Claude Risac: *Directeur de la Communication.*

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| 1975 - 1990 : quinze ans sous le signe de la croissance | 1 |
| Lettre de Patrick Ricard, Président-Directeur Général | 2 |
| L'année 1990 en revue par Thierry Jacquillat, Directeur général | 4 |
| Le Groupe Pernod Ricard | 10 |
| Vins et spiritueux en France | 12 |
| <i>Le mariage des sens et de la nature</i> | |
| Boissons et produits sans alcool en France | 16 |
| <i>La force de vendre</i> | |
| Vins et spiritueux à l'étranger | 20 |
| <i>Une stratégie internationale</i> | |
| Boissons et produits sans alcool à l'étranger | 24 |
| <i>Marque: le capital</i> | |
| L'année sociale | 28 |
| <i>De l'eau, de la terre, des hommes et des images</i> | |
| Assemblée Générale Ordinaire | 33 |

1975-1990: QUINZE ANS SOUS LE SIGNE DE LA CROISSANCE

Né en 1975 du rapprochement des deux principales sociétés françaises de spiritueux anisés, Pernod Ricard s'est, dès sa création, fixé trois objectifs : conforter son leadership sur le marché des spiritueux en France, diversifier ses activités vers le secteur du sans alcool, et atteindre une taille internationale.

Le Groupe Pernod Ricard fédère aujourd'hui une cinquantaine de sociétés filiales dans les secteurs des spiritueux, des vins, des boissons et des produits sans alcool.

Le Groupe est numéro un mondial de l'anis, troisième groupe de vins et de spiritueux dans le monde, premier distributeur de spiritueux dans la CEE, leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire et l'un des principaux producteurs de boissons sans alcool en France.

Groupe international, Pernod Ricard réalise près de la moitié de ses ventes à l'étranger : les marques du Groupe sont commercialisées à travers 150 pays environ sur les cinq continents.

En l'espace de quinze ans, le Groupe a ainsi multiplié par dix son chiffre d'affaires, qui est passé de 1,4 milliard de francs en 1975 à 14,7 milliards de francs en 1990.



Lors de notre dernière Assemblée Générale, nous communiquons une prévision de hausse du résultat net de 10%, hors plus-values exceptionnelles. Or c'est un accroissement de 14,2% que j'ai eu le plaisir d'annoncer aux actionnaires à l'issue d'un exercice riche en actualité pour le Groupe Pernod Ricard.

Un exercice qui ne peut être comparé au précédent, puisque la cession en 1989, dans de bonnes conditions, des activités de la S.P.B.G. a généré une plus-value plus importante que celle de Besserat de Bellefon en 1990. Ce qui explique le résultat net part du Groupe de 1990, 1103 millions de francs, contre 1451 millions de francs en 1989, plus-values exceptionnelles incluses.

Par ailleurs, le chiffre d'affaires hors droits et taxes, d'un montant de 14,7 milliards de francs doit s'apprécier en fonction des événements extérieurs à la vie du Groupe, en particulier

la variation des devises. A périmètre comparable et hors effet devise, l'effet de la croissance interne aurait été de 6,1%, reflet d'une bonne activité commerciale.

Il est à noter que les entrées de nouvelles sociétés compensent presque intégralement les sorties du périmètre de consolidation.

Nous souhaitons être le leader, ou à défaut l'un des tout premiers, dans chacun des segments du marché des boissons sur lesquels nous intervenons. C'est là notre politique en matière de croissance interne, d'acquisitions, mais aussi de cession. Ce qui explique que nous ayons préféré nous retirer, dans des conditions attractives, d'un marché du champagne en pleine restructuration.

Au-delà de ces résultats satisfaisants, 1990 est une année symbolique puisqu'elle a marqué le quinzième anniversaire

de la fondation du Groupe Pernod Ricard. Notre entreprise a considérablement évolué, mais toujours dans le sens des objectifs voulus par ses fondateurs.

L'internationalisation de nos activités et la diversification dans le sans alcool, affirmées dès 1975, ne sont pas des dogmes, mais les grands axes d'une stratégie, qui a prouvé sa justesse et sa validité, et qui sait aussi s'adapter à son environnement.

Au service de cette stratégie, notre caractère de groupe français international s'est peu à peu affirmé avec sa configuration originale, fondée à la fois sur la décentralisation et la synergie entre les composantes du Groupe.

Là où un marché significatif nous y invitait, nous nous sommes implantés, préférant un développement raisonné avec des filiales qui nous appartiennent en propre, plutôt que des accords de distribution dont la

pérennité est plus incertaine. C'est ainsi qu'en 1990, nous avons acquis des entreprises en Grèce, à Hong-Kong et renforcé notre présence en Espagne, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Australie et au Japon. Au total, neuf sociétés sont venues s'ajouter à celles intégrées depuis 1988. C'est près de cinq milliards de francs que Pernod Ricard a investis sur cette période de trois ans.

Mais la croissance interne n'est pas oubliée, puisque des efforts importants ont été consentis, entre autres, pour la poursuite de l'internationalisation d'Orangina, qui a vocation à devenir une grande marque mondiale, et pour le développement de SIAS-MPA, leader mondial dans son activité. Même si la cession de la S.P.B.G. a provisoirement réduit la part du sans alcool dans notre chiffre d'affaires 1990, le Groupe poursuit donc résolument son dévelop-

pement dans ce secteur.

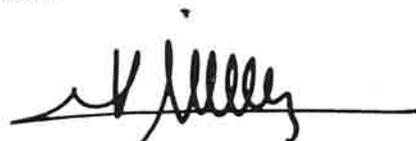
Je le rappelais plus haut, partout où nous le pouvons, nous faisons en sorte d'être chez nous et de maîtriser notre distribution. Mais pour efficace qu'elle soit, la distribution doit s'appuyer sur des marques fortes. Les sociétés qui produisent les produits du Groupe sont garantes de la cohérence des politiques concernant leurs marques. C'est ainsi que depuis 1991, Ricard, Pernod et Orangina assument la responsabilité de la vente en France et hors de France, à l'égal des autres sociétés françaises et étrangères du Groupe.

Les hommes et les femmes du Groupe ont la charge de conjuguer les deux logiques,

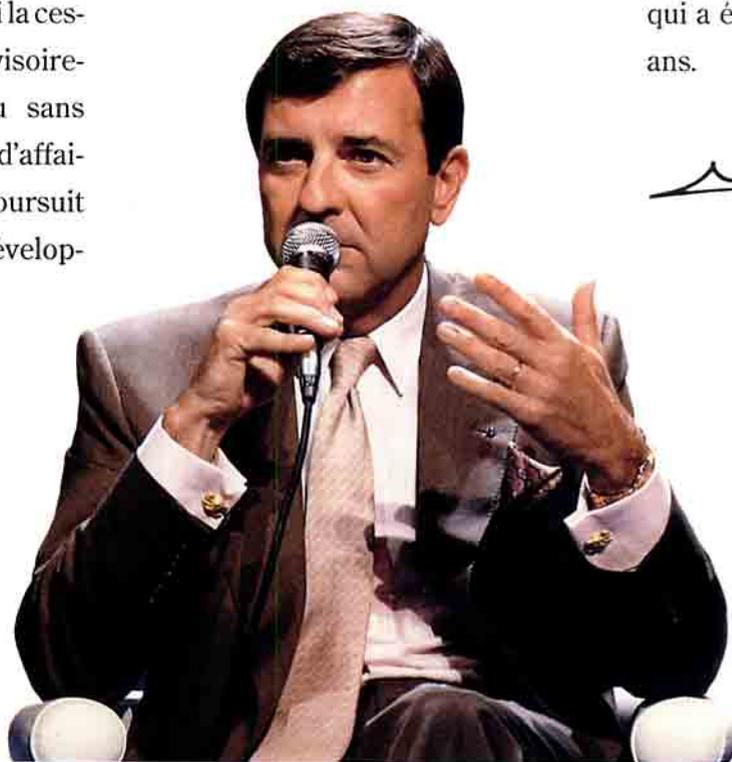
celle des marchés et celle du produit. Ils mettent quotidiennement en pratique la synergie entre les sociétés afin d'aller vers toujours plus de souplesse et d'adaptabilité au terrain.

Pour terminer ce "portrait de groupe", j'ajouterai que 1990 illustre non seulement la stratégie de Pernod Ricard, mais aussi sa philosophie: honorer la confiance de l'actionnaire, satisfaire le client, faire partager au collaborateur le fruit de ses efforts, et "in fine", obtenir la fidélité des trois.

Le début de l'exercice nous le rappelle, rien ne sera facile en 1991. Mais je suis confiant en nos hommes, nos produits et nos structures pour continuer notre croissance au rythme soutenu qui a été le nôtre depuis quinze ans.



Patrick Ricard



PAR THIERRY JACQUILLAT

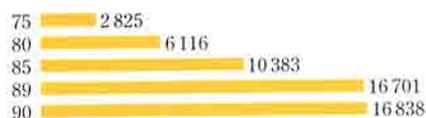


Depuis 1980, près de sept milliards, en francs courants, ont été investis par Pernod Ricard dans

des acquisitions qui ont concerné 39 entreprises. Au cours de l'année 1990, le Groupe a poursuivi cette vigoureuse politique de croissance externe avec le rachat de neuf sociétés et confirme le rôle qu'il joue dans la restructuration du secteur mondial des boissons.

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ H.T.

en millions de francs



CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ H.D.T.

en millions de francs

■ dont export et étranger



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T. PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

en millions de francs et en % du total



- Vins et spiritueux France
- Boissons et produits sans alcool France
- Vins et spiritueux export et étranger
- Boissons et produits sans alcool à l'étranger

Fruits de longues recherches, mais aussi d'opportunités favorables, ces acquisitions n'en répondent pas moins à des objectifs stratégiques précis et complémentaires :

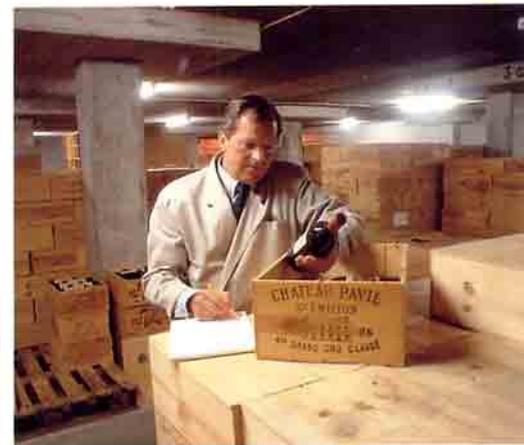
- En prenant le contrôle du liquoriste grec Lizas & Lizas, nous souhaitons compléter la carte de notre implantation en Europe sur un marché en pleine évolution.
- Plusieurs opérations visent à conforter notre présence là où nous étions déjà, en étendant la gamme des produits que nous commercialisons.

C'est ainsi qu'aux Pays-Bas, le distributeur de vins fins Kerssens devient filiale de notre société Coymans.

En prenant le contrôle du groupe viticole espagnol Bodegas Capel, la S.V.F. s'implante sur un marché important et ajoute à sa gamme la prestigieuse appellation Rioja.

Avec le rachat de Whyndham Estate, notre filiale australienne Orlando Wines renforce et élargit sa gamme de vins vers les qualités supérieures.

- En créant une nouvelle filiale de distribution au Japon, et en rachetant par l'intermédiaire de la SEGM notre principal distributeur à Hong Kong, Casella Far East Ltd, nous confirmons notre volonté de contrôler notre distribution avec un réseau qui nous appartient en propre, afin de



maîtriser le destin international de nos marques.

- Par des ouvertures d'antennes à Taiwan et en Corée du Sud, nous complétons notre maillage dans cette région et créons une dynamique commerciale avec nos implantations à Singapour, à Hong Kong et en Chine.

- En France, nous élargissons notre gamme vers le haut du marché et nous nous donnons de nouveaux atouts pour l'exportation grâce à l'acquisition par la S.V.F. des négociants en vins fins Alexis Lichine et Pasquier Desvigne, qui rejoignent sa filiale Crus et Domaines de France, complétant une gamme déjà composée de Cruse et Victor

Bérard. Avec Castillon Renault, nous construisons un nouvel ensemble spécialisé dans le cognac, intégrant Bisquit, qui sera plus particulièrement tourné vers l'exportation.

- Dans le secteur des boissons sans alcool, JFA-Pampryl, a réalisé en 1990 deux opérations très significatives pour son développement. Le spécialiste des jus de fruits de qualité a pris une participation de 40% dans le capital de Citricola Correntina, producteur et transformateur argentin d'agrumes. JFA-Pampryl améliore ainsi la maîtrise qualitative de ses approvisionnements, puisque cette société est située dans le Nord-Est de l'Argentine,

une zone qui ne connaît ni gel, ni sécheresse.

En France, avec l'acquisition d'Agruma, JFA-Pampryl, prend pied sur un segment de marché d'où elle était absente: les concentrés d'agrumes, à boire dilués ou comme base pour les cocktails. Agruma possède aussi une gamme de boissons aux fruits aux parfums originaux: Janeiro.

Cette politique de croissance externe répond donc bien à nos grands objectifs stratégiques qui n'ont pas varié depuis la création de Pernod Ricard. Elle reste également fidèle à notre constante philosophie en matière d'acquisitions, qui est d'intégrer à notre Groupe des sociétés saines grâce à des opérations amicales. Les équipes en place ont ensuite toute latitude de développer leur société, dans le cadre d'objectifs fixés avec la holding, en tirant le meilleur parti des synergies avec les sociétés sœurs.



1990 aura vu la cession du champagne Besserat de Bellefon. Dans la situation spécifique de l'économie du champagne, cette société n'avait pas la possibilité d'atteindre la taille critique nécessaire. Répondant à une offre attractive, nous avons préféré nous retirer d'une activité qui, malgré les bons résultats obtenus jusqu'ici, n'était pas stratégique pour le Groupe.

En matière de croissance interne, Pernod Ricard a été éga-

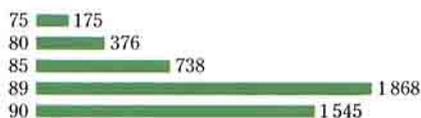
RÉSULTAT COURANT CONSOLIDÉ

en millions de francs



MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT CONSOLIDÉE

en millions de francs



RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ

en millions de francs



lement très actif. Les sociétés du Groupe ont mis en œuvre leurs capacités commerciales et leur savoir-faire en matière d'innovation pour conquérir de nouveaux marchés et créer les produits qui seront les relais de croissance de demain :

Le parcours d'Orangina en 1990 est à cet égard satisfaisant. D'une part, Orangina France dispose maintenant d'une gamme très étoffée : le succès d'Orangina Light se confirme et elle assure désormais le conditionnement et la commercialisation de "Brut de Pomme" sur le marché français.

Orangina continue, d'autre part, à ouvrir de nouveaux marchés, notamment l'Allemagne

en 1990. Avec la mise en service de l'unité pilote de conditionnement de Fegersheim, Orangina dispose désormais d'un outil performant pour accompagner son développement sur le marché européen. Pour quatre bouteilles d'Orangina consommées, trois le sont en France et une l'est hors de nos frontières.

Le développement des gammes et la création de produits nouveaux est l'un des outils privilégiés de la croissance interne. Les filiales du secteur sans alcool du Groupe s'attachent à suivre, voire à anticiper, l'évolution du goût des consommateurs et l'émergence de nouvelles habitudes de consommation.

En liaison avec le Centre de



Recherches du Groupe Pernod Ricard, plusieurs sociétés ont créé en 1990 des boissons inédites :

- Cusenier a effectué le lancement très remarqué de "Siro-nimo", une gamme de six sirops spécialement conçue pour les jeunes.
- Après "Champomy", la boisson festive des enfants, Cidreries et Sopagly Réunion innove encore dans le domaine des boissons à base de pomme avec une nouvelle ligne de purs jus de fruits pétillants sans alcool, les "Rendez-vous".
- JFA-Pampryl a poursuivi le développement de sa gamme "Pulp" avec un nectar de pamplemousse de grande qualité.

Cette forte croissance interne du secteur des boissons sans alcool en France a pu pratiquement compenser les conséquences de la cession de la S.P.B.G. Le secteur vins et spiritueux France, avec la bonne performance des spiritueux anisés, et en particulier de Ricard, s'est quant à lui bien comporté, avec une progression du résultat de 8,8% avant opérations financières.

A l'étranger, la tendance est également bien orientée pour les boissons et produits sans alcool malgré un effet change négatif vis-à-vis du franc français : SIAS-MPA dans le secteur des préparations aux fruits, connaît, comme Orangina, un fort déve-

loppement de son activité à l'étranger. Les vins et spiritueux ont bien résisté à une conjoncture contrastée selon les régions du monde en générant 481 millions de francs de résultats avant opérations financières contre 431 millions de francs en 1989.

Au total, le Groupe a réalisé en 1990 un chiffre d'affaires consolidé hors droits et taxes de 14,7 milliards de francs, en hausse de 2,9% par rapport à 1989. Toutefois, ce chiffre ne reflète qu'imparfaitement nos performances, puisque, comme d'autres groupes français, nous avons été affectés par l'appréciation du franc français par rapport au dollar US, à la livre sterling et au dollar australien. A périmètre comparable, et hors effet de la variation des devises, Pernod Ricard enregistre une croissance interne de 6,1% sur l'exercice précédent.



Dans ce contexte, notre résultat net part du Groupe s'établit à 1,103 milliard de francs. Par rapport à notre résultat de 1989, (1,451 milliard de francs), notre rentabilité peut sembler moindre, mais les deux exercices ne sont pas comparables. Nous avons, en 1989, bénéficié du profit exceptionnel réalisé avec la cession de la Société Parisienne des Boissons Gazeuses, plus important que celui

réalisé en 1990 avec la cession de Besserat de Bellefon.

Hors effet des plus-values, la part du Groupe dans les résultats a en fait progressé de 1989 à 1990 de 780 millions de francs à 891 millions de francs, soit une augmentation de 14,2%. Cette progression, conséquence d'une activité commerciale satisfaisante, est finalement très supérieure aux prévisions annoncées (+ 10%).

à une conjoncture économique internationale déprimée ont en effet entraîné les cours à la baisse.

Le titre Pernod Ricard a connu une évolution similaire à celle de l'indice CAC 40 pour clore l'année légèrement en deça de celui-ci (-26,95%, contre -24%).

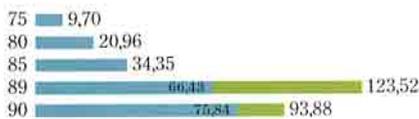
Le cours moyen du titre est passé de 1216 francs en janvier 1990 à 973 francs en décembre, avec un plus haut à 1295 francs en mai.

En fin d'année, la capitalisation boursière atteignait 10,9 milliards de francs après avoir oscillé entre 10,00 et 15,9 milliards de francs en cours d'année.

BÉNÉFICE NET AJUSTÉ PAR ACTION

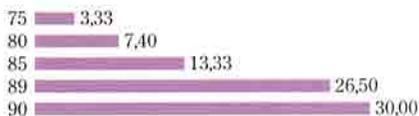
(PART DU GROUPE) en francs

■ plus-values exceptionnelles



DIVIDENDE NET AJUSTÉ PAR ACTION

en francs



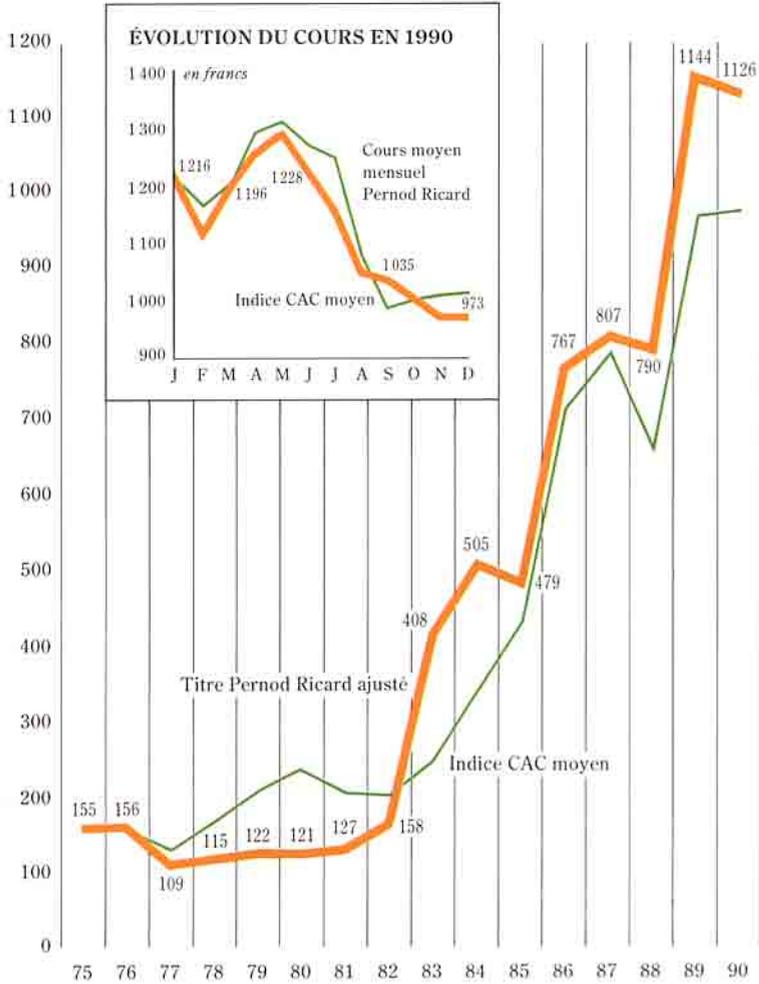
L'ANNÉE BOURSIÈRE

Après une hausse de 27,5% en 1989, la bourse de Paris a chuté de 24% sur l'année 1990: les conséquences de la crise du golfe, conjuguées à un haut niveau de taux d'intérêts réels et



COURS MOYEN DU TITRE

en francs



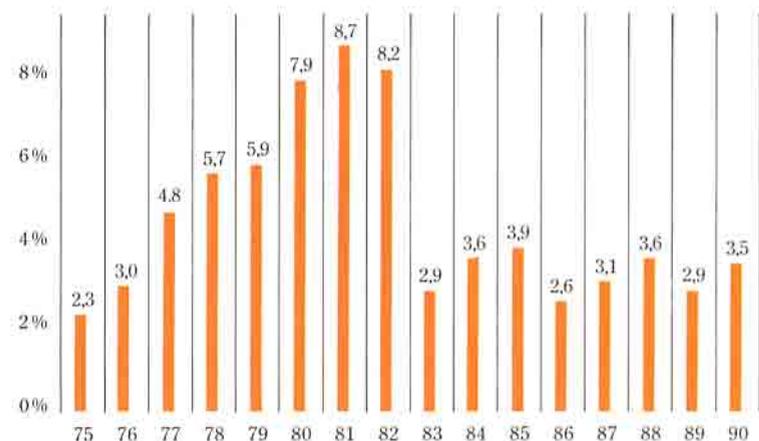
Avec 3,6 millions de titres échangés, le titre a été moins actif en 1990 qu'en 1989 (4,3 millions). Il faut noter toutefois que le niveau d'activité a baissé pour l'ensemble de la cote.

L'annonce en mars 1991 des résultats de l'année 1990 a immédiatement rassuré les investisseurs qui avaient pu craindre les effets de la cession de la S.P.B.G., de la médiocre conjoncture australienne ou de la loi limitant la publicité en faveur des boissons alcoolisées. Le cours du titre s'est rapidement redressé pour rester durablement au-dessus de 1 200,00 F en mars et avril.

Pour la huitième année consécutive, la hausse du résultat net part du groupe, hors plus-values exceptionnelles, autorise une progression du dividende unitaire: le Conseil d'Administration propose à l'assemblée générale le versement d'un dividende de 30 francs par action (+ 13,2% par rapport à 1989), déduction faite de l'acompte de 13,50 francs versé le 14 janvier 1991.

RENDEMENT MOYEN ANNUEL DU TITRE

en%



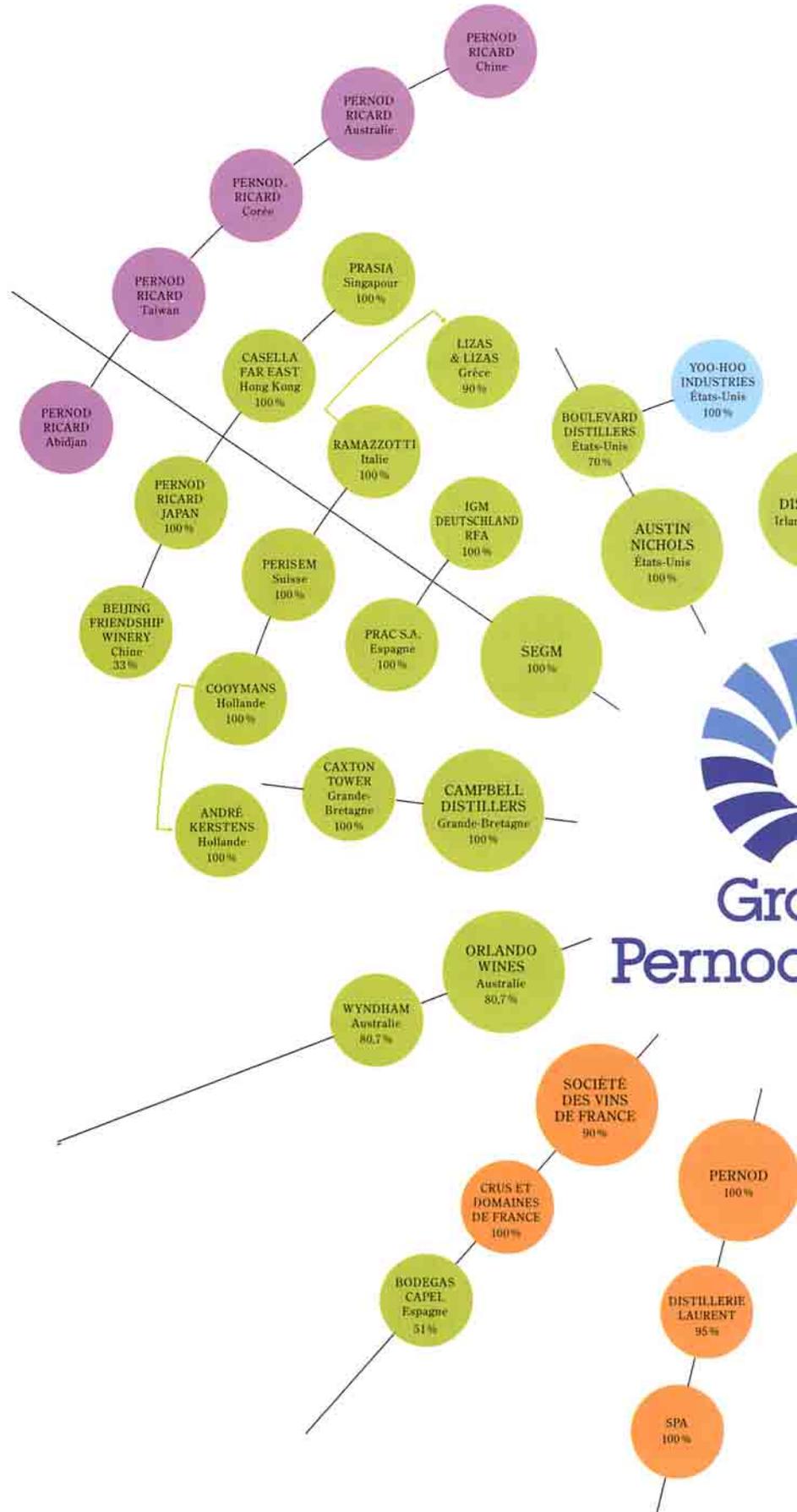
La mission de la société holding est de définir la stratégie du Groupe. Elle gère et protège son portefeuille de marques, lesquelles sont concédées aux sociétés filiales qui en assurent la production, la promotion et la commercialisation.

Le style de direction est fondé sur la décentralisation, la structure de la Société-mère étant extrêmement légère avec moins de 50 collaborateurs (hors Centre de Recherches), tandis que l'ensemble du Groupe en compte plus de 11 000, dont 4 375 hors de France.

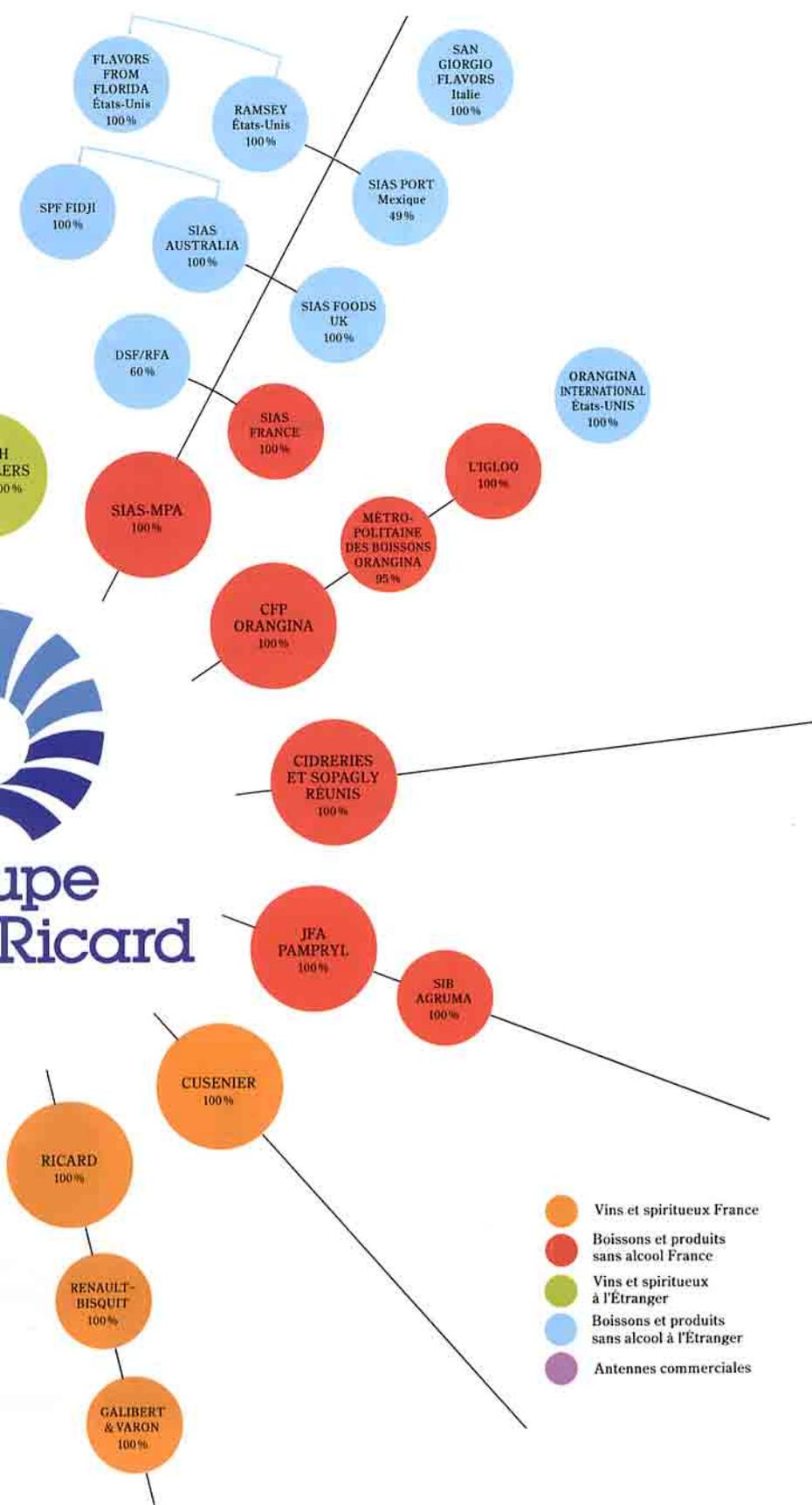
La société holding Pernod Ricard conduit la politique de diversification et notamment toutes les opérations de croissance externe. Son rôle consiste aussi à impulser et à coordonner toutes les fonctions de l'entreprise afin de favoriser la recherche et les investissements, de faire jouer les synergies entre les filiales dans le respect de leur identité propre.

Le Groupe compte 91 unités de production dont 49 à l'étranger. En France et à l'étranger, 58 unités élaborent des vins et spiritueux, tandis que 33 se consacrent aux boissons et produits sans alcool.

A la société holding Pernod Ricard sont directement rattachées les principales filiales de production du Groupe, en France et à l'étranger: Pernod Ricard, Cusenier, la Société des Vins de France, JFA Pampryl, la Compagnie Française des Produits Orangina, SIAS-MPA, Cidreries et Sopagly Réu-



Gro
Pernod



nies en France. Austin Nichols, Irish Distillers, Campbell Distillers et Orlando Wines à l'étranger ;

Ces sociétés possèdent leurs propres filiales qu'elles gèrent de façon autonome, et assument la responsabilité marketing de leurs marques sur leurs marchés d'origine et hors de leurs frontières.

La SEGM, Société pour l'Exportation des Grandes Marques, gère et anime par ailleurs les filiales à vocation principale commerciale ainsi que les antennes du Groupe hors de France.

Principales marques produites et distribuées par les filiales de Pernod Ricard en France et à l'étranger :

Spiritueux : Ricard, Pastis 51, Pernod, Suze, Dubonnet, Ambassadeur, Vabé, Bartissol, Cinzano, Byrrh, Porto Cintra, Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Jameson, Bushmills, John Power, Tullamore Dew, Wild Turkey, Vodka Huzzar, Cognac Bisquit, Cognac Renault, Calvados Busnel, Armagnac Marquis de Montesquiou, Amaro Ramazzotti, Zoco, Coymans Advocaat, Eaux de Vie la Duchesse, Liqueurs Cusenier.

Vins : Café de Paris, Carlton, Blancs de Fruits, Vieux Papes, Bienvenu, Maîtres Vignoux, La Villageoise, Carré de Vigne. Les Classiques, Cruse, Canei, Alexis Lichine, Pasquier Desvigne, Bodegas Capel, Jacob's Creek, Carrington, Wyndham Estate, Dragon Seal.

Boissons sans alcool : Orangina, Orangina Light, Brut de Pomme. Banga, Banga Léger, jus de fruits Pampryl, Agruma, Pam Pam, Pacific, sirops Cusenier, sirop Sironimo, cidres, jus de pomme et jus de raisin, Yoo-Hoo.

Marques concédées pour la France : Gin Gilbey's, whisky Cutty Sark, Rhum Bacardi, Vodka Stolichnaya.

La politique de diversification définie par Pernod Ricard lors de sa création a obtenu l'effet escompté, à savoir le rééquilibrage du secteur vins et spiritueux, qui représente 37% du chiffre d'affaires en 1990, contre 62% en 1975.

CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T.

en millions de francs



RÉSULTAT AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES

en millions de francs



Avec Ricard, Pastis 51 et Pernod, Pernod Ricard est le leader mondial des spiritueux anisés. Créée en 1932 par Paul Ricard à Marseille, la marque Ricard occupe aujourd'hui le 3^e rang dans le classement mondial des marques de spiritueux.

Pernod Ricard est le deuxième producteur français d'apéritifs à base de vin avec les marques Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano et Byrrh et de vins doux naturels avec Vabé, Bartissol.

Le Groupe est en première position sur le marché des amers avec Suze. Il est aussi présent sur le marché des Calvados de haut de gamme avec Busnel, sur celui du cassis, sur le marché des liqueurs et des eaux de vie avec Cusenier et La Duchesse, et celui de l'armagnac avec Marquis de Montesquiou. Enfin, le secteur du cognac a connu un nouveau développement en 1990, avec l'acquisition de Castillon Renault, dont la marque Renault Carte Noire Extra est venu renforcer la marque Bisquit, notamment en Europe.

Le Groupe est fortement implanté sur le marché des vins pétillants avec Carlton ainsi qu'avec Café de Paris et sa déclinaison, et la gamme "Blancs de fruits".

Avec la société des Vins de France, Pernod Ricard se situe dans les premiers rangs des négociants

français de vins de marques avec notamment Vieux Papes. Crus et Domaines de France, le département vins fins de la société a complété sa gamme en 1990 avec le rachat des maisons de négoce Alexis Lichine et Pasquier Desvignes.

Le Groupe assure également la distribution en France de spiritueux étrangers. Il importe de sa filiale Campbell Distillers, les marques Clan Campbell, Aberlour Glenlivet et White Heather, ainsi que le bourbon Wild Turkey d'Austin Nichols, tandis que Cusenier commercialise, sous concession, de très grandes marques mondiales comme le whisky Cutty Sark, le rhum léger Bacardi, la vodka Stolichnaya et le gin Gilbey's. Enfin, depuis l'acquisition d'Irish Distillers en 1988, le Groupe distribue ses principales marques de whisky irlandais.



L'ANNÉE 1990

L'activité spiritueux en France au cours du dernier exercice est assez contrastée. D'autre part le Groupe a en effet enregistré de bons résultats sur les anisés : Ricard, leader incontesté, progresse plus vite que le marché.

Sur le marché des whiskies, Clan Campbell a vu sa croissance se ralentir momentanément par suite d'un renchérissement mondial des cours des whiskies dû à la raréfaction des stocks, entraînant de fortes augmentations de nos prix de ventes. Les whiskeys irlandais de Irish Distillers, pour leur part, bénéficient pleinement des réseaux de vente des filiales françaises : Jameson (Ricard), Bushmills (Pernod) et Tullamore Dew (Cusenier) progressent spectaculairement. Un tir groupé qui montre l'accueil favorable réservé par le

marché français aux produits de haut de gamme, et que confirment également les bons résultats du scotch whisky Aberlour et du bourbon Wild Turkey, distribués par Pernod.

Dans le secteur des apéritifs à base de vin, les ventes, après plusieurs années de baisse, se sont stabilisées alors que les vins doux naturels et les portos subissaient la tendance négative de leur marché.

Carlton, sur le haut du marché des vins pétillants, subit la banalisation du marché des vins effervescents à la pêche. En revanche, Café de Paris se maintient et la gamme des Blancs de fruits continue sa progression.

Au total en 1990 les ventes de spiritueux, champagnes et mousseux en France enregistrent un léger recul de 1,3% en volume par rapport à 1989. Dans le secteur du

vin, les ventes de la Société des Vins de France sont également en recul de 9,5% : La désaffection des consommateurs pour les vins de table n'est pas encore compensée par les produits de milieu de gamme et le département Vins fins avec Crus et Domaines de France. Enfin, l'activité de la nouvelle société Alexis Lichine n'a été que partiellement intégrée aux comptes de 1990.

PERSPECTIVES 1991

Les ventes de spiritueux sur le marché français devraient continuer à croître grâce à la poursuite du développement des spiritueux anisés et des whiskies commercialisés par le Groupe. Sur un marché du vin de table probablement encore en baisse, la Société des Vins de France devrait bénéficier des effets de son recentrage sur le milieu et haut de gamme.



Tous les goûts sont dans la nature, c'est donc du sol qu'il convient de faire jaillir les meilleures idées de boissons nouvelles. Mais celles-ci doivent répondre et s'adapter sans cesse aux désirs changeants des consommateurs; réussir le mariage des sens et de la nature est un défi permanent pour les chercheurs et les équipes marketing de Pernod Ricard. Pour y parvenir, le groupe s'est doté d'un des plus importants Centre de Recherches de l'industrie mondiale des boissons et y consacre chaque année 1% de son chiffre d'affaires. Les produits y sont testés et améliorés, les plantes et matières premières étudiées de la germination à la récolte,



les procédés de fabrication y sont mis au point dans le respect des qualités organoleptiques finales des boissons. L'analyse sensorielle, qui fait appel à des "goûteurs", et la recherche aromatique occupent une place de choix au sein du Centre de Recherches du Groupe.

Tous ces travaux sont alimentés par les études et observations réalisées directement auprès des consommateurs en France et dans le monde. Un peu plus de service, un peu plus de santé, un peu plus de plaisir dans les nouvelles boissons: autant de désirs parfois contradictoires qu'il faut satisfaire. Les modes de vie, donc les modes de consommation évoluent également: des changements auxquels les équipes marketing et commerciales du Groupe sont particulièrement attentives.



La gamme Atouts Forme de Pampryl, avec des boissons allégées en sucre et des jus de fruits enrichis en vitamines, ou le lancement d'Orangina

Light puis d'Orangina Plus répondent ainsi à de nouvelles préoccupations d'équilibre et de santé des consommateurs. Celui de La Cidraie en boîte métal et l'implantation de distributeurs automatiques L'Igloo (filiale d'Orangina) illustrent le développement de nouvelles formes de consommation et de distribution.



S E T D E L A N A T U R E



La part des ventes de boissons et produits sans alcool en France a régressé dans le chiffre d'affaires global du Groupe, passant de 21% en 1989 à 16% en 1990. Cette baisse s'explique essentiellement par la cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses, qui était encore prise en compte sur le premier semestre de 1989. En fait, les marques phares du Groupe, Orangina, Brut de Pomme, Banga, Pampryl, Fruitam et Pacific, ont été très actives en 1990, enregistrant une forte progression de leurs ventes en volume.

La cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses concessionnaire de Coca Cola, n'a pas remis en cause cette politique de diversification dans le secteur du sans alcool, définie en 1975, et le Groupe demeure l'un des premiers producteurs français de boissons sans alcool.

Avec l'acquisition en 1984 de la Compagnie Française des Produits Orangina, Pernod Ricard est propriétaire de la première marque française de soft-drinks. Depuis 1988, la "Métropolitaine des Boissons Orangina" qui assure la commercialisation de sa marque sur le territoire national a étendu sa gamme avec Orangina Light et distribue aussi Brut de Pomme, produit faiblement calorique, pétillant, aux extraits naturels de pomme.

Le Groupe occupe des positions solides sur les marchés des jus de fruits et des boissons aux fruits avec sa filiale JFA Pampryl. Sur ce même marché et sur celui du cidre, Cidreries et Sopagly Réunies (CSR), a également une position dominante. Elle place le Groupe à la tête des producteurs européens de

jus et de moût de raisin et approvisionne de nombreuses grandes marques françaises et étrangères. Sur le marché des anis sans alcool, avec Pacific, la société Ricard, déjà à la première place, continue à progresser.

Enfin, avec SIAS-MPA, le Groupe est leader national et mondial des préparations de fruits pour l'industrie alimentaire.

L'ANNÉE 1990

A la faveur de conditions climatiques très favorables, le secteur des boissons sans alcool a connu une activité satisfaisante avec une hausse globale des volumes. La progression est particulièrement significative pour les boissons aux fruits, secteur où une nouvelle fois Orangina se taille la part du lion. Oran-

CHIFFRE D'AFFAIRES I.L.D.T.

en millions de francs



RÉSULTAT AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES

en millions de francs



gina Light, notamment, a connu un très fort développement de ses ventes, et Brut de Pomme confirme en 1990 les bons résultats enregistrés en 1989, avec une nouvelle hausse de près de 20 %.

Banga chez JFA Pampryl est quant à lui resté stable sur l'année, mais on doit noter que cette marque avait enregistré au cours des trois années précédentes des taux de progression de 15 à 20 %.

Les jus de fruits et nectars ont connu une année difficile, avec des volumes à la baisse. Mais cette baisse affecte essentiellement les ventes de produits semi-finis de Sopagly (jus de raisin) et les livraisons en vrac. Les marques grand public du Groupe, sont en progression, +13,5 % pour Pam-Pam, ou stables comme Pampryl.

Les volumes de cidres commercialisés par le Groupe ont en revanche baissé. L'instauration d'une cotisation interprofessionnelle au 1^{er} janvier 1990 pour financer le budget de la campagne collective de publicité a entraîné une augmentation des prix des ventes en 1990, et par anticipation, un surstockage chez nos clients à la fin 1989.

Enfin, les tonnages de préparations aux fruits commercialisés par SIAS-MPA ont poursuivi leur croissance en 1990.

PERSPECTIVES 1991

Les ventes de boissons et produits sans alcool, si les conditions climatiques sont favorables, poursuivront sans doute leur croissance en 1991, en dépit de la baisse de fréquentation des cafés, hôtels et res-

taurants qui a été ressentie en ce début d'année.

Les prévisions sont à la hausse pour Orangina, qui commercialise en 1991 un produit nouveau, Orangina Plus, sur le marché prometteur des boissons vitaminées. SIAS-MPA continuera sa politique active de développement. JFA Pampryl devrait enregistrer les bénéfices de sa politique d'innovation produits et de la croissance externe réalisée avec la reprise de la société Agruma en 1990. Les efforts consentis pour la promotion du cidre devraient porter leurs fruits en enrayant la baisse de la consommation.



La France manque de vendeurs, dit-on. Ce n'est pas le cas chez Pernod Ricard où le "savoir vendre" est cultivé avec autant de soins que le savoir-faire. Car la vente n'est plus un art simple: elle fait appel à l'informatique, à l'animation, à la créativité et plus que jamais à la qualité des hommes de terrain.



Douze mille mètres carrés, des dizaines de milliers de produits présentés et chacune des marques du Groupe à mettre en avant dans cette immensité. Voilà le défi quotidien du vendeur confronté à la sophistication des circuits de distribution.



Comment établir un partenariat avec le magasin? C'est l'objectif du "merchandising" qui analysera toutes les conditions matérielles et psychologiques pour rendre un produit plus attractif et plus rentable dans un rayon. Ainsi l'utilisation



sur le lieu de vente d'ordinateurs qui permettent d'optimiser la gestion du rayon "Spiriteux" est de plus en plus répandue dans les sociétés du Groupe. Comment faire découvrir et acheter le produit au consommateur? Les animations, dégustations en magasins sont prises en charge par les vendeurs qui sont aussi de véritables animateurs. Des animations qui sortent d'ailleurs du rayon pour emprunter le TGV et y faire redécouvrir Suze aux voyageurs ou faire danser tout l'été la Lambada et la Socca d'Orangina dans les boîtes de nuit. Marchandiseur, animateur, créateur d'événements, le vendeur doit être formé à tous ces métiers. Le savoir vendre est donc entretenu chez Pernod Ricard par une politique active de stages et de formation permanente aux nouvelles méthodes de la vente.





D E V E N D R E

La part de l'activité du Groupe dans le secteur des vins et spiritueux à l'étranger a considérablement augmenté en 1990 passant de 23 % du chiffre d'affaires consolidé hors droits et taxes à 27 %.

En 1990, six nouvelles sociétés sont venues compléter son implantation à l'international: Wyndham Estate (Australie), Lizas et Lizas (Grèce), Kerstens (Pays-Bas), Casella Far East Limited (Hong Kong) Caxton Tower (Royaume-Uni) et Bodegas Capel (Espagne).

CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T.

en millions de francs



RÉSULTAT AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES

en millions de francs



Le Groupe assure en partie la diffusion de ses principaux produits par l'intermédiaire de la SEGM, qui dispose d'un puissant réseau de filiales implantées dans la plupart des pays européens, mais aussi en Amérique du Sud et au Japon.

Pernod Ricard s'est également assuré le contrôle direct de certaines sociétés implantées à l'étranger: Campbell Distillers en Grande-Bretagne qui possède trois distilleries en Écosse, où sont élaborées des whiskies de très grande qualité et qui assure la distribution au Royaume-Uni des marques du Groupe.

De même, l'acquisition d'Austin Nichols en 1980 a permis à Pernod Ricard d'être présent sur le marché du bourbon avec Wild Turkey.

En 1985, des prises de participations de 30 % dans Heublein do Brasil et Heublein Japan, ont ouvert à plusieurs marques du Groupe des débouchés sur ces marchés.

Plus récemment, en 1988, Pernod Ricard a assuré sa présence sur l'intégralité des segments du marché des whiskies, en prenant le contrôle du producteur de whiskey irlandais Irish Distillers Group.

En Italie, l'acquisition de Canei

SpA, élaborateur d'un vin pétillant faiblement alcoolisé, est venue renforcer la présence du Groupe qui contrôlait déjà Ramazzotti, possédant une forte structure commerciale pour la distribution des produits de la SEGM, et une marque réputée: l'Amaro Ramazzotti.

En Australie, le Groupe est venu affirmer sa présence par la prise de contrôle d'Orlando Wines, n°2 des vins australiens.

Enfin, Pernod Ricard soutient son développement par l'implantation d'antennes commerciales à Singapour, Sydney, Abidjan, Taiwan et Séoul. Le Groupe est également présent en Chine, avec une participation dans une société mixte pour la production de vins chinois "Beijing Friendship Winery".

Au total, les principales marques du Groupe sont commercialisées dans près de 150 pays sur les cinq continents.



L'ANNÉE 1990

Hors de nos frontières, c'est principalement en Europe et sur les nouveaux marchés de l'Extrême-Orient que le Groupe aura assuré la progression de ses ventes. En Amérique du Nord et en Australie, les conséquences du ralentissement de l'activité économique ce sont en effet ajoutées à un effet change négatif des devises.

Le secteur des spiritueux, globalement, a bien résisté à cette mauvaise conjoncture, réalisant une hausse de 5,2% en volume. Les whiskies écossais, bourbons et whiskeys ont réussi une belle progression d'ensemble en Europe. Wild Turkey pour sa part, est stable aux États-Unis.

On notera également la bonne tenue des ventes de cognac et d'amers réalisée par la SEGM. En revanche, les ventes d'anisés de la SEGM sur les marchés frontaliers et dans le circuit hors taxe sont en

baisse compte tenu de la réduction de l'écart sur les droits et taxes perçues entre la France, l'Italie et l'Espagne.

Les ventes à l'étranger de la SVF sont satisfaisantes. D'une part, Crus et Domaines de France voit ses ventes progresser. D'autre part, l'acquisition d'Alexis Lichine en France et de Bodegas Capel en Espagne lui permet de diversifier et de développer ses expéditions.

En Australie, Orlando Wines, a dû faire face à une conjoncture difficile caractérisée sur son marché intérieur, par une baisse des prix de ventes pour cause de récession économique, et une hausse de ses coûts d'approvisionnement. La hausse du chiffre d'affaires a été assurée grâce à l'intégration de Windham, acquise en 1989, et au développement des ventes à l'exportation.

Dans le secteur des vins effervescents, la société Canei SpA qui réalise 75% de ses ventes hors d'Ita-

lie progresse à nouveau en 1990.

Enfin, on peut remarquer la très bonne progression enregistrée par les Cidres de C.S.R. à l'export.

PERSPECTIVES 1991

La croissance du bourbon Wild Turkey, des whiskies Aberlour et Clan Campbell et des irish whiskies Jameson et Bushmills devrait se poursuivre. En Australie, la volonté des sociétés du secteur des vins de restaurer leur marge par une augmentation des prix de vente, accompagnée d'une baisse du prix de revient des vins, favorisera le retour du Groupe Orlando Wines à des meilleurs résultats. Le maillage commercial mis en place progressivement dans la zone Asie Pacifique devrait permettre une augmentation de l'activité commerciale dans cette région.

Les spiritueux français devraient continuer leur progression à l'export. La récente acquisition du cognac Renault, bien implanté sur les marchés d'Europe du nord venant renforcer cette tendance.

Les événements internationaux ont cependant eu une influence sensible sur les ventes hors taxes dans les premiers mois de l'année.



En 1990, Pernod Ricard a réalisé près de la moitié de son chiffre d'affaires hors de France, contre 14 % il y a quinze ans lors de la création du Groupe. Dans l'intervalle, le chiffre d'affaires a lui-même été multiplié par dix. Pour réussir cette internationalisation rapide, Pernod Ricard a développé une stratégie originale fondée sur la maîtrise des réseaux de distribution



sur les cinq continents à partir de ses marchés clés. Pour le Groupe, le développement des ventes sur un marché précède la création de structures lourdes de commercialisation et non l'inverse. A ce titre, le développement d'Orangina à

l'étranger est en passe de constituer un cas d'école. Il a été conduit par association avec des embouteilleurs et distributeurs locaux soigneusement sélectionnés et avec les filiales existantes du Groupe, l'ensemble étant coordonné au plan marketing par une équipe internationale, le tout

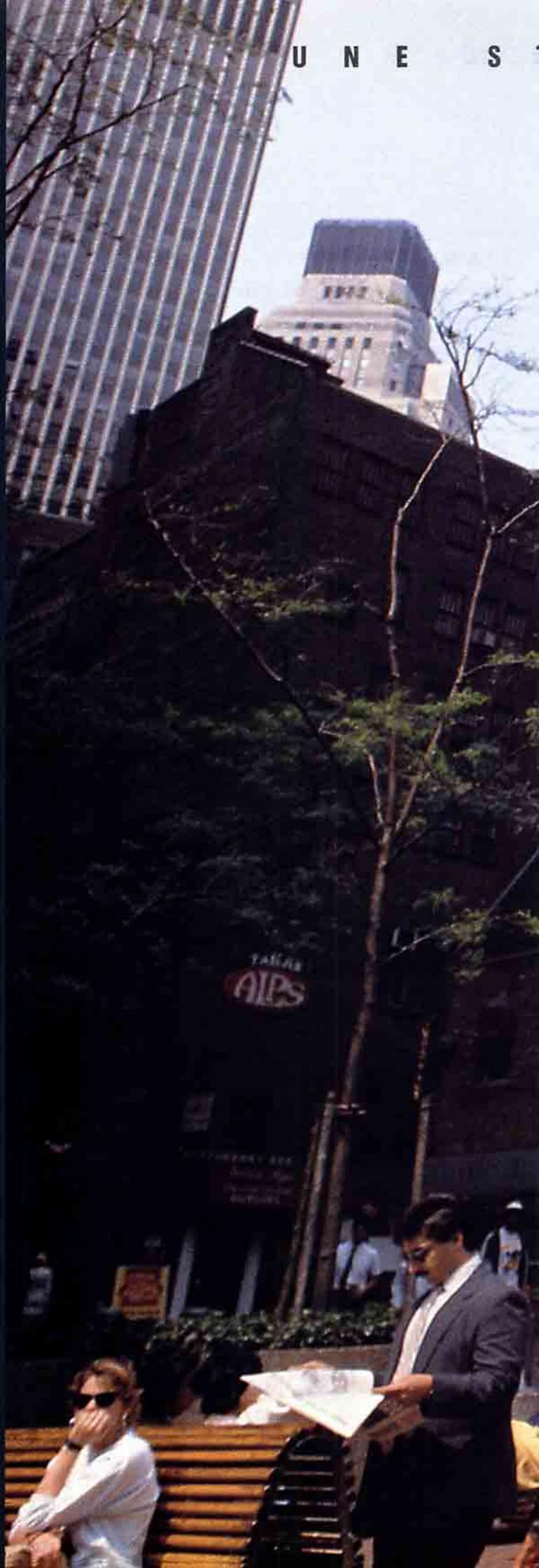


sous la responsabilité d'un comité stratégique pluridisciplinaire. Une bouteille d'Orangina est consommée à l'étranger pour trois en



France, situant ainsi le "soft drink" français à l'orange à l'une des toutes premières places européennes.

La même approche est suivie par exemple dans le maillage asiatique de Pernod Ricard : des partenaires distributeurs locaux et des équipes commerciales du Groupe sont à pied d'œuvre. Les filiales et les antennes Pernod Ricard au Japon, à Singapour, à Hong Kong, en Corée, à Taïwan réalisent les tests commerciaux et s'assurent des conditions de distribution. Ils tissent les fils de la toile ; les investissements publipromotionnels et les unités de production suivront à la mesure des probabilités de succès sur le terrain.



R A T É G I E I N T E R N A T I O N A L E



L'activité sans alcool à l'étranger a de nouveau progressé en 1990 pour atteindre 20% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe contre 19% en 1989. Cette progression est due aux bonnes performances commerciales des SIAS-MPA, Orangina International et Yoo-Hoo, boisson chocolatée américaine, les principaux opérateurs à l'étranger pour les produits et les boissons sans alcool, en dépit d'un effet change négatif des devises.

CHIFFRE D'AFFAIRES H.D.T.

en millions de francs



RÉSULTAT AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES

en millions de francs



C'est en 1982 que le Groupe a affirmé son ambition de développement dans le secteur sans alcool à l'étranger, en prenant le contrôle de

SIAS-PMA, déjà leader mondial des préparations de fruits pour l'industrie alimentaire.

Cette société qui dispose de filiales en France, en Allemagne, en Grande-Bretagne, aux États-Unis, en Australie et au Mexique, réalise 75% de son chiffre d'affaires hors de France.

Le renfort d'Ingredient Systems Divisions en 1988, une entreprise américaine spécialisée dans le même secteur, lui a permis d'accroître ses moyens de production et de recherche.

En 1985, le Groupe créait Orangina International, afin de lancer la marque hors de l'hexagone. Déjà la Compagnie Française des Produits Orangina avait implanté la petite bouteille ronde, notamment dans les Départements et Territoires

français d'Outre-Mer, et en Afrique francophone, Maroc, Tunisie, Côte-d'Ivoire, Cameroun, Gabon, etc.

L'objectif fixé à la nouvelle structure Orangina est d'accélérer ce développement sur les marchés étrangers, en Europe, en Amérique du Nord et en Asie.

En Amérique du Nord, Orangina bénéficie des structures commerciales de Yoo-Hoo, la boisson chocolatée d'Austin Nichols. Quatre unités principales assurent la production sur le territoire nord américain.

L'Europe est l'autre grand axe de développement d'Orangina, avec pour priorité de couvrir les marchés de la Grande-Bretagne, l'Irlande, la Suède, la Belgique, la Suisse et l'Italie.

Orangina est enfin présent sur



des marchés beaucoup plus éloignés. Dans le Sud-Est asiatique, par le biais d'une structure commerciale basée à Singapour: depuis 1987, une unité d'embouteillage fonctionne en Malaisie, et approvisionne en Orangina la Malaisie, l'Indonésie, Singapour et Taïwan et Hong Kong.

Dans tous ces pays, Orangina s'est associé avec des partenaires dans le cadre d'une politique de franchise de la marque.

Enfin, rappelons que Pernod Ricard contrôle le premier producteur italien de matières aromatiques destinées à l'industrie alimentaire, la société San Giorgio, qui travaille désormais en étroite collaboration avec le Centre de Recherche du Groupe, lequel est implanté à Créteil, près de Paris.

L'ANNÉE 1990

Orangina a encore développé ses ventes à l'étranger en 1990. En Europe, aussi bien sur les marchés déjà installés, comme le Royaume-Uni, la Belgique, la Suisse et la Suède, que sur les marchés en développement, la hausse est très sensible.

Les marchés du Sud-Est asiatique sont également en progression et comptent un nouvel arrivant avec Taïwan.

Sur le marché américain, Yoo-Hoo la boisson chocolatée d'Austin Nichols semble tirer le meilleur parti de sa longue présence sur le marché.

Les performances du secteur sans alcool sont confortées par la constance et la solidité du développement de SIAS-PMA. Le leader

mondial des préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire a réalisé 75 % de son chiffre d'affaires hors de France.

PERSPECTIVES 1991

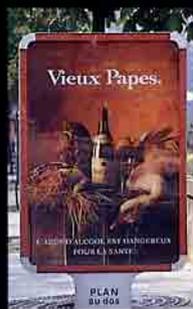
A terme, la part du secteur sans alcool devrait poursuivre sa croissance qui repose principalement sur le développement d'Orangina et de SIAS-MPA. La montée en puissance d'Orangina devrait en effet logiquement se poursuivre sur l'exercice 1991, notamment en Europe. SIAS-MPA a dès à présent ouvert deux nouvelles unités de production, en Corée du Sud et au Mexique et continue sa politique active de développement en accompagnant ses grands clients sur leurs nouveaux marchés.



La communication tient une place privilégiée au sein du Groupe Pernod Ricard. Elle y est considérée comme un investissement et non une dépense; investissement destiné à augmenter le capital de notoriété et d'image de ses marques auprès de leurs consommateurs actuels et futurs.



Une marque est considérée chez Pernod Ricard comme une personnalité qu'il faut pouvoir distinguer des autres (par le graphisme et les signes distinctifs), que l'on doit préserver



du vieillissement (par des innovations de produits ou d'emballages), dont il faut soigner l'expression (par la publicité) et dont il faut organiser les sorties (par le parrainage). Le tout en fonction des publics qu'elle doit séduire

sans jamais les lasser.

Le zeste d'orange d'Orangina, le "goût inimitable" de Suze, le "Sinon rien" de Ricard, la plongeuse de Pacific sont autant de signes définitivement attribués et reconnus par les consommateurs. Et que dire de la fameuse charade Dubonnet qui se transmet au fil des générations!



Autre devoir des marques: être là où se trouvent leurs consommateurs. Comme Pacific, sponsor de la



Fédération Française de Natation, Banga, parrain d'une émission TV pour enfants, Orangina qui danse de la Lambada à la Soca et aligne les tubes de l'été et les

premières places du Top 50...

Ce capital de communication, savamment entretenu et décliné dans le monde entier, est construit patiemment pour faire des marques la richesse la plus durable de Pernod Ricard.



L E C A P I T A L



En 1990, de nouvelles sociétés intégrées au Groupe Pernod Ricard sont consolidées dans le bilan social.

En France :

- Agruma, filiale de JFA Pampryl,
- Castillon Renault, filiale de Ricard,
- Alexis Lichine et Pasquier Desvigne (intégrées à la SVF),
- L'Igloo (filiale d'Orangina).

A l'étranger :

- en Australie: Wyndham, filiale d'Orlando Wines,
- en Espagne: Capel, filiale de la SVF.

Il faut signaler à l'inverse que la société Besserat de Bellefont, qui ne fait plus partie du Groupe, ne figure plus dans le bilan social.

Par ailleurs, Cusenier SAIC (Argentine) a été retirée également, bien que faisant toujours partie du Groupe, parce qu'elle n'est pas consolidée.

Au 31 décembre 1990, les effectifs du Groupe sont de 11 025 dont 6 650 en France et 4 375 à l'étranger.

A cela se rajoutent cependant les effectifs de diverses sociétés non intégrées au bilan social: FIR (Ricard); La Duchesse, Sacca SNC (Pernod); Cusenier SAIC, SIAS Mexique, Prasia (Singapour), Casella (Hong Kong).

L'effectif total du Groupe devrait donc s'élever à 11 367.

ACTION SOCIALE ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Le Groupe poursuit sa politique de progrès social et d'aménagement des conditions de travail.

On peut signaler notamment :

- la mise en place ou le renouvellement d'accords d'intéressement chez Cusenier, SVF, MBO,
- la mise en place d'un système de management de la performance des cadres chez Ricard,
- un accord sur les classifications à la MBO,
- l'amélioration des systèmes de retraite chez JFA Pampryl et chez Irish Distillers,
- la revalorisation des bas salaires, en particulier chez Cusenier,
- la réduction du temps de travail chez Irish Distillers.

En ce qui concerne les conditions de travail, signalons la transformation de l'usine de Valence chez SIAS France, le changement de siège social

pour CSR et Orlando, la mise en place d'une nouvelle ligne d'embouteillage chez Bushmill et le réaménagement des locaux en particulier chez SVF et Pernod Ricard.

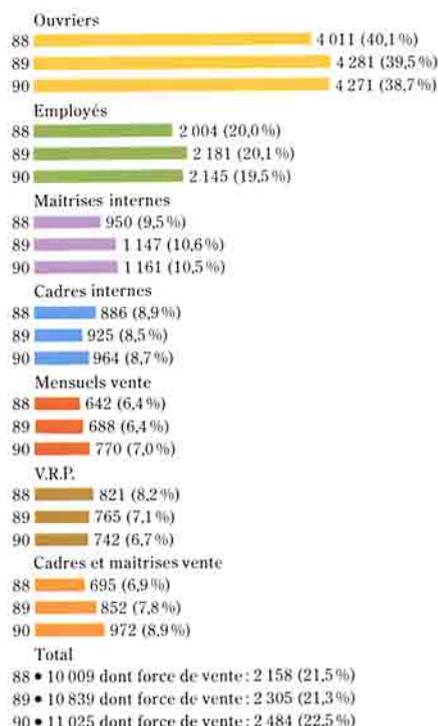
La Gestion des Ressources Humaines demeure un axe important de notre politique. Elle permet de faire évoluer les collaborateurs tant à l'intérieur de chaque filiale que d'une filiale à l'autre en tirant le meilleur parti des richesses humaines du Groupe.

INFORMATION ET RENCONTRES AU SEIN DU GROUPE

L'année 1990 a été marquée par la réalisation d'un important Congrès à l'occasion du 15^e anniversaire de la création du Groupe. Celui-ci s'est déroulé au CNIT à La Défense, en présence des principaux cadres de toutes les filiales (plus de 500 participants).

Ce fut l'occasion de dresser un bilan des 15 ans, de développer les orienta-

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR CATÉGORIE



AGE



tions de la stratégie, d'explorer quelques axes de développement : les spiritueux, le sans alcool, l'internationalisation, le vin, et enfin de traiter des nouveaux défis posés par l'évolution des consommateurs et celle des modes de distribution.

Par ailleurs, de nombreux voyages de connaissance du Groupe ont été organisés. Signalons en particulier le déplacement des collaborateurs de Campbell et d'IGM en France et de Ricard en Ecosse.

LE BILAN SOCIAL CONSOLIDÉ

Le périmètre de consolidation de ce bilan est identique à celui du bilan financier.

Cependant, pour les éléments de rémunération, seules les filiales françaises sont consolidées.

Les statistiques de 1988 et 1989 correspondent au Groupe tel qu'il était. Les comparaisons ne portent donc pas sur un périmètre constant.

LES EFFECTIFS

En 1990, l'effectif est en hausse de 186 personnes.

En fait, le Groupe s'est accru par l'arrivée de nouvelles filiales de plus de 600 personnes, mais diverses opérations de réductions d'effectifs accompagnées de Plans Sociaux d'une part, et la sortie de notre périmètre de Besserat de Bellefont d'autre part, atténuent cette croissance.

Au niveau structurel, il faut noter une baisse du personnel de production liée à l'automatisation, et un renforcement du personnel commercial.

AGE ET ANCIENNETÉ

L'âge moyen du Groupe est de 39 ans.

La part des moins de 25 ans est passée de 8,3% en 1989 à 9,1% en 1990.

L'ancienneté moyenne a légèrement diminué, et le nombre des moins de 5 ans d'ancienneté est passé de 28,8% en 1989 à 31,9% en 1990, ce qui s'explique en grande partie par la croissance des effectifs de la force de vente.

RÉMUNÉRATION

Rappelons que les chiffres sont ceux des sociétés françaises uniquement.

AGE MOYEN ET ANCIENNETÉ MOYENNE PAR CATÉGORIE

| CATÉGORIE | | AGE MOYEN | ANCIENNETÉ MOYENNE |
|---------------------------|------|----------------|--------------------|
| OUVRIERS | 1988 | 39 ans 11 mois | 11 ans 10 mois |
| | 1989 | 38 ans 9 mois | 11 ans 3 mois |
| | 1990 | 39 ans 2 mois | 11 ans |
| EMPLOYÉS | 1988 | 36 ans 5 mois | 11 ans 3 mois |
| | 1989 | 37 ans 9 mois | 11 ans 3 mois |
| | 1990 | 37 ans 2 mois | 11 ans 2 mois |
| MAITRISES INTERNES | 1988 | 41 ans 6 mois | 14 ans 6 mois |
| | 1989 | 40 ans 9 mois | 14 ans 6 mois |
| | 1990 | 40 ans 10 mois | 13 ans 10 mois |
| CADRES INTERNES | 1988 | 42 ans 10 mois | 14 ans 3 mois |
| | 1989 | 43 ans | 13 ans 10 mois |
| | 1990 | 42 ans 6 mois | 12 ans 7 mois |
| MENSUELS VENTE | 1988 | 32 ans | 4 ans 6 mois |
| | 1989 | 31 ans 8 mois | 5 ans 4 mois |
| | 1990 | 31 ans 2 mois | 4 ans 8 mois |
| V.R.P. | 1988 | 40 ans 3 mois | 11 ans 3 mois |
| | 1989 | 40 ans 10 mois | 10 ans 10 mois |
| | 1990 | 40 ans 5 mois | 10 ans 5 mois |
| CADRES ET MAITRISES VENTE | 1988 | 42 ans 7 mois | 14 ans 3 mois |
| | 1989 | 42 ans 1 mois | 12 ans 10 mois |
| | 1990 | 41 ans 7 mois | 11 ans 8 mois |
| TOTAL | 1988 | 39 ans 4 mois | 10 ans 2 mois |
| | 1989 | 39 ans 1 mois | 11 ans 5 mois |
| | 1990 | 39 ans | 11 ans |

(suite du bilan social en page 32)

ANCIENNETÉ



L'histoire du groupe Pernod Ricard n'est pas seulement celle d'une réussite économique, elle est aussi faite d'hommes, de terre, d'eau et d'images. Dans sa démarche de mécénat, Pernod Ricard valorise ces composantes essentielles de sa culture et de son patrimoine d'entreprise.

Commercialisant des produits de bien-être et d'échanges entre les hommes, Pernod Ricard est par vocation une



entreprise de terrain. C'est sur le terrain qu'elle exprime concrètement sa solidarité : en contribuant à l'équipement de l'hôpital américain de Neuilly, en soutenant avec Orangina une campagne de vaccination en Côte d'Ivoire ou en participant au financement



d'une unité médico-chirurgicale de premier secours pour Médecins sans Frontières.

L'eau, élément constitutif de toute boisson, est une richesse qu'il convient de sauvegarder. En contribuant à la découverte de nouvelles réserves d'eau douce avec le spéléonaute Francis Le Guen et "Planète bleue", le Groupe entend prendre sa part de l'effort international qui doit être mené dans ce domaine.

La terre, qui donne à Pernod Ricard plus de 2 millions de tonnes de fruits et plantes chaque année, fait aussi l'objet des attentions du



Groupe : au sein de ses laboratoires d'agronomie ainsi que dans la campagne conduite par Ricard pour la protection de la forêt méditerranéenne.

Paul Ricard, en fondant l'Institut Océanographique qui porte son nom avait fait œuvre de visionnaire et



montré la voie en initiant des recherches importantes dans le domaine de la sauvegarde du patrimoine marin.

Pernod Ricard a fondé son succès sur l'image de ses marques à laquelle se sont associés de nombreux artistes. Son intérêt pour les créateurs s'exprime aujourd'hui dans le mécénat des peintres contemporains (Pernod et cognac Renault) et dans celui des images de synthèse à travers la Bourse de la Création Ricard.



S H O M M E S E T D E S I M A G E S



Il n'est pas valable, en effet, de cumuler des rémunérations correspondant à des pays différents (problèmes de parités, d'écarts de niveau de vie, ...).

En 1990, il y a eu un glissement significatif au sein du personnel commercial: évolution des mensuels de vente vers le métier de V.R.P., des V.R.P. vers le statut de cadre d'une part, et d'autre part, embauche de jeunes commerciaux et départ à la retraite de nombreux anciens.

Le salaire moyen des mensuels de vente et des V.R.P. correspond donc à un personnel renouvelé et rajeuni.

LA FORMATION

Les dépenses de formation sont en progression et atteignent près de 31 millions de francs, soit 2,08% de la masse salariale.

L'effort porte notamment sur le personnel commercial itinérant.

Les actions de formation à la langue

française se poursuivent dans les filiales étrangères.

La formation au métier des prépa-

rations aux fruits chez SIAS France s'est développée avec succès auprès de 230 collaborateurs.

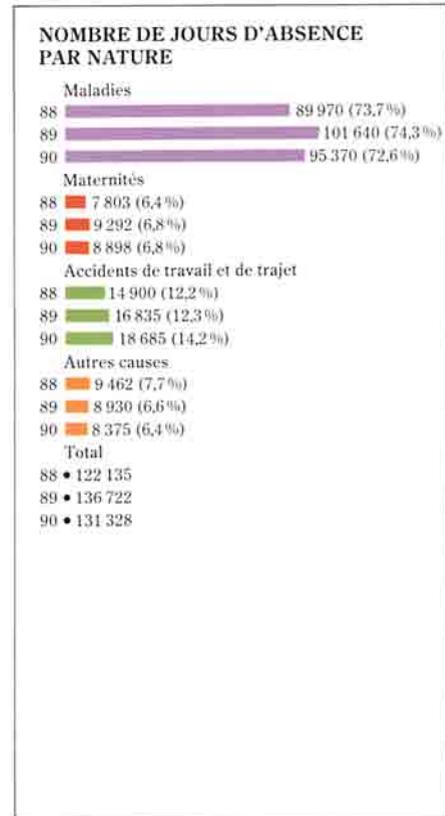
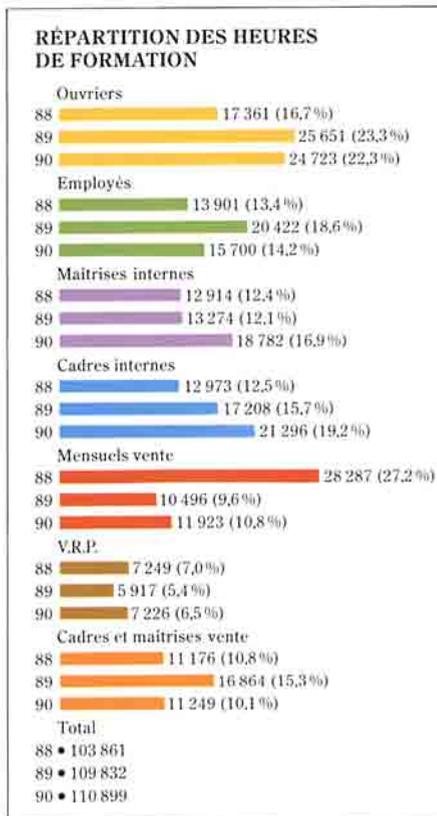
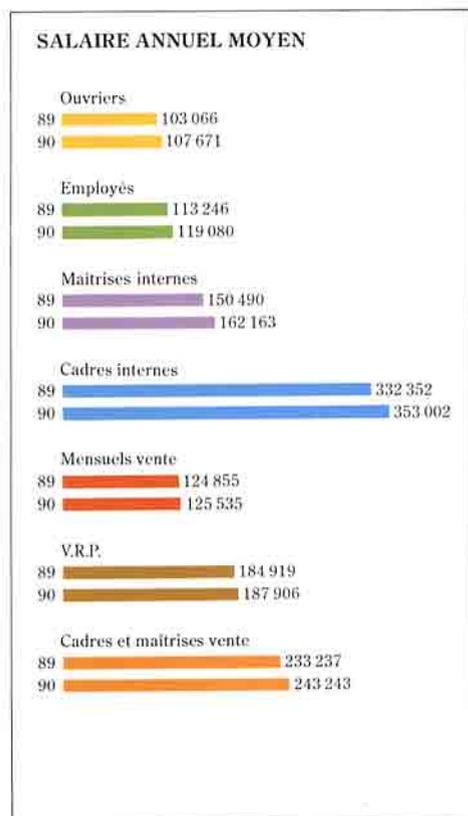
| FORMATION | 1988 | | 1989 | | 1990 | |
|---|----------|------|----------|------|----------|------|
| | nombre | % | nombre | % | nombre | % |
| Nombre d'heures % du temps travail | 103863 | 0,54 | 109832 | 0,53 | 110899 | 0,64 |
| Nombre de bénéficiaires % de l'effectif total | 2862 | 28,6 | 3217 | 29,7 | 3854 | 39,7 |
| Nombre d'heures par bénéficiaire | 36h20 | | 34h10 | | 28h48 | |
| Dépenses % de la masse salariale | 26340025 | 1,95 | 27557860 | 1,93 | 30989736 | 2,08 |

L'ABSENTÉISME MALADIE ET LES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Le nombre de jours total d'absence diminue, ainsi que celui des absences pour maladie.

Par contre, celui des absences pour accident du travail et de trajet a augmenté. Une action préventive dans ce domaine est en cours.

| ACCIDENTS DU TRAVAIL ET DE TRAJET | 1988 | 1989 | 1990 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|
| TAUX DE FRÉQUENCE | 38,08 | 34,89 | 42,17 |
| Nombre d'accidents | | | |
| Million d'heures de travail | | | |
| Nombre d'accidents avec arrêt | 707 | 728 | 856 |
| TAUX DE GRAVITÉ | 0,80 | 0,81 | 0,91 |
| Nombre de jours d'arrêt | | | |
| Mille heures de travail | | | |
| Nombre de jours d'arrêt | 14787 | 16835 | 18685 |



RAPPORT ANNUEL



Groupe Pernod Ricard

Assemblée Générale Ordinaire
du 16 mai 1991

Exercice 1990

SOMMAIRE

| | |
|---------------------------------------|----|
| Rapport de Gestion | 34 |
| Comptes consolidés | 39 |
| Rapport des Commissaires aux Comptes | 52 |
| Comptes sociaux | 53 |
| Rapports des Commissaires aux Comptes | 65 |
| Résolutions | 67 |

Président Honoraire
Monsieur Paul Ricard

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président du Conseil
Monsieur Patrick Ricard

Administrateurs
Monsieur Jean-Claude Beton
Monsieur Bernard Cambournac
Monsieur Bernard Foussier
Monsieur Albert Frère
Monsieur François Gérard
Madame Françoise Hémar
Monsieur Thierry Jacquillat
Madame Danièle Ricard
Monsieur Arthur Veil Picard

Société Paul Ricard
Représentant permanent :
Madame Béatrice Baudinet

DIRECTION GÉNÉRALE

Président-Directeur Général
Monsieur Patrick Ricard

Directeur Général
Monsieur Thierry Jacquillat

COMMISSAIRES AUX COMPTES

Monsieur Jean Delquié
Société d'Expertise Comptable
A. et L. Genot
Cabinet Robert Mazars
Commissaires suppléants
Société d'Études Économiques
et d'Expertise Comptable
Monsieur José Murette

Conformément à la loi et à nos statuts, nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire pour vous rendre compte de l'activité de votre Société et de ses filiales au cours de l'exercice 1990 et pour soumettre à votre approbation les comptes arrêtés au 31 décembre 1990.

En 1990, la politique de croissance externe a été très active, comme en témoignent les différentes opérations menées par Pernod Ricard et ses filiales :

- Acquisition par Orlando Wines de la société australienne Wyndham Estates qui lui a permis d'augmenter sa couverture géographique et de faire évoluer sa gamme vers les vins de qualité supérieure;
- Prise de contrôle par la SEGM de la société hollandaise Kerstens au travers de sa filiale Coymans et de la société grecque Lizas & Lizas, dans le but de renforcer et compléter l'implantation du Groupe en Europe. En fin d'année 1990, la SEGM a acquis Casella Far East Ltd, société de distribution de spiritueux installée à Hong Kong;
- Achat par Ricard de la société de cognac Castillon Renault dont le produit leader, Renault Carte Noire Extra, a une présence particulièrement forte en Europe du Nord;
- Acquisition par la Société des Vins de France des sociétés Alexis Lichine et Pasquier Desvignes qui sont venues renforcer sa politique de repositionnement sur les vins de qualité supérieure;
- Achat par JFA Pampryl de la société SIB Agruma qui détient une part importante du marché des concentrés pour boissons à base de fruits.

Par ailleurs, Pernod Ricard a créé au Japon sa propre filiale de distribution Pernod Ricard Japan.

En septembre 1990, Pernod Ricard décidait de céder Besserat de Bellefon dont la taille était insuffisante pour lui permettre de jouer un rôle significatif sur le marché du champagne. De plus, le contexte de hausse de prix du champagne a permis de réaliser cette opération à des conditions particulièrement attractives.

La part du Groupe dans le résultat net consolidé, qui inclut la plus-value exceptionnelle réalisée à l'occasion de la cession de Besserat de Bellefon, s'est établie à 1103 millions de francs. Il faut noter que le résultat net 1989 s'était élevé à 1451 millions de francs avec un profit exceptionnel sur la cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses. Hors plus-values sur la cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses en 1989 et de Besserat de Bellefon en 1990, la part du Groupe a progressé en passant de 780 millions de francs à 891 millions de francs, soit une augmentation de 14,2 %, grâce aux bonnes performances commerciales de nos marques et en dépit, d'une part, des difficultés rencontrées par nos activités australiennes et d'autre part, de l'impact ponctuel de la déconsolidation de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses.

GROUPE PERNOD RICARD

RÉSULTATS COMMERCIAUX EN FRANCE

Sur un marché des spiritueux en légère croissance, les marques commercialisées par Pernod Ricard ont connu une année globalement satisfaisante. Les expéditions de spiritueux anisés ont augmenté de 1% grâce, en particulier, aux très bonnes performances de Ricard qui a gagné des parts de marché en 1990. Sur un segment de marché stable, les volumes de Suze ont légèrement baissé.

La consommation des whiskies est restée dynamique en 1990. Nos ventes ont augmenté de près de 2%, les excellentes performances des whiskies irlandais (Jameson, Bushmills, Tullamore Dew), du single malt Aberlour et du bourbon Wild Turkey ayant compensé l'impact du retrait de la commercialisation dans les grandes surfaces de certaines marques non prioritaires. Les expéditions de Clan Campbell ont légèrement augmenté en 1990 après une fin d'année 1989 exceptionnellement forte provoquée par une hausse de tarif.

Après plusieurs années de baisse, les ventes d'apéritifs à base de vin se sont stabilisées sous l'impulsion d'Ambassadeur, Dubonnet et Cinzano, alors que les vins doux naturels et les portos subissaient la tendance négative de leur marché.

Sur le marché des vins effervescents, Blanc de Fruits, déclinaison aromatisée à faible degré alcoolique de Café de Paris lancée en 1989, continuait sa progression alors que la banalisation du secteur des vins effervescents à la pêche pesait sur les expéditions de Carlton.

Sur un marché du vin en légère baisse, le redéploiement de la Société des Vins de France vers les vins de qualité a porté ses fruits avec les bonnes performances réalisées par la gamme "Classiques" de vins AOC et par l'activité vins fins de Crus et Domaine de France renforcée par l'acquisition de la Société Alexis Lichine. Ceci n'a néanmoins pas encore permis de compenser la perte des volumes sur les vins de table, expliquant la baisse globale des expéditions de la Société des Vins de France.

Le marché des boissons sans alcool a connu de nouveau une forte croissance d'autant plus que les conditions climatiques ont été favorables.

C'est ainsi que les ventes d'Orangina ont progressé fortement avec, en particulier, le très fort développement d'Orangina Light. Les excellentes performances de Brut de Pomme ont été confirmées en 1990 avec une augmentation des volumes très supérieure à celle du marché, alors que les expéditions de Banga et Pampryl se sont maintenues en 1990.

Les volumes de cidre commercialisés par le Groupe Pernod Ricard ont baissé en 1990, l'instauration d'une cotisation interpro-

fessionnelle au 1^{er} janvier 1990 destinée à alimenter le budget de la campagne collective, ayant entraîné une augmentation des prix de vente à cette date et, en conséquence, un surstockage chez nos clients en décembre 1989.

Enfin, les volumes de préparation aux fruits commercialisés par SIAS-MPA ont poursuivi leur croissance en 1990.

RÉSULTATS COMMERCIAUX À L'ÉTRANGER

Sur le marché des spiritueux, l'année 1990 a confirmé les excellentes performances de Jameson, Bushmills et Wild Turkey, en particulier en Europe. Comme pour les années précédentes, Ricard et Pastis 51 ont de nouveau souffert de la réduction des achats réalisés aux frontières du fait de l'harmonisation des droits de consommation en Italie et en Espagne avec la moyenne européenne.

Avec une progression de 5%, Bisquit a connu une bonne année 1990, notamment à Hong Kong et en Belgique.

Les efforts de Crus et Domaine de France se sont concrétisés par une augmentation de près de 20% des volumes commercialisés. Les ventes du Groupe Orlando Wyndham ont progressé en 1990 grâce aux exportations.

Les boissons et produits sans alcool se sont fortement développés en 1990, Orangina enregistrant des taux de progression significatifs au Royaume-Uni et en Belgique qui compensent largement la baisse des volumes en Arabie Saoudite consécutive à un environnement économique et politique plus difficile. Aux États-Unis, Orangina a continué à se développer dans le Nord-Est, alors que Yoo-Hoo voyait ses expéditions progresser fortement. Les tonnages commercialisés par les filiales de SIAS-MPA ont baissé aux États-Unis et ont poursuivi leur développement ailleurs en Europe, au Mexique et en Australie.

RÉSULTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

En 1990, le périmètre de consolidation a été sensiblement modifié par l'incorporation des sociétés Wyndham Estates, Kerstens, Lizas & Lizas, Castillon Renault, Tinville, Agruma, Alexis Lichine, Pasquier Desvignes, l'Igloo. A l'inverse, Besserat de Bellefon, cédée en septembre 1990, a été déconsolidée depuis le 1^{er} janvier 1990.

Le chiffre d'affaires hors taxes consolidé s'est établi à 16,8 milliards de francs, en progression de 0,8%, et le chiffre d'affaires hors droits et taxes à 14,7 milliards de francs, en hausse de 2,9%. La croissance du chiffre d'affaires, de 6,1% à périmètre comparable et hors effet devises, a été affecté négativement par l'effet de la variation des devises (-2,5%) et, dans une très faible mesure, par les changements de périmètre de consolidation (-0,7%).

La marge brute consolidée s'est élevée à 8,1 milliards de francs, en progression de 3%, le taux de marge brute se maintenant à 55,5% d'une année sur l'autre.

Les services extérieurs, d'un montant de 3,1 milliards de francs, ont augmenté de 3% en 1990. Ce poste comprend l'ensemble des travaux assurés par des tiers, et en particulier les dépenses publicitaires. A périmètre comparable, ces dépenses seraient restées stables, la poursuite des efforts de soutien de nos marques ayant été compensée par l'impact de la baisse du dollar et la compression des charges décidée par Orlando Wines pour faire face à un environnement économique défavorable.

Les frais de personnel qui se sont établis à 2,4 milliards de francs, ont progressé de 1,6% et de 2% à périmètre comparable. Cette faible évolution est le résultat des efforts de productivité poursuivis par le Groupe Pernod Ricard en 1990.

Le résultat avant opérations financières s'élève à 2 milliards de francs, en progression de 4,9%. Sa répartition qui figure en annexe aux comptes consolidés, met en évidence les éléments suivants :

- progression de 8,8% du résultat avant opérations financières du secteur Vins et spiritueux France, grâce notamment aux très bonnes performances de la société Ricard ;
- augmentation du chiffre d'affaires hors droits et taxes de 18,3% et du résultat avant opérations financières de 11,6% réalisés par l'activité Vins et spiritueux étranger, ce qui reflète le bon comportement de la gamme des whiskies du Groupe malgré un effet de change défavorable ;
- baisse de 12,7% du résultat avant opérations financières des Boissons et produits sans alcool en France, qui passe de 354,6 millions de francs à 309,6 millions de francs en 1990. Ceci s'explique par la déconsolidation de SPBG dont la perte de contribution n'a pas été totalement compensée par la forte croissance interne de nos marques, les produits financiers générés par la cession de la SPBG étant pris en compte par ailleurs ;
- croissance de 2,6% du résultat des Boissons et produits sans alcool à l'étranger, l'évolution favorable de l'activité "cash and carry" d'Irish Distillers, d'Orangina, de Yoo Hoo et de SIAS-MPA étant en partie absorbée par l'impact négatif du dollar.

L'augmentation des frais financiers nets de 13,2% à 561,5 millions de francs résulte de l'impact du financement des sociétés acquises en 1990, ainsi que des intérêts que celles-ci ont supportés sur leur exploitation propre. Hors cet élément, les frais financiers auraient diminué de 12% par suite de la cession de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses et de Besserat de Bellefon. Par ailleurs, la structure financière du Groupe s'est améliorée comme l'illustre l'évolution de 102% à 89% du ratio d'endettement net sur les capitaux propres.

Enfin, le résultat courant a progressé de 2,1% pour s'établir à 1474 millions de francs. Il faut noter que cette évolution a été négativement affectée par l'impact ponctuel de la sortie du périmètre de consolidation de la Société Parisienne des Boissons Gazeuses

et par les difficultés rencontrées par Orlando Wines en Australie. En effet, la récession économique extrêmement forte qu'a connue l'Australie en 1990 a entraîné une guerre des prix au moment où le prix de revient des vins augmentait sensiblement, ce dont s'est vivement senti le résultat de notre filiale.

Les éléments exceptionnels ont représenté un profit net de 216 millions de francs en 1990. Ceux-ci incluent les plus-values réalisées sur la cession de Besserat de Bellefon ainsi que sur la vente de divers actifs hors exploitation. Les charges exceptionnelles, d'un montant de 62 millions de francs, sont constituées de provisions et charges de restructuration, essentiellement à la Société des Vins de France, ainsi que des provisions pour dépréciation des créances sur Codec et de notre participation dans la société saoudienne Remaco. Ces charges sont partiellement compensées par une reprise d'impôts différés devenus sans objet.

Le résultat net consolidé, avant amortissement des survaleurs, s'est établi à 1163 millions de francs, la baisse de celui-ci s'expliquant par la plus-value réalisée en 1989 sur la cession de SPBG. Hors impact de la plus-value réalisée en 1990 sur Besserat de Bellefon, le taux d'impôt aurait été de 33,5% en raison de la fiscalité moins lourde de certaines filiales étrangères du Groupe. La baisse du résultat de Heublein Brazil, qui avait connu un niveau exceptionnellement élevé en 1989, explique l'évolution du résultat des sociétés mises en équivalence.

Après amortissement des survaleurs, en progression par suite des acquisitions de l'exercice, le résultat net consolidé s'établit à 1120 millions de francs, et la part du Groupe à 1103 millions de francs. Hors plus-value sur les cessions de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses en 1989 et de Besserat de Bellefon en 1990, la part du Groupe dans le résultat net a augmenté de 14,2%.

RELATIONS HUMAINES

Au 31 décembre 1990, les effectifs du Groupe Pernod Ricard étaient de 11025 personnes, dont 4375 à l'étranger.

Les efforts ont porté sur la poursuite de la politique d'intéressement et de la motivation du personnel, l'amélioration des systèmes de retraite de certaines de nos sociétés et la revalorisation des bas salaires.

Au cours de l'année 1990, 6901 actions ont été acquises dans le cadre des plans d'option d'achats d'actions institués respectivement en 1986 et 1988. A la suite de l'attribution gratuite d'une action pour cinq décidée en février 1990, le nombre d'actions offertes dans le cadre des plans d'option instaurés en 1986, 1988 et 1989 a été augmenté de 20% alors que le prix d'achat était réduit d'autant.

PERNOD RICARD SOCIÉTÉ

Pernod Ricard, Société-Mère du Groupe a pour rôle essentiel d'assurer les missions d'intérêt général et de coordination dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication. Pernod Ricard a par ailleurs concédé à certaines de ses filiales l'exploitation des marques dont elle est propriétaire.

Les produits d'exploitation, qui incluent les redevances perçues au titre des marques appartenant à Pernod Ricard, se sont élevés à 254 millions de francs en 1990. La baisse de ce poste résulte d'une modification de la facturation de Brut de Pomme dont seules les redevances sont désormais perçues par Pernod Ricard.

Les charges d'exploitation se sont établies à 227 millions de francs, en réduction de 14,6 millions de francs en 1989. L'augmentation des loyers de crédit-bail, qui ont couru sur douze mois en 1990 contre six mois en 1989, et des efforts de recherche et développement, a été compensée par la baisse des achats de marchandises par suite du changement de mode de facturation de Brut de Pomme.

Le résultat financier s'est élevé à 297,4 millions de francs. La réduction de celui-ci est essentiellement expliquée par la perception en 1989 de dividendes de la Société Parisienne de Boissons Gazeuses avant la cession de celle-ci. Par ailleurs, nous avons repris une partie de la provision pour dépréciation des titres JFA Pampryl, pour 29,2 millions de francs.

Le résultat exceptionnel, d'un montant net de 295,4 millions de francs, inclut la plus-value réalisée sur la cession des actions Besserat de Bellefon pour 323,6 millions de francs. Malgré un cours de bourse inférieur au prix de revient au mois de décembre 1990, les titres Suez détenus par Pernod Ricard, de même que les titres Société Générale acquis par Santa Lina, n'ont pas été dépréciés. En effet, ces titres de participation ont été acquis dans le cadre de nos liens avec ces deux établissements financiers; par ailleurs, la chute de leur cours de bourse résulte de circonstances exceptionnelles qui ont été maintenant en grande partie corrigées et l'actif net réévalué de ces participations reste supérieur à leur prix de revient. Enfin, une provision de 64,6 millions de francs a été constituée pour prendre en compte notamment l'impact de la dépréciation du dollar australien sur le prix de revient de l'acquisition d'Orlando Wines.

Au cours de l'exercice 1990, votre Société a exercé les bons de souscription d'action Suez qu'elle détenait pour acquérir

252 130 actions au prix unitaire de F260 et a opté pour la perception du dividende Suez sous forme d'actions. Par ailleurs, Pernod Ricard a cédé à sa filiale Ricard sa participation dans Castillon Renault qu'elle avait prise en août 1990 et a acquis auprès de sa filiale Austin Nichols 30% du capital de Heublein Brazil.

Après effet de l'impôt sur les sociétés, le bénéfice net de l'exercice s'est établi à 628,4 millions de francs.

PERSPECTIVES D'AVENIR

En ce début d'année 1991, la crise du Golfe et le ralentissement économique observé au niveau mondial entraînent une incertitude sur l'évolution des différents marchés sur lesquels intervient le Groupe Pernod Ricard, sans qu'il soit encore possible d'en apprécier les impacts négatifs éventuels.

En France, les ventes de spiritueux devraient continuer à croître grâce à la poursuite du développement des spiritueux anisés et des whiskies commercialisés par le Groupe. Sur un marché du vin de table probablement encore en baisse, la Société des Vins de France bénéficiera de la réduction du prix de revient des vins et des effets de son recentrage sur le milieu et haut de gamme.

Les ventes de boissons et produits sans alcool poursuivront sans doute leur croissance en 1991, en dépit de conditions climatiques encore inconnues et de la baisse de la fréquentation des cafés, hôtels et restaurants qui a été ressentie en ce début d'année.

A l'étranger, la croissance du bourbon Wild Turkey, des whiskies Aberlour et Clan Campbell et des Irish whiskeys Jameson et Bushmills devrait se poursuivre. En Australie, la volonté des sociétés du secteur de restaurer leur marge par une augmentation des prix de vente accompagnée d'une baisse du prix de revient des vins favorisera le retour du Groupe Orlando Wines à des résultats bénéficiaires.

Les efforts d'implantation internationale d'Orangina seront poursuivis, en particulier en Europe, ainsi que le développement de SIAS-MPA sur les marchés étrangers.

Ces perspectives, liées à un contrôle rigoureux des charges d'exploitation, permettent d'envisager une croissance satisfaisante du résultat net consolidé en 1991, par rapport au résultat du dernier exercice hors plus-value sur Besserat de Bellefon.

AFFECTATION DES RÉSULTATS

Les comptes 1990 sont annexés au présent rapport, nous les soumettons à votre approbation.

Nous vous proposons de fixer à F 30,00 par action le montant du dividende correspondant à une augmentation de 13,2% de celui-ci. L'affectation des résultats qui vous est soumise est la suivante:

| | |
|--|-------------------------|
| Résultat bénéficiaire de l'exercice | F 628 471 676,72 |
| Report à nouveau créditeur | F 340 209 721,78 |
| Montant distribuable | F 968 681 398,50 |
| • dotation à la réserve légale prélevée sur les plus-values à long-terme | F 11 542 960,00 |
| • dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme | F 241 793 929,00 |
| • somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende, une somme égale à 6% du capital social, soit | F 56 386 660,80 |
| • somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire la somme de | F 296 029 969,20 |
| • le solde étant reporté à nouveau, soit | F 362 927 879,50 |
| Montant réparti | F 968 681 398,50 |

Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'options d'achat d'actions, seront déduits du dividende global et seront affectés au compte "Report à Nouveau".

Si vous approuvez ce projet d'affectation, le dividende global rapporté à une action sera de F 45,00

| | |
|------------------------------------|---------|
| • Dividende distribué | F 30,00 |
| • Impôt déjà payé au Trésor Public | F 15,00 |

Nous vous demandons de fixer au mardi 21 mai 1991 la date de mise en paiement du dividende, sous déduction de l'acompte de F 13,50 versé le 14 janvier 1991.

Conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code Général des Impôts, nous vous rappelons 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 |
|-----------|------------------|-------------|--------------|---------------|
| 1987 | 9 789 351 | F 23,00 | F 11,50 | F 34,50 |
| 1988 | 9 789 351 | F 26,50 | F 13,25 | F 39,75 |
| 1989 | 11 747 221 | F 26,50 | F 13,25 | F 39,75 |

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Nous vous demandons de bien vouloir donner quitus à votre Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1990.

Nous vous proposons de réélire, en qualité d'Administrateur, la Société Paul Ricard dont le mandat arrive à échéance avec la présente Assemblée et de bien vouloir ratifier la cooptation, en qualité d'Administrateurs, de Messieurs Albert Frère et Bernard Foussier en remplacement respectivement de Messieurs Laporte Bisquit et Claude Foussier qui ont démissionné de leur fonction.

En mai 1990, vous avez autorisé le Conseil d'Administration, qui n'a pas utilisé cette faculté, à acheter les actions de votre Société en vue de la régularisation de leur cours. Nous vous demandons de bien vouloir renouveler cette autorisation, étant entendu que le prix maximal d'achat serait F 1500 et le prix minimal de vente de ces actions de F 1000 par action et ce, pour une période de 18 mois à compter de la présente Assemblée.

Votre Conseil vous propose de porter de F 1706 000 à F 1768 000 le montant des jetons de présence à compter de l'exercice 1991, étant précisé que cette charge supplémentaire ne sera pas, selon toute vraisemblance, admise en déduction du bénéfice fiscal de la Société.

Enfin, nous vous informons que la Société Paul Ricard et la Société SIFA détiennent respectivement plus de 10% et plus de 5% du capital de votre Société. Les actions de Pernod Ricard détenues par ses filiales et sous filiales représentaient 0,80% du capital de Pernod Ricard au 31 décembre 1990.

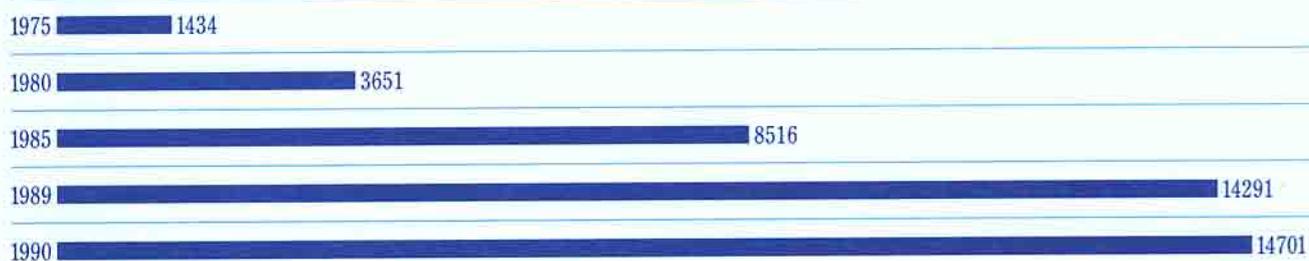
Nous vous demandons de bien vouloir adopter les projets de résolutions qui vont être soumis à votre approbation.

Le Conseil d'Administration

COMPTES CONSOLIDÉS

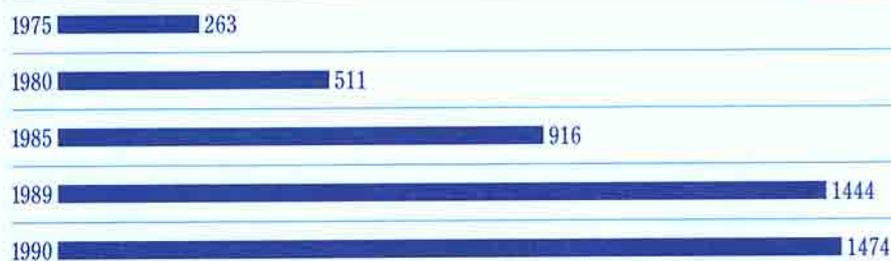
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ H.D.T.

(en millions de francs)



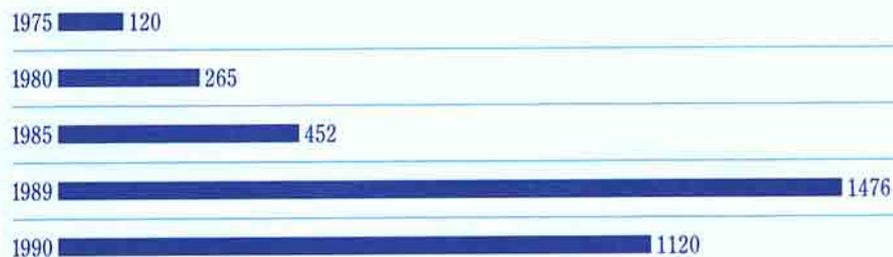
RÉSULTAT COURANT CONSOLIDÉ

(en millions de francs)



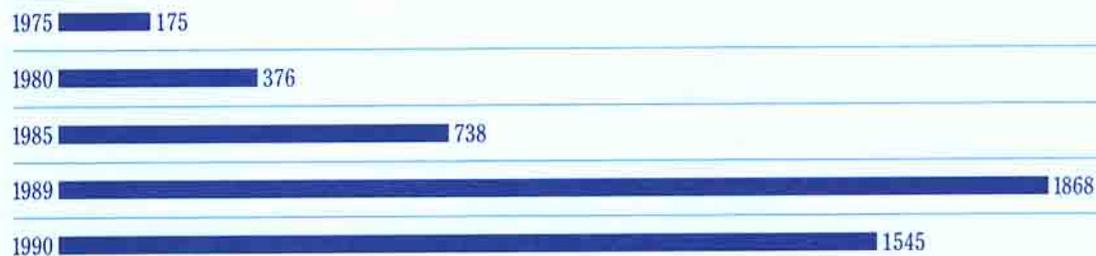
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ

(en millions de francs)



MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT CONSOLIDÉE

(en millions de francs)



C O M P T E D E R É S U L T A T C O N S O L I D É

(en millions de francs)

| | 1990 | 1989 | Variation en % |
|---|---------------|---------------|----------------|
| Chiffre d'affaires hors taxes | 16 838 | 16 701 | + 0,8 |
| Droits et taxes | 2 137 | (2 410) | |
| Chiffre d'affaires hors droits et taxes | 14 701 | 14 291 | + 2,9 |
| Achats consommés | (6 545) | (6 373) | |
| Marge brute | 8 156 | 7 918 | + 3,0 |
| Services extérieurs | (3 125) | (3 033) | |
| Valeur ajoutée | 5 031 | 4 885 | + 3,0 |
| Impôts et taxes | (235) | (235) | |
| Frais de personnel | (2 435) | (2 397) | |
| Excédent brut d'exploitation | 2 361 | 2 253 | + 4,8 |
| Autres produits de gestion courante | 208 | 191 | |
| Autres charges de gestion courante | (147) | (131) | |
| Amortissements | (386) | (373) | |
| Résultat avant opérations financières | 2 036 | 1 940 | + 4,9 |
| Frais financiers nets | (562) | (496) | |
| Résultat courant | 1 474 | 1 444 | + 2,1 |
| Provision pour participation des salariés | (98) | (97) | |
| Plus et moins-values de cessions d'actifs | 376 | 836 | |
| Autres charges et produits exceptionnels | (62) | (131) | |
| Résultat avant impôt et amortissements de survaleurs | 1 690 | 2 052 | - 17,6 |
| Impôt sur les bénéfices | (538) | (567) | |
| Résultat des sociétés mises en équivalence | 11 | 27 | |
| Résultat net avant amortissements de survaleurs | 1 163 | 1 512 | - 23,1 |
| Amortissements de survaleurs | (43) | (36) | |
| Résultat net | 1 120 | 1 476 | - 24,1 |
| Droits des tiers dans le résultat | 17 | 25 | |
| Droits du groupe dans le résultat | 1 103 | 1 451 | - 24,0 |
| Marge brute d'autofinancement | 1 545 | 1 868 | - 17,3 |

B I L A N C O N S O L I D É

(en millions de francs)

| ACTIF | 1990 | | | 1989 |
|---------------------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|-----------------|
| | Valeur brute | Amortissements et provisions | Valeur nette | Valeur nette |
| Actif immobilisé | 11 462 | (3 109) | 8 353 | 7 556 |
| Immobilisations incorporelles | 2 567 | (330) | 2 237 | 2 129 |
| Immobilisations corporelles | 5 376 | (2 591) | 2 785 | 2 480 |
| Survaleur | 1 382 | (122) | 1 260 | 1 061 |
| Immobilisations financières | 2 137 | (66) | 2 071 | 1 886 |
| Actif circulant | 9 696 | (280) | 9 416 | 8 257 |
| Stocks | 4 417 | (38) | 4 379 | 3 782 |
| Créances d'exploitation diverses | 4 461 | (211) | 4 250 | 4 003 |
| Valeurs mobilières de placement | 268 | (31) | 237 | 211 |
| Disponibilités | 550 | - | 550 | 261 |
| Compte de régularisation Actif | 191 | (6) | 185 | 157 |
| Écart de conversion Actif | 9 | - | 9 | 4 |
| TOTAL ACTIF | 21 358 | (3 395) | 17 963 | 15 974 |

(en millions de francs)

| | 1990 | 1989 |
|---|---------------|---------------|
| PASSIF | | |
| Capitaux propres du Groupe | 6 331 | 5 529 |
| Dont droits du Groupe dans le résultat | 1 103 | 1 451 |
| Droits des tiers dans les capitaux propres | 303 | 210 |
| Dont droits des tiers dans le résultat | 17 | 25 |
| Provisions pour risques et charges | 248 | 248 |
| Impôt différé Passif | 23 | 31 |
| Dettes | 10 993 | 9 934 |
| Dettes financières | 6 686 | 6 359 |
| Emballages consignés | 191 | 208 |
| Dettes d'exploitation | 3 493 | 3 153 |
| Dettes diverses | 623 | 214 |
| Compte de régularisation Passif | 65 | 17 |
| Écart de conversion Passif | - | 5 |
| TOTAL PASSIF | 17 963 | 15 974 |

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES DU GROUPE

(en millions de francs)

| | Capitaux propres du Groupe |
|--|----------------------------------|
| Au 31 décembre 1988 | 4 686 |
| Dividendes payés aux actionnaires | (288) |
| Changement de périmètre de consolidation | (170) |
| Mouvement des provisions réglementées | (2) |
| Mouvement des subventions d'investissements | - |
| Variation des réserves dans les filiales | 75 |
| Variation de la différence de conversion | (223) |
| Résultat net consolidé 1989 - part du Groupe | 1 451 |
| Au 31 décembre 1989 | 5 529 |
| Dividendes payés aux actionnaires | (306) |
| Changement de périmètre de consolidation | 94 |
| Mouvement des provisions réglementées | (1) |
| Mouvement des subventions d'investissements | 1 |
| Variation des réserves dans les filiales | 147 |
| Variation de la différence de conversion | (236) |
| Résultat net consolidé 1990 - part du Groupe | 1 103 |
| Au 31 décembre 1990 | 6 331 |

T A B L E A U D E F I N A N C E M E N T C O N S O L I D É

(en millions de francs)

| | Fonds de roulement | Besoin en fonds de roulement | Trésorerie |
|--|-----------------------|------------------------------------|----------------|
| Situation au 1^{er} janvier 1990 | 1 386 | 4 692 | (3 306) |
| EXPLOITATION | | | |
| Excédent brut d'exploitation | 2 289 | | 2 289 |
| Variation du besoin en fonds de roulement d'exploitation | | (173) | 173 |
| Autres charges et produits de gestion courante | 28 | | 28 |
| Ressources d'exploitation | | | 2 490 |
| Autres charges et produits exceptionnels | (67) | | (67) |
| Ressources internes | | | 2 423 |
| RÉPARTITION | | | |
| Frais et produits financiers nets | (440) | | (440) |
| Impôt sur les bénéfices | (473) | | (473) |
| Participation des salariés | (99) | | (99) |
| Dividendes | (306) | | (306) |
| Variation des créances et dettes de répartition | | 115 | (115) |
| INVESTISSEMENTS | | | |
| Investissements industriels nets | (337) | | (337) |
| Investissements financiers nets | (190) | | (190) |
| Variation des créances et des dettes sur immobilisations | | (28) | 28 |
| Total des emplois | | | (1 932) |
| Excédent (besoin) de financement | | | 491 |
| FINANCEMENTS | | | |
| Variation de l'écart de conversion | (64) | | (64) |
| Variation du droit des tiers | (42) | | (42) |
| Variation des dettes financières à long terme | (321) | | (321) |
| Variation des autres dettes à long terme | (34) | | (34) |
| Augmentation des fonds propres | 137 | | 137 |
| Financement stable | | | (324) |
| Variation de trésorerie | | | 167 |
| Situation au 31 décembre 1990 à périmètre identique | 1 467 | 4 606 | (3 139) |
| Effet du changement de périmètre | (236) | 246 | (482) |
| Situation au 31 décembre 1990 | 1 231 | 4 852 | (3 621) |

1) PRINCIPES ET MÉTHODES COMPTABLES

1.1 PRINCIPES DE CONSOLIDATION

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis conformément aux dispositions de la Loi n° 85-11 du 3 janvier 1985 et du décret d'application n° 86-221 du 17 février 1986.

Les états financiers consolidés regroupent, par intégration globale, les filiales d'importance significative dans lesquelles le Groupe Pernod Ricard contrôle, directement ou indirectement, plus de 50% du capital.

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont mises en équivalence.

Toutes les transactions d'importance significative entre les sociétés intégrées ainsi que les résultats internes au Groupe sont éliminés.

La liste des sociétés consolidées figure à la note 13.

1.2 MÉTHODES DE CONVERSION

a) La conversion des comptes établis en devises étrangères est effectuée selon les principes suivants :

- les comptes de bilan sont convertis en utilisant les cours officiels de change à la fin de l'exercice ;
- les comptes de résultat sont convertis en utilisant pour chaque devise le cours moyen de l'exercice ;
- l'écart de conversion résultant, d'une part de l'impact de la variation du taux de change entre le 31 décembre 1989 et le 31 décembre 1990 sur les capitaux propres d'ouverture et, d'autre part de l'utilisation de taux différents pour le compte de résultat et le bilan, est inclus dans les réserves consolidées.

b) Les transactions réalisées en devises étrangères sont converties, au cours des devises à la date des transactions. Les pertes et profits, résultant de la conversion des soldes concernés aux cours du 31 décembre, sont portés au compte de résultat.

1.3 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût d'entrée. Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

En application de la loi du 3 janvier 1985, les fonds de commerce dégagés à l'occasion de fusions antérieures à l'exercice 1987, ont été amortis en 1987 par imputation de leur valeur nette sur les capitaux propres.

1.4 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition ou, s'il y a lieu, à une valeur réévaluée en application des dispositions légales.

L'amortissement est calculé selon le mode linéaire ou, le cas échéant dégressif, appliqué à la durée d'utilisation estimée.

Les durées moyennes d'amortissement retenues pour les principaux types d'immobilisations sont les suivantes :

Constructions : 15 à 50 ans

Installations, matériel et outillage : 5 à 15 ans

Autres immobilisations : 3 à 5 ans

Les biens immobiliers d'un montant significatif qui sont acquis au moyen d'un contrat de crédit-bail sont capitalisés et amortis selon la durée de vie économique du bien.

Les immeubles ayant fait l'objet de cession-bail font l'objet d'un retraitement similaire. La plus-value dégagée lors de ces opérations est éliminée des résultats de l'exercice de cession.

Les emballages consignés sont évalués au prix de revient. Sur la base des statistiques de chaque entreprise, un retraitement est effectué pour, d'une part, ajuster la valeur d'actif des emballages en fonction des pertes découlant de la casse, d'autre part, comptabiliser le profit éventuel résultant de la freinte en clientèle. Lors de tout changement des taux de consignation, la dette correspondant aux emballages en clientèle est évaluée aux nouveaux taux et la perte éventuelle constatée en résultat.

L'obsolescence est prise en compte par voie d'amortissement.

1.5 IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les titres de participation non consolidés sont évalués à leur coût d'acquisition. S'il y a lieu, une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute.

1.6 ÉCARTS D'ACQUISITION

Depuis le 1^{er} janvier 1986, les écarts d'acquisitions sont affectés aux actifs et en particulier aux marques s'il y a lieu.

L'écart résiduel (survaleur) est amorti selon le mode linéaire sur une durée n'excédant pas 40 ans et appropriée à la nature de l'acquisition effectuée.

1.7 STOCKS

Les stocks sont évalués au prix de revient ou au prix de marché, si ce dernier est inférieur.

La majeure partie des stocks est évaluée selon la méthode des coûts moyens pondérés.

Le prix de revient des stocks à cycle long est calculé, de façon uniforme, en incluant les coûts de distillation et de vieillissement hors frais financiers ; ces stocks sont classés en actif circulant selon les usages de la profession, bien qu'une part substantielle de ceux-ci ne soit destinée à la vente qu'après un délai de stockage supérieur à 1 an.

1.8 EMPRUNTS EN LIVRES IRLANDAISES

Les effets de la variation du cours de change sur les remboursements à l'échéance des emprunts en livres irlandaises, contractés pour l'acquisition du groupe Irish Distillers, ont été éliminés dans les résultats consolidés pour être imputés sur la différence de conversion, ces emprunts étant la contrepartie d'actifs en livres irlandaises.

1.9 PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Le poste enregistre l'ensemble des provisions pour risques et charges comptabilisées par les sociétés du Groupe, et en particulier la provision pour indemnités de départ à la retraite hors charges sociales.

Les sociétés étrangères du Groupe provisionnent dans leurs comptes les engagements de retraite en fonction des dispositions nationales en vigueur. Les sociétés françaises du Groupe enregistrent dans leurs comptes les indemnités de départ à la retraite acquises à la clôture de l'exercice pour l'ensemble des personnes ayant 45 ans et plus.

1.10 IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Depuis le 1^{er} janvier 1977, le Groupe Pernod Ricard bénéficiait du régime de l'intégration fiscale pour les sociétés françaises détenues à plus de 95 %. A compter du 1^{er} janvier 1988, le Groupe a opté pour le nouveau régime fiscal des groupes : la charge fiscale consolidée a été établie en conséquence.

Les écarts temporaires entre résultat fiscal et résultat comptable donnent lieu à la comptabilisation des impôts différés actifs ou passifs qui en résultent : il s'agit principalement des provisions et amortissements exceptionnels à caractère fiscal, qui seront réintégrés ultérieurement au bénéfice fiscal, et des provisions non déductibles l'année de leur comptabilisation. Le poste Impôt Différé Passif enregistre la charge latente nette d'impôt tant à long terme qu'à court terme.

1.11 INSTRUMENTS DE COUVERTURE DU RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Le Groupe Pernod Ricard souscrit périodiquement, en vue de se protéger de variations importantes des taux d'intérêt, des contrats de garantie de taux.

Les résultats liés à ces contrats de garantie souscrits sont rapportés dans les résultats du Groupe Pernod Ricard prorata temporis tout au long de la durée de vie de ces opérations :

- les primes payées sont étalées comptablement sur la durée de vie du contrat ;
- les différentiels d'intérêts perçus ou payés, périodiquement, sont comptabilisés dans l'exercice de référence ;
- les contrats souscrits étant des opérations de couverture de position réelle, aucun gain ou perte latent n'est comptabilisé à la date de clôture de l'exercice.

2) PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

En 1990, le périmètre de consolidation s'est agrandi comme suit :

- Wyndham Estate Wines Ltd, société australienne, rachetée par G. Gramp and Sons, en janvier 1990 ;
- Bodegas Capel, société espagnole, producteur et distributeur de vins ;
- André Kerstens BV, société néerlandaise, distributeur de vins et spiritueux ;
- Tinville, société française, spécialisée dans le négoce d'eaux de vie de Cognac ;
- SIB Agruma, société française, producteur et distributeur de boissons sans alcool ;
- L'Igloo, société française, distributeur de boissons sans alcool ;
- Pernod Ricard Japan K.K., société japonaise ;
- Castillon Renault, société française, producteur et distributeur de Cognac ;
- Alexis Lichine et Pasquier Desvignes, sociétés françaises, négociants en vins ;
- Lizas et Lizas, société grecque ;
- Caxton Tower, société britannique.

D'autre part, la société Besserat de Bellefon, que le Groupe a cédé en octobre 1990, n'est plus consolidée depuis le 1^{er} janvier 1990.

Enfin la participation détenue dans le capital de la Compagnie de Suez n'est plus mise en équivalence depuis la clôture de l'exercice 1989.

3) IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles qui figurent à l'actif du bilan en fin d'exercice sont principalement constituées de marques. La valeur des marques acquises est déterminée en fonction du secteur d'activité de la société et de l'importance de leur diffusion internationale.

4) IMMOBILISATIONS CORPORELLES

| (en millions de francs) | 1990 | | 1989 | |
|---|--------------|------------------------------|--------------|--------------|
| | Valeur brute | Amortissements et provisions | Valeur nette | Valeur nette |
| Terrains | 365 | (12) | 353 | 258 |
| Constructions | 1 770 | (640) | 1 130 | 1 068 |
| Installations techniques, matériel et outillage | 2 258 | (1 400) | 858 | 716 |
| Autres immob. corp. | 909 | (539) | 370 | 344 |
| Immob. corp. en cours | 60 | - | 60 | 88 |
| Avances et acomptes | 14 | - | 14 | 6 |
| Total | 5 376 | (2 591) | 2 785 | 2 480 |

5) IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

| (en millions de francs) | 1990 | | | 1989 |
|------------------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| | Valeur brute | Provisions | Valeur nette | Valeur nette |
| Titres mis en équivalence | 134 | - | 134 | 172 |
| Autres titres de participation | 1 908 | (53) | 1 855 | 1 633 |
| Prêts et créances | 81 | (13) | 68 | 65 |
| Autres immobilisations financières | 14 | - | 14 | 16 |
| Total | 2 137 | (66) | 2 071 | 1 886 |

Les titres mis en équivalence représentent les sociétés suivantes : Heublein do Brazil, Heublein Japan, SIAS Port, Edward Dillon, Dillon Bass, Mulligans et Malting Company of Ireland.

Les autres titres de participation comprennent les titres Société Générale (2,62% du capital), les titres Compagnie de Suez (2,15% du capital), ainsi que ceux de sociétés immobilières.

6) STOCKS ET EN-COURS (montants nets)

La répartition des stocks et en-cours à la clôture des exercices 1990 et 1989 est la suivante :

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|-------------------------------|--------------|--------------|
| Matières premières | 847 | 825 |
| En-cours de biens et services | 2 156 | 1 837 |
| Stocks de marchandises | 493 | 260 |
| Produits finis | 883 | 860 |
| Total | 4 379 | 3 782 |

L'augmentation des en-cours résulte de la consolidation des stocks d'eaux-de-vie de Castillon Renault et de Tinvillle et des vins australiens en cours de vieillissement.

L'augmentation des marchandises est principalement due aux vins apportés par A. Lichine.

7) PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|--|------------|------------|
| Provisions pour indemnités de départ à la retraite | 96 | 101 |
| Provisions pour risques divers | 152 | 147 |
| Total | 248 | 248 |

8) IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|-------------------------|--------------|--------------|
| Impôts courants | (546) | (538) |
| Impôts différés | 8 | (29) |
| Total | (538) | (567) |

Hors plus-value Besserat de Bellefont, le taux d'impôt réel aurait été de 33,5%.

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable.

Au bilan ils se décomposent de la manière suivante :

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| Impôt différé actif (1) | 176 | 187 |
| Impôt différé passif (2) | (199) | (218) |
| Impôt différé net au bilan | (23) | (31) |

(1) Correspond essentiellement à des provisions non déductibles de l'année de leur comptabilisation.

(2) Correspond essentiellement à des provisions et amortissements qui seront réintégrés ultérieurement au bénéfice fiscal.

9) DETTES FINANCIÈRES

La répartition des dettes financières par date d'exigibilité est la suivante :

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|-----------------------------|--------------|--------------|
| Court terme (moins de 1 an) | 4 408 | 3 779 |
| Moyen terme (de 1 à 5 ans) | 1 046 | 1 207 |
| Long terme (plus de 5 ans) | 1 232 | 1 373 |
| Total | 6 686 | 6 359 |

Le Groupe Pernod Ricard a souscrit auprès d'établissements financiers en décembre 1990, pour un montant total de 1 300 millions de francs, des contrats de ligne de crédit confirmé pour une durée de 5 ans. Au 31 décembre 1990, aucune utilisation de ces lignes de crédit n'était en cours.

10) ENGAGEMENTS FINANCIERS

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Engagements donnés : | | |
| Crédit-bail | 37 | 39 |
| Cautions données aux banques | 1 064 | 1 090 |
| Engagements d'achat aux fournisseurs | 330 | 340 |

La caution donnée à la Société Générale par Comrie Plc afin de garantir les obligations (loans notes) émises pour financer en partie l'acquisition du Groupe Irish Distillers a été réduite de 1 027 à 1 003 millions de francs entre 1989 et 1990.

11) CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

Comme mentionné dans la note 1.11, le Groupe Pernod Ricard a souscrit des contrats de garantie de taux dont les principales caractéristiques au 31 décembre 1990 sont comme suit :

| | Collar 1 | Collar 2 | Collar 3 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| Montant (en francs) | 500 000 000 | 500 000 000 | 500 000 000 |
| Taux garantis : | | | |
| • plafond | 9,50 % | 9,50 % | 10,00 % |
| • plancher | 6,50 % | 6,50 % | 8,50 % |
| Durée | 3 ans | 3 ans | 3 ans |
| Départ | 1/04/1989 | 1/05/1989 | 1/11/1990 |
| Échéance | 30/03/1992 | 30/04/1992 | 31/10/1993 |

12) EFFECTIFS MOYENS

Les effectifs moyens de l'exercice 1990 s'élèvent à 10 965 personnes.

13) LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

I.G. : Intégration globale
M.E.E. : Mise en équivalence

| Sociétés | Siège | % de consolidation | Méthode de consolidation | Numéro Siren |
|---|---|--------------------|--------------------------|--------------|
| Pernod Ricard | 142, boulevard Haussmann, 75008 Paris | Société Mère | | 582041943 |
| Ricard | 4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille | 100 | I.G. | 303656375 |
| • Galibert et Varon | 7, quai de l'Orangerie, 16200 Jarnac | 100 | I.G. | 457208437 |
| • Castillon Renault (depuis le 1 ^{er} avril 1990) | 23, rue du Port, 16100 Cognac | 100 | I.G. | 905420170 |
| • Tinville | Route d'Aigre, 16170 Rouillac | 100 | I.G. | 328524780 |
| Pernod | 120, avenue du Maréchal Foch, 94015 Créteil | 100 | I.G. | 302208301 |
| • Distillerie Laurent | 11, rue de Grammont, 70300 Luxeuil | 95,0 | I.G. | 675750368 |
| • SPA | Route de Cazaubon, 32800 Eauze | 99,9 | I.G. | 395820087 |
| • Euro-Équipement | 120, avenue du Maréchal Foch, 94015 Créteil | 100 | I.G. | 302208319 |
| SEGM | 2, rue de Solferino, 75007 Paris | 100 | I.G. | 302453592 |
| • PRAC SA (Espagne) | Avenida Diagonal Planta 14, Barcelone 36 | 100 | I.G. | |
| • AV SA (Espagne) | Poligono Industrial de Landaben, 31012 Pamplona | 100 | I.G. | |
| • Perisem (Suisse) | 44, route de St-Julien, 1227 Carouge - Genève | 100 | I.G. | |
| • Ramazzotti (Italie) | 9, via San Pietro All, Orto, 20121 Milan | 100 | I.G. | |
| • IGM Deutschland (R.F.A.) | Poststrasse n8, 5400 Coblenze | 100 | I.G. | |
| • Koninklijke Coymans BV (Pays-Bas) | S-Hertogenbosch | 100 | I.G. | |
| • André Kerstens BV | Tilburg Pays-Bas | 100 | I.G. | |
| • Lizas et Lizas (depuis le 1 ^{er} juillet 1990) | 15, Alon Street, Piraeus, 185 40 Grèce | 90,0 | I.G. | |
| Cusenier | 142, boulevard Haussmann, 75008 Paris | 100 | I.G. | 308198670 |
| Austin Nichols (U.S.A.) | 156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017 | 100 | I.G. | |
| • Orangina international (U.S.A.) | 156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017 | 100 | I.G. | |
| • Boulevard Distillers (U.S.A.) | 156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017 | 70,0 | I.G. | |
| • Yoo Hoo industries (U.S.A.) | 156 East 46th Street, New York, N.Y. 10017 | 100 | I.G. | |
| • Heublein Japan | Roppongi Bldg 3F, 4-11-4 Roppongi Minceto-Ku, Tokyo 106 | 30,0 | M.E.E. | |
| JFA Pampryl | 12, rue François Mignotte, 21700 Nuits-Saint-Georges | 99,9 | I.G. | 035680016 |
| • SIB Agruma (depuis le 1 ^{er} janvier 1990) | Z.I. Les Paluds, 13400 Aubagne | 100 | I.G. | 321875007 |
| CSR | 142, boulevard Haussmann, 75008 Paris | 99,0 | I.G. | 552024275 |
| Campbell Distillers (Grande-Bretagne) | West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE | 100 | I.G. | |
| • White Heather Distillers (G.B.) | West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE | 100 | I.G. | |
| • Aberlour Glenlivet Distillery (G.B.) | West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE | 100 | I.G. | |
| • Campbell Whisky Holding (G.B.) | West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE | 100 | I.G. | |
| • Caxton Tower Wines Ltd (depuis le 1 ^{er} juillet 1990) | 924 Great West Road, Brentford, Middlesex TW89DY | 100 | I.G. | |
| Santa Lina | Rue du Soleil levant, 20000 Ajaccio | 100 | I.G. | 045920105 |
| SIAS-MPA | 142, boulevard Haussmann, 75008 Paris | 100 | I.G. | 436380521 |
| • SIAS France | 17, avenue du 8 Mai 1945, 77290 Mitry-Mory | 100 | I.G. | 341826006 |
| • Ramsey Laboratories (U.S.A.) | 2742 Grand Avenue, Cleveland, Ohio 44104 3191 | 100 | I.G. | |
| • DSF (R.F.A.) | Lilienthalstrasse 1, 7750 Konstanz | 60,0 | I.G. | |
| • Agrota (R.F.A.) | Lilienthalstrasse 1, 7750 Konstanz | 60,0 | I.G. | |
| • SIAS Port (Mexique) | Labastida 912B 59650 Zamora, Michoacan | 49,0 | M.E.E. | |
| • SIAS Australia | CNR, George Downs Drive & Wisemans Ferry Road, Central Mangrove, NS W 2250, Australia | 100 | I.G. | |
| • South Pacific Foods | Old Queens Road, Sigatoka, Fidji | 100 | I.G. | |
| • SIAS UK | Oakley Hay Lodge, Great Fold Road, Corby NN 189 AS | 100 | I.G. | |
| • FFF (U.S.A.) | Build, 203, Park Highway, 17, North Bartow, Florida 33830 | 100 | I.G. | |
| Compagnie Française des Produits Orangina | 1, La Canebière, 13001 Marseille | 100 | I.G. | 061801254 |
| • Métropolitaine des Boissons Orangina | 7, Première Avenue, 13127 Vitrolles | 95,0 | I.G. | 056807076 |
| • L'lgloo | Z.I. 81450 Le Garric | 100 | I.G. | 085720217 |
| Société des Vins de France | 25/29, route Principale du Port, 92231 Gennevilliers | 89,8 | I.G. | 651621013 |
| • Crus et Domaines de France, SVF et Cie | 124, quai des Chartrons, 33000 Bordeaux | 89,8 | I.G. | 457205987 |
| • Bartissol Cruse Diffusion | 25/29, route principale du Port, 92231 Gennevilliers | 89,8 | I.G. | 572207173 |
| • Bedhet Lafon | 25/29, route principale du Port, 92231 Gennevilliers | 89,8 | I.G. | 552044059 |
| • Compagnons Gourmets | 7/9, avenue de la Redoute, 92390 Villeneuve-La-Garenne | 89,8 | I.G. | 562015248 |
| • Alexis Lichine et Cie (depuis le 1 ^{er} avril 1990) | 109, rue Achard, 33300 Bordeaux | 89,8 | I.G. | 445203588 |
| • Pasquier Desvignes (depuis le 1 ^{er} avril 1990) | Domaine du Marquisat, 69220 Saint-Lager | 89,8 | I.G. | 573780467 |
| • Bodegas Capel (depuis le 1 ^{er} janvier 1990) | Molino Alfatego, El Espinaro - Murcie | 51,0 | I.G. | |
| San Giorgio Flavors (Italie) | Via Fossata 114, 10147 Turin | 99,9 | I.G. | |
| Comrie Plc (Irlande) | 61 Fitzwilliam Square, Dublin 2 (siège statutaire) | 100 | I.G. | |
| Distillerie de Haute-Provence | Rue du Soleil levant, 20000 Ajaccio | 100 | I.G. | |
| Irish Distillers Group (Irlande) | Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7 | 100 | I.G. | |
| • Irish Distillers Ltd | Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7 | 100 | I.G. | |
| • BWG Limited | Greehills Road, Walkinstown, Dublin 12 | 100 | I.G. | |
| Pernod Ricard Australia | Grosvenor Place 225 George Street, Sydney, NS W 2000 Australia | 100 | I.G. | |
| • G. Gramp & Sons (Australie) | P.O. Box 2248 Adelaïde, 100 South Australia 5001 | 80,7 | I.G. | |
| • Orlando Wines (Australie) | P.O. Box 2248 Adelaïde, 100 South Australia 5001 | 80,7 | I.G. | |
| • Wyndham Estate Wines Ltd (Australie) | Dalwood, via Branxtan - New South Wales 2335 | 80,7 | I.G. | |
| Pernod Ricard Japan K.K. | Tamaya Building 3F 14-12 Shinjuku 1 - Chome Subuya-Ku, Tokyo | 100 | I.G. | |
| Heublein do Brazil (Brésil) | 655, rue Araporé, São Paulo | 30,0 | M.E.E. | |

14) INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

| | |
|---|-------|
| Volumes commercialisés (en millions de bouteilles) | 386 |
| Effectifs | 4 869 |
| 26 centres de production en France | |

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod.
- Suze.
- Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano, Byrrh, Américano 505, Vabé, Bartissol.
- Whiskies Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Cutty Sark*.
- Whiskeys Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Power.
- Bourbon Wild Turkey.
- Vodkas Stolichnaya* et Karinskaya.
- Calvados Busnel et Lancelot.
- Cognac Bisquit et Armagnac de Montesquiou.
- Portos Cintra, Warre et Feist.
- Rhums Bacardi*, Vana et Naura.
- Liqueurs et eaux-de-vie blanches la Duchesse et Cusenier.
- Gins Gilbey's*, Epsom, Black Jack.
- Carlton.
- Café de Paris, Blancs de fruits.
- Peach Boy, Baroque, Soho, Coté Crème.
- Vieux Papes, La Villageoise, Le Bien Venu, Carré de Vigne.
- Classiques des Vins de France.

* Concession

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- Ricard et ses filiales : Galibert et Varon, Tinville
- Pernod et ses filiales : SPA, Distillerie Laurent, Euro-Équipement
- Cusenier
- Cidreries et Sopagly Réunis
- Société des Vins de France
- Distillerie de Haute-Provence

Vins et spiritueux France

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 | Variation en % |
|--|---------|---------|-------------------|
| Chiffre d'affaires H.T. | 6 262 | 6 300 | - 0,6 |
| Droits et taxes | (831) | (1 022) | - 18,7 |
| Chiffre d'affaires H.D.T. | 5 431 | 5 278 | + 2,9 |
| Achats consommés | (1 834) | (1 743) | + 5,2 |
| Marge brute | 3 597 | 3 535 | + 1,8 |
| Frais de personnel | (1 141) | (1 185) | - 3,7 |
| Autres charges et produits | (1 214) | (1 197) | + 1,4 |
| Dotation aux amortissements | (153) | (152) | + 0,7 |
| Résultat avant opérations financières | 1 089 | 1 001 | + 8,8 |

VINS ET SPIRITUEUX EXPORT ET ÉTRANGER

| | |
|---|-------|
| Volumes commercialisés (en millions de bouteilles) | 350 |
| Effectifs | 3 026 |
| 32 centres de production et d'embouteillage : | |

- U.S.A. : Lawrenceburg.
- Royaume-Uni : Aberlour, Edradour, Kilwinning, Glenalachie.
- Irlande : Bushmill's, Fox and Geese, Waterford, Cork, Middleton.
- Australie : Rowland Flat, Griffith, Rutherglen, Dalwood, Pokolbin-Hunter Estate, Broke, Mudgee-Montrose, Pokolbih-Richmond Grove, Mudgee-Graigmoor, Eurunderree.
- Espagne : Pampelune, Murcia, Barcelone.
- Suisse : Genève.
- Argentine : Buenos Aires.
- Italie : Milan, Canelli.
- Pays-Bas : Almelo, Ould-Gastel, Tilburg.
- Grèce : Palini.

Marques principales :

- Pernod, Ricard, Pastis 51.
- Suze.
- Dubonnet.
- Carlton, Cruse, Canei, Orlando, Jacob's Creek.
- Bisquit, Renault.
- Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Wild Turkey.
- Jameson, Bushmills, Tullamore Dew, Paddy, Power.
- King's Ransom, House of Lords, Glenforres.
- Amaro, Sambuca, Fior di Vite.
- Zoco.
- Advocaat de Korenaer, Surfers.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales : Perisem (Suisse), Pracs (Espagne), A.V.S.A. (Espagne), Ramazzotti (Italie), IGM Deutschland (R.F.A.), Coymans et Kerstens (Pays-Bas), Lizas et Lizas (Grèce).
- Austin Nichols et sa filiale : Boulevard Distillers
- Campbell Distillers et sa filiale : Caxton Tower
- Irish Distillers
- Cusenier
- Castillon Renault
- Galibert et Varon
- SPA
- Cidreries et Sopagly Réunies
- Société des Vins de France et ses filiales : Capel, Lichine
- Distillerie de Haute-Provence
- Orlando Wines et sa filiale : Wyndham
- Canei
- Pernod Ricard Japan

Vins et spiritueux export et étranger

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 | Variation en % |
|--|---------|---------|-------------------|
| Chiffre d'affaires H.T. | 5 135 | 4 611 | + 11,4 |
| Droits et taxes | (1 214) | (1 297) | - 6,3 |
| Chiffre d'affaires H.D.T. | 3 921 | 3 314 | + 18,3 |
| Achats consommés | (1 666) | (1 277) | + 30,4 |
| Marge brute | 2 255 | 2 037 | + 10,7 |
| Frais de personnel | (654) | (544) | + 20,5 |
| Autres charges et produits | (1 030) | (992) | + 3,8 |
| Dotation aux amortissements | (90) | (70) | + 28,6 |
| Résultat avant opérations financières | 481 | 431 | + 11,6 |

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

| | |
|--|-------|
| Volumes commercialisés* (en millions de litres) | 416 |
| Effectifs | 1 876 |
| 16 centres de production en France | |

Marques principales :

- Banga.
- Pampryl, Pam Pam.
- Agruma, Janero
- Sirops Cusenier, Sironimo.
- Cidres La Cidraie.
- Loïc Raison, Anée.
- Pacific.
- Orangina, Mâtangi, Babar.
- Brut de Pomme.
- Champomy.

* Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

JFA Pampryl et sa filiale: Agruma
 SIAS-MPA et sa filiale: SIAS France
 Cidreries et Sopagly Réunion
 Cusenier
 Ricard
 CFPO et ses filiales: MBO et l'Igloo

Boissons et produits sans alcool France

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 | Variation en % |
|--|---------|---------|-------------------|
| Chiffre d'affaires H.T. | 2 433 | 3 056 | - 20,4 |
| Droits et taxes | (2) | (2) | |
| Chiffre d'affaires H.D.T. | 2 431 | 3 054 | - 20,4 |
| Achats consommés | (1 044) | (1 532) | - 31,9 |
| Marge brute | 1 387 | 1 522 | - 8,8 |
| Frais de personnel | (348) | (405) | - 14,1 |
| Autres charges et produits | (642) | (659) | - 2,6 |
| Dotation aux amortissements | (87) | (103) | - 15,5 |
| Résultat avant opérations financières | 310 | 355 | - 12,7 |

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL EXPORT ET ÉTRANGER

| | |
|--|-------|
| Volumes commercialisés* (en millions de litres) | 221 |
| Effectifs | 1 194 |

17 centres de production à l'étranger :

- Allemagne: Constance.
- Royaume-Uni: Oakley Hay Lodge.
- Australie: Killara.
- U.S.A.: Santa Maria, (Californie),
Cleveland, (Ohio), Anna (Ohio),
Winter Haven (Floride),
Fort Worth (Texas),
Carlstadt (New Jersey),
Hialeah (Floride),
Opelousas (Louisiane).
- Mexique: Zamora, Jacuha,
- Italie: Turin.
- Grèce: Pirée.
- Corée: Séoul.
- Fidji: Fidji.

* Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

Marques principales :

- Orangina.
- Yoo-Hoo.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

SIAS-MPA et ses filiales: DSF et AGROTA (R.F.A.), Ramsey (États-Unis), SIAS
 Foods UK (Royaume-Uni), SIAS Australia (Australie), SPF Fidji (Fidji).
 JFA-Pampryl
 Cidreries et Sopagly Réunion
 CFPO et sa filiale: MBO
 Orangina International
 San Giorgio Flavors
 Yoo-Hoo Industries
 B.W.G.

Boissons et produits sans alcool export et étranger

| (en millions de francs) | 1990 | 1989 | Variation en % |
|--|---------|---------|-------------------|
| Chiffre d'affaires H.T. | 3 009 | 2 734 | + 10,1 |
| Droits et taxes | (90) | (89) | + 1,1 |
| Chiffre d'affaires H.D.T. | 2 919 | 2 645 | + 10,4 |
| Achats consommés | (2 002) | (1 821) | + 9,9 |
| Marge brute | 917 | 824 | + 11,2 |
| Frais de personnel | (292) | (263) | + 11,0 |
| Autres charges et produits | (412) | (360) | + 14,4 |
| Dotation aux amortissements | (56) | (48) | + 16,6 |
| Résultat avant opérations financières | 157 | 153 | + 2,6 |

R A P P O R T D E S C O M M I S S A I R E S A U X C O M P T E S S U R L E S C O M P T E S C O N S O L I D É S

Mesdames, Messieurs.

En exécution de notre mission de Commissaires aux Comptes de votre Société, confiée par vos Assemblées Générales des 13 juin 1986 et 11 juin 1987, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la Société Pernod Ricard tels qu'ils sont présentés aux pages 41 à 51,
- la vérification du rapport de gestion,

relatifs à l'exercice couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990.

I - OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes consolidés sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

II - VÉRIFICATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes consolidés des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Paris, le 8 avril 1991

Les Commissaires aux Comptes :

Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot

Louis Genot

Alain Genot

Cabinet Robert Mazars

Patrick de Cambourg

Frédéric Allilaire

COMPTES SOCIAUX

Pernod Ricard, Société Mère du Groupe, a pour rôle essentiel d'assurer des missions d'intérêt général dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing-développement, de la recherche, des relations humaines, et de la communication.

Ses ressources sont donc constituées principalement :

- des dividendes reçus des filiales,
- des redevances perçues au titre des marques qui lui appartiennent,
- des prestations de services.

B I L A N P E R N O D R I C A R D

(en milliers de francs)

| ACTIF | 31.12.1990 | | 31.12.1989 | |
|---|------------------|------------------------------|------------------|------------------|
| | Brut | Amortissements et provisions | Net | Net |
| Immobilisations incorporelles | 196 781 | (7 068) | 189 713 | 189 467 |
| Licences, marques | 196 781 | (7 068) | 189 713 | 189 467 |
| Immobilisations corporelles | 33 799 | (14 800) | 18 999 | 13 987 |
| Terrains | 5 676 | - | 5 676 | 5 676 |
| Constructions | 11 590 | (6 582) | 5 008 | 5 176 |
| Matériel et outillage | 976 | (876) | 100 | 223 |
| Autres | 15 557 | (7 342) | 8 215 | 2 912 |
| Immobilisations financières | 7 165 605 | (114 477) | 7 051 128 | 6 936 812 |
| Participations | 4 725 874 | (114 477) | 4 611 397 | 4 502 207 |
| Créances rattachées à des participations | 2 435 603 | - | 2 435 603 | 2 428 500 |
| Prêts | 672 | - | 672 | 684 |
| Autres | 3 456 | - | 3 456 | 5 421 |
| TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ | 7 396 185 | (136 345) | 7 259 840 | 7 140 266 |
| Avances et acomptes versés sur commandes | 762 | - | 762 | 1 689 |
| Créances d'exploitation | 76 737 | - | 76 737 | 75 215 |
| Créances clients et comptes rattachés | 71 198 | - | 71 198 | 71 292 |
| Autres | 5 539 | - | 5 539 | 3 923 |
| Créances diverses | 129 376 | - | 129 376 | 275 190 |
| Valeurs mobilières de placement | 187 006 | (30 805) | 156 201 | 157 331 |
| Disponibilités | 1 027 | - | 1 027 | 6 360 |
| TOTAL ACTIF CIRCULANT | 394 908 | (30 805) | 364 103 | 515 785 |
| Charges constatées d'avance | 15 816 | - | 15 816 | 10 519 |
| Charges à répartir sur plusieurs exercices | 3 290 | - | 3 290 | 4 339 |
| Écart de conversion - actif | 820 | - | 820 | 102 |
| TOTAL COMPTES DE RÉGULARISATION | 19 926 | - | 19 926 | 14 960 |
| TOTAL GÉNÉRAL | 7 811 019 | (167 150) | 7 643 869 | 7 671 011 |

(en milliers de francs)

| | 31.12.1990 | 31.12.1989 |
|--|------------------|------------------|
| PASSIF | | |
| Capital | 939 777 | 783 148 |
| Primes d'émission, de fusion, d'apport | 248 967 | 355 305 |
| Écart de réévaluation | - | 50 292 |
| Réserves | 1 603 497 | 813 294 |
| Réserve légale | 82 435 | 82 435 |
| Réserves réglementées | 1 521 062 | 730 859 |
| Report à nouveau | 340 210 | 85 900 |
| Résultat de l'exercice | 628 472 | 1 350 543 |
| Provisions réglementées | 7 511 | 25 330 |
| TOTAL DES CAPITAUX PROPRES | 3 768 434 | 3 463 812 |
| PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES | 11 149 | 9 096 |
| Dettes financières | 2 800 447 | 3 042 397 |
| Emprunts obligataires non convertibles | 880 000 | 880 000 |
| Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit | 1 825 803 | 2 073 226 |
| Emprunts et dettes financières diverses | 94 644 | 89 171 |
| Dettes d'exploitation | 44 138 | 38 756 |
| Dettes fournisseurs et comptes rattachés | 24 048 | 16 550 |
| Dettes fiscales et sociales | 20 090 | 22 206 |
| Dettes diverses | 1 019 567 | 1 116 896 |
| Dettes fiscales (impôts sur les bénéfices) | 61 232 | 50 958 |
| Autres | 958 335 | 1 065 938 |
| TOTAL DES DETTES | 3 864 152 | 4 198 049 |
| Produits constatés d'avance | - | - |
| Écart de conversion - passif | 134 | 54 |
| TOTAL COMPTES DE RÉGULARISATION | 134 | 54 |
| TOTAL GÉNÉRAL | 7 643 869 | 7 671 011 |

C O M P T E D E R É S U L T A T P E R N O D R I C A R D

(en milliers de francs)

| | 31.12.1990 | 31.12.1989 |
|---|------------------|------------------|
| Ventes de marchandises | 78 | 54 468 |
| Redevances | 234 554 | 213 514 |
| Autres produits | 19 218 | 37 262 |
| Reprises sur provisions | 192 | 76 |
| Total des produits d'exploitation | 254 042 | 305 320 |
| Achats de marchandises | (56) | (40 094) |
| Services extérieurs | (182 805) | (162 812) |
| Impôts, taxes et versements assimilés | (5 251) | (3 537) |
| Charges de personnel | (32 744) | (30 084) |
| Dotations aux amortissements et aux provisions | (4 438) | (3 424) |
| Autres charges | (1 706) | (1 706) |
| Total des charges d'exploitation | (227 000) | (241 657) |
| RÉSULTAT D'EXPLOITATION AVANT OPÉRATIONS FINANCIÈRES | 27 042 | 63 663 |
| Produits de participations | 559 028 | 651 380 |
| Produits d'autres valeurs mobilières | 218 | 41 |
| Autres intérêts et produits assimilés | 74 090 | 67 245 |
| Reprises sur provisions | 29 361 | 22 311 |
| Différences positives de change | 28 | 55 |
| Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement | - | - |
| Total des produits financiers | 662 725 | 741 032 |
| Dotations aux provisions | (173) | (102) |
| Intérêts et charges assimilées | (365 148) | (348 087) |
| Différences négatives de change | (14) | (47) |
| Total des charges financières | (365 335) | (348 236) |
| RÉSULTAT FINANCIER | 297 390 | 392 796 |
| RÉSULTAT COURANT | 324 432 | 456 459 |
| Produits exceptionnels | 589 509 | 1 094 133 |
| Charges exceptionnelles | (294 139) | (123 662) |
| RÉSULTAT EXCEPTIONNEL | 295 370 | 970 471 |
| RÉSULTAT AVANT IMPÔT | 619 802 | 1 426 930 |
| Impôt sur les bénéfices | 8 670 | (76 387) |
| BÉNÉFICE DE L'EXERCICE | 628 472 | 1 350 543 |

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 décembre 1990, dont le total est de F 7 643 868 554 et au compte de résultat de l'exercice, qui fait apparaître un bénéfice de F 628 471 677.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 1990.

Les notes N° 1 à 14, ci-après, présentées en milliers de francs font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 28 mars 1991 par le Conseil d'Administration.

NOTE 1 - RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

A) IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

La valeur brute des immobilisations incorporelles est constituée essentiellement par la valeur des fonds de commerce et marques dégagés à l'occasion de la fusion entre Pernod et Ricard en 1975 et lors de fusions ultérieures.

Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

B) IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations), à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont fait l'objet d'une réévaluation.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue :

| | |
|---|---------------------------------------|
| Constructions | 50 ans linéaire |
| Agencements et aménagements des constructions | 10 ans linéaire |
| Matériel et outillage | 5 ans dégressif |
| Matériel roulant | 5 ans linéaire |
| Mobilier, matériel de bureau | 10 ans linéaire ou 5 ans dégressif |

C) PARTICIPATIONS, AUTRES TITRES IMMOBILISÉS, VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

La valeur brute est constituée par la valeur d'apport ou par le coût d'achat hors frais accessoires. Dans le cadre des dispositions légales, certains titres ont été réévalués selon leur valeur au 31 décembre 1976.

En fin d'année, lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

La valeur d'inventaire des titres de participations est égale à leur valeur actuelle qui, d'une façon générale, correspond à la quote-part des capitaux propres de la filiale que ces titres représentent.

Dans certaines situations particulières, la société prend également en compte le potentiel économique et financier de la filiale considérée.

Les titres acquis dans le cadre de plans d'option d'achat d'actions ont été inscrits en valeurs mobilières de placement et évalués au prix d'achat des actions par les bénéficiaires.

D) CRÉANCES

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

E) PROVISIONS RÉGLEMENTÉES

Les provisions réglementées figurant au bilan comprennent l'amortissement exceptionnel des titres de participation dans des sociétés d'innovation et la provision spéciale de réévaluation des biens amortissables.

F) OPÉRATIONS EN DEVISES

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contrevaletur à la date de l'opération. Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contrevaletur au cours de fin d'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en "écart de conversion". Les pertes latentes de change font l'objet d'une provision pour risques, pour leur valeur totale.

G) PROVISIONS D'EXPLOITATION

Outre les provisions habituellement constatées au titre des charges à payer, Pernod Ricard constitue chaque année une provision pour faire face au paiement des indemnités de départ à la retraite.

H) IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

En application de l'article 209 sexies du CGI, Pernod Ricard bénéficiait d'un agrément d'intégration fiscale depuis le 1^{er} janvier 1977.

A compter du 1^{er} janvier 1988, la société a opté pour le nouveau régime fiscal des groupes.

Les économies et les pertes transférées par les filiales en application de ce régime :

- sont constatées en impôt sur les sociétés lorsqu'elles sont définitives,
- sont inscrites en créances diverses pour les surcoûts et en provisions pour risques et charges, pour les économies, lorsqu'elles sont provisoires.

En revanche, les gains et les surcoûts d'intégration provenant de la société mère sont constatés dès l'exercice où ils naissent en impôt sur les sociétés.

D) INSTRUMENTS DE COUVERTURE DU RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

Pernod Ricard souscrit périodiquement, en vue de se protéger de

variations importantes des taux d'intérêt, des contrats de garantie de taux.

Les résultats liés à ces contrats de garantie souscrits sont rapportés dans les résultats de Pernod Ricard prorata temporis tout au long de la durée de vie de ces opérations :

- les primes payées sont étalées comptablement sur la durée de vie du contrat ;
- les différentiels d'intérêts perçus ou payés, périodiquement, sont comptabilisés dans l'exercice de référence ;
- les contrats souscrits étant des opérations de couverture de position réelle, aucun gain ou perte latent n'est comptabilisé à la date de clôture de l'exercice.

NOTE 2 - ÉTAT DE L'ACTIF IMMOBILISÉ

| | Valeurs brutes au 01.01.90 | Augmentations | Diminutions | Valeurs brutes au 31.12.90 | Valeurs d'origine avant réévaluation |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------|---|
| Immobilisations incorporelles | 195 917 | 864 | - | 196 781 | 196 781 |
| Immobilisations corporelles | 28 374 | 6 770 | 1 344 | 33 800 | 27 110 |
| Immobilisations financières | 7 014 612 | 271 529 | 120 537 | 7 165 604 | 6 964 917 |
| Total | 7 238 903 | 279 163 | 121 881 | 7 396 185 | 7 188 808 |

IMMOBILISATION FINANCIÈRES

Les mouvements de l'exercice se décomposent de la façon suivante :

| | |
|--|------------------|
| Titres reçus en contrepartie d'augmentation de capital | 91 265 |
| • création de PR Japan | 7 785 |
| • 296 174 titres Compagnie de Suez | 83 480 |
| Acquisitions titres de participation | 99 831 |
| • 30 % de Heublein Brazil | 99 817 |
| • Autres | 14 |
| Augmentations sur créances rattachées à des participations | 79 990 |
| • JFA Pampryl | 60 000 |
| • Santa Lina | 14 540 |
| • Autres | 5 450 |
| Autres immobilisations financières | 443 |
| Total | 271 529 |
| Cessions titres de participation | (45 141) |
| • 29 497 actions Besserat de Bellefon | (23 423) |
| • 62 400 actions Compagnie de Suez | (20 770) |
| • Autres | (948) |
| Diminutions sur créances rattachées à des participations | (72 885) |
| • Segm | (14 600) |
| • Comrie Plc | (39 007) |
| • Résidences de Cavalière | (12 968) |
| • Besserat de Bellefon | (4 300) |
| • Autres | (2 010) |
| Autres immobilisations financières | (2 511) |
| Total | (120 537) |

NOTE 3 - ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

| | Au 01.01.90 | Augmentations | Diminutions | Au 31.12.90 |
|-------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Immobilisations incorporelles | 450 | 618 | — | 1 068 |
| Immobilisations corporelles | 14 387 | 1 661 | 1 246 | 14 800 |
| Total | 14 837 | 2 279 | 1 246 | 15 868 |

NOTE 4 - ÉTAT DES PROVISIONS

| | Montant au 01.01.90 | Augmentations | Diminutions | Montant au 31.12.90 |
|---|------------------------|---------------|---------------|------------------------|
| Provisions réglementées | | | | |
| Amortissements dérogatoires | 5 472 | — | — | 5 472 |
| Provision pour implantation à l'étranger | 17 742 | — | 17 742 | 0 |
| Provision spéciale de réévaluation | 2 115 | — | 76 | 2 039 |
| Total 1 | 25 329 | — | 17 818 | 7 511 |
| Provisions pour risques et charges | | | | |
| Pour pertes de change | 102 | 820 | 102 | 820 |
| Provisions pour impôts | 6 350 | 829 | 488 | 6 691 |
| Autres provisions | 2 644 | 1 110 | 116 | 3 638 |
| Total 2 | 9 096 | 2 759 | 706 | 11 149 |
| Provisions pour dépréciation | | | | |
| Sur immobilisations incorporelles | 6 000 | — | — | 6 000 |
| Sur immobilisations financières | 77 800 | 65 936 | 29 259 | 114 477 |
| Autres | 31 586 | — | 781 | 30 805 |
| Total 3 | 115 386 | 65 936 | 30 040 | 151 282 |
| TOTAL GÉNÉRAL | 149 811 | 68 695 | 48 564 | 169 942 |

PROVISION POUR IMPLANTATION À L'ÉTRANGER

La provision pour implantation à l'étranger, constituée lors de l'acquisition de la société Austin Nichols en 1980 par Pernod Ricard, est rapportée aux résultats par cinquième depuis l'exercice 1986.

PROVISIONS POUR IMPÔTS

Le poste provisions pour impôts représente les impôts différés en application du régime fiscal des fusions ou de l'intégration fiscale. Les taux d'imposition retenus sont ceux en vigueur au 31.12.1990.

PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION

• Immobilisations financières

La provision sur les titres de participation JFA Pampryl a été reprise pour partie en raison de la poursuite de l'amélioration de la situation de cette société.

Les titres de Pernod Ricard Australia ont été dépréciés en raison de la forte baisse du dollar australien par rapport au Franc Français depuis l'acquisition par Pernod Ricard, et en raison du résultat déficitaire en 1990 des sociétés australiennes détenues par Pernod Ricard Australia.

• Autres

Les titres acquis dans le cadre des plans d'option d'achat mis en place en 1986, 1988 et 1989 ont été évalués par référence à la valeur d'achat des titres par les bénéficiaires.

NOTE 5 - ÉTAT DES ÉCHÉANCES DES CRÉANCES ET DES DETTES

1) CRÉANCES

| | Montant brut | Dont à un an au plus | Dont à plus d'un an |
|--|------------------|----------------------|---------------------|
| Actif immobilisé | | | |
| Créances rattachées à des participations | 2 435 603 | 29 244 | 2 406 359 |
| Prêts | 672 | — | 672 |
| Autres immobilisations financières | 3 456 | 3 058 | 398 |
| Actif circulant | 394 908 | 394 908 | — |
| Total général | 2 834 639 | 427 210 | 2 407 429 |

2) DETTES

| | Montant brut | Dont à un an au plus | Dont à plus d'un an et 5 ans au plus |
|--|------------------|----------------------|--------------------------------------|
| Emprunts obligataires non convertibles | 880 000 | 380 000 | 500 000 |
| Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit | 1 825 803 | 1 825 803 | — |
| Emprunts et dettes financières diverses | 94 644 | — | 94 644 |
| Dettes d'exploitation | 44 138 | 44 138 | — |
| Dettes diverses | 1 019 567 | 891 557 | 128 010 |
| Total général | 3 864 152 | 3 141 498 | 722 654 |

Pernod Ricard a souscrit auprès d'établissements financiers en décembre 1990, pour un montant total de 1 300 000 000 francs, des contrats de ligne de crédit confirmé pour une durée de 5 ans. A la date de clôture de l'exercice, aucune utilisation de ces lignes de crédit n'était en cours.

NOTE 6 - ÉLÉMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DU BILAN

| Postes du bilan (Valeur brute) | Montant concernant les entreprises | |
|--|------------------------------------|---|
| | liées | avec lesquelles la société a un lien de participation |
| Participations | 3 806 134 | 919 740 |
| Créances rattachées à des participations | 2 435 603 | — |
| Créances clients et comptes rattachés | 70 398 | — |
| Autres créances | 112 262 | 655 |
| Emprunts et dettes financières diverses | — | 94 644 |
| Dettes fournisseurs et comptes rattachés | 11 143 | — |
| Autres dettes | 957 444 | — |

NOTE 7 - RÉÉVALUATION

VARIATION DE LA PROVISION SPÉCIALE DE RÉÉVALUATION

La reprise de provision s'élève à 75 564 francs.

NOTE 8 - PRODUITS À RECEVOIR

| Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan | Montant |
|--|---------------|
| Créances rattachées à des participations | 12 916 |
| Créances clients et comptes rattachés | 71 813 |
| Autres créances | 5 338 |
| Disponibilités | 202 |
| Total | 90 269 |

CHARGES À PAYER

| Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan | Montant |
|--|---------------|
| Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit | 45 361 |
| Dettes financières diverses | 2 327 |
| Dettes fournisseurs et comptes rattachés | 10 627 |
| Dettes fiscales et sociales | 6 138 |
| Autres dettes | 15 767 |
| Total | 80 220 |

NOTE 9 - COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 31.12.1990, le capital social se compose de 11 747 221 actions de valeur nominale F 80 soit F 939 777 680.

NOTE 10 - VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

| | Total | Résultat courant | Résultat exceptionnel |
|--|----------------|------------------|-----------------------|
| Résultat avant impôt | 619 802 | 324 432 | 295 370 |
| Impôt avant intégration | 20 030 | 80 233 | (60 203) |
| Gain net d'intégration fiscale | 10 482 | | |
| Supplément d'impôt sur distribution (21 842) | | | |
| Résultat après impôt | 628 472 | | |

NOTE 11 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

| ENGAGEMENTS DONNÉS | Montant |
|--|------------------|
| Cautions concernant les filiales | 1 008 087 |
| Autres | — |
| Total | 1 008 087 |
| CONTRAT DE CESSION-BAIL | |
| Valeur de cession des biens | 140 000 |
| Durée du contrat | 15 ans |
| Redevances cumulées payées au 31.12.1990 | 51 727 |
| Redevances restant dues | 154 447 |
| • dont à moins de 1 an | 26 552 |
| • de 1 an à 5 ans | 68 750 |
| • à plus de 5 ans | 59 145 |
| Valeur de rachat en fin de contrat | nulle |
| Amortissements économiques en 1990 | 702 |

Contrats de garantie de taux

Comme mentionné dans la note 1.I), Pernod Ricard a souscrit des contrats de garantie de taux dont les principales caractéristiques au 31 décembre 1990 sont comme suit :

| (en francs) | Collar 1 | Collar 2 | Collar 3 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Montant | 500 000 000 | 500 000 000 | 500 000 000 |
| Taux garantis : | | | |
| • plafond | 9,50 % | 9,50 % | 10,00 % |
| • plancher | 6,50 % | 6,50 % | 8,50 % |
| Durée | 3 ans | 3 ans | 3 ans |
| Départ | 1/04/1989 | 1/05/1989 | 1/11/1990 |
| Échéance | 30/3/1992 | 30/04/1992 | 31/10/1993 |

NOTE 12 - ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS

| Nature des différences temporaires | Montant d'impôt |
|--|-----------------|
| Accroissements | |
| Provisions pour impôts : | |
| • Plus-value de fusion 1976 | 2 296 |
| Charges à répartir sur plusieurs exercices : | |
| • Frais d'émission d'emprunt | 1 217 |
| Accroissement de la dette future d'impôts | 3 513 |
| Allègements | |
| Provisions non déductibles l'année de comptabilisation : | |
| • Organic | 96 |
| • Indemnités de départ à la retraite | 1 154 |
| Allègement de la dette future d'impôts | 1 250 |

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 1990, soit 37%.

NOTE 13 - EFFECTIF MOYEN 1990

| | Personnel salarié | A disposition de l'entreprise |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| Cadres | 24 | — |
| Agents de maîtrise et techniciens | 8 | — |
| Employés | 13 | 2 |
| Total | 45 | 2 |

NOTE 14 - TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS au 31 DÉCEMBRE 1990

| Chiffres en milliers de francs | Capital | Capitaux propres avant affectation des résultats | Quote-part du capital (en %) | Valeur comptable des titres détenus | | Prêts | Cautions et avals | Chiffre d'affaires hors taxes | Résultat net | Dividendes encaissés |
|--|-----------|--|------------------------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-------------------|-------------------------------|--------------|----------------------|
| | | | | Brute | Nette | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| Participations dont la valeur d'inventaire excède 1% du capital de Pernod Ricard | | | | | | | | | | |
| Ricard, 4 et 6, rue Berthelot - 13014 Marseille | 350 000 | 1 170 872 | 100,00 | 440 981 | 440 981 | — | — | 2 605 691 | 333 490 | 304 499 |
| Austin Nichols, 156, East 46th Street New York - NY 10017 (USA) | 5 | 1 225 046 | 100,00 | 1 102 785 | 1 102 785 | — | — | 1 057 273 | 89 469 | — |
| Pernod, 120, av. du Maréchal Foch 94015 Créteil | 215 000 | 605 087 | 100,00 | 272 771 | 272 771 | — | — | 1 507 137 | 135 754 | 89 224 |
| Cusenier, 142, boulevard Haussmann 75008 Paris | 236 160 | 316 776 | 100,00 | 251 946 | 251 946 | — | — | 643 176 | 17 825 | 12 333 |
| Compagnie Française des Produits Orangina 1, La Canebière - 13001 Marseille | 65 505 | 305 463 | 99,93 | 258 861 | 258 861 | — | — | 374 031 | 108 697 | 85 457 |
| SEGM, 2, rue de Solférino - 75007 Paris | 235 000 | 281 432 | 100,00 | 238 779 | 238 779 | 71 800 | — | 411 098 | 14 213 | — |
| CSR, 142, boulevard Haussmann - 75008 Paris | 58 457 | 169 163 | 99,16 | 101 773 | 101 773 | — | 750 | 470 688 | 22 615 | 28 228 |
| Campbell, West Byrehill, Kilwinning Ayrshire KA 136 LE (Ecosse) | 73 171 | 311 456 | 71,09 | 83 684 | 83 684 | — | — | 604 942 | 57 846 | — |
| Santa Lina - Route du Soleil Levant 20000 Ajaccio | 21 250 | 486 575 | 99,96 | 44 229 | 44 229 | 525 269 | — | — | 8 592 | — |
| JFA, 12, rue François Mignotte 21700 Nuits-St-Georges | 1 017 | 107 663 | 99,32 | 143 580 | 106 931 | 60 000 | 4 750 | 642 427 | 34 879 | — |
| Résidences de Cavalière - 83290 Cavalière | 20 600 | 32 856 | 99,98 | 20 501 | 20 501 | 28 046 | — | 34 218 | 7 443 | — |
| Société des Vins de France 25-33, route principale du Port 92231 Gennevilliers | 64 500 | 166 317 | 89,73 | 94 534 | 94 534 | 35 000 | — | 1 979 422 | 423 | — |
| Pernod Ricard Australia Grosvenor Place - 225, George Street - Level 8 Sydney 2000 (Australie) | 500 797 | 568 063 | 100,00 | 632 664 | 568 063 | — | — | 799 955 | (38 543) | — |
| Heublein Brazil - Rue Araporé 655 Jardin Guedella - Sao Paulo (Brésil) | 225 397 | 362 060 | 30,00 | 99 817 | 99 817 | — | — | 1 650 107 | 20 020 | 14 329 |
| Compagnie de Suez, 1, rue d'Astorg 75008 Paris | 9 775 527 | 36 000 000 | 2,15 | 869 603 | 869 603 | — | — | — | 2 612 000 | 17 890 |
| Renseignements globaux concernant les autres filiales et participations | | | | | | | | | | |
| Filiales | | | | | | | | | | |
| - Françaises | | | | 7 509 | 3 988 | — | | | | |
| - Étrangères | | | | 9 547 | 9 547 | 1 709 444 | | | | |
| Participations | | | | | | | | | | |
| - Françaises | | | | 13 527 | 13 527 | — | | | | |
| - Étrangères | | | | 13 570 | 3 864 | 3 800 | | | | |

*Part du Groupe Pernod Ricard

R É S U L T A T S F I N A N C I E R S

A U C O U R S D E S C I N Q D E R N I E R S E X E R C I C E S

| (en francs) | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 |
|--|----------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| Situation financière en fin d'exercice | | | | | |
| Capital social | 824 348 080 | 824 348 080 | 783 148 080 | 783 148 080 | 939 777 680 |
| Nombre d'actions émises | (1) 10 304 351 | 10 304 351 | (2) 9 789 351 | 9 789 351 | (3) 11 747 221 |
| Nombre d'obligations convertibles en actions | - | - | - | - | - |
| Résultat global des opérations effectuées | | | | | |
| Chiffre d'affaires hors taxes | 21 112 173 | 20 277 244 | 21 856 257 | 54 467 733 | 78 673 |
| Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions | 318 445 158 | 443 031 519 | 457 705 460 | 1 401 128 896 | 642 919 100 |
| Impôt sur les bénéfices | (54 250 546) | (48 431 663) | 12 475 372 | (76 386 659) | 8 669 928 |
| Bénéfice après impôts, amortissements et provisions | 319 294 485 | 428 224 770 | 515 045 983 | 1 350 543 612 | 628 471 677 |
| Montant des bénéfices distribués | 206 087 020 | 230 305 073 | 259 417 802 | 311 301 356 | 352 416 630 |
| Résultat des opérations réduit à une seule action | | | | | |
| Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions | 30,90 | 38,29 | 48,03 | 135,32 | 55,47 |
| Bénéfice après impôts, amortissements et provisions | 30,99 | 41,56 | 52,61 | 137,96 | 53,50 |
| Dividende versé à chaque action | 20,00 | 23,00 | 26,50 | 26,50 | 30,00 |
| Personnel | | | | | |
| Nombre de salariés | 44 | 42 | 44 | 43 | 47 |
| Montant de la masse salariale | 18 122 048 | 17 022 629 | 20 235 523 | 21 573 060 | 23 681 568 |
| Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux | 7 135 763 | 5 542 108 | 7 540 628 | 8 511 149 | 9 062 816 |

(1) Attribution d'une action gratuite pour quatre.

(2) Rachat par la société de 515 000 titres.

(3) Attribution d'une action gratuite pour cinq le 26 février 1990.

I N V E N T A I R E D E S V A L E U R S M O B I L I È R E S

A U 3 1 D É C E M B R E 1 9 9 0

(en francs)

| Valeurs françaises dont la valeur d'inventaire est supérieure à F 100 000 | Nombre de titres | Valeur d'inventaire nette |
|---|------------------|---------------------------|
| Compagnie de Suez | 2 808 019 | 869 602 729 |
| Compagnie de Suez (bons autonomes) | 2 521 298 | 25 212 980 |
| Ricard | 1 749 992 | 440 980 868 |
| Pernod | 2 149 986 | 272 770 546 |
| CFP Orangina | 11 902 | 258 861 144 |
| Cusenier | 1 311 990 | 251 946 016 |
| SEGM | 999 990 | 238 778 544 |
| JFA Pampryl | 101 040 | 106 931 000 |
| CSR | 429 376 | 101 772 895 |
| SVF | 578 764 | 94 534 466 |
| Santa Lina | 15 619 | 44 228 721 |
| Les résidences de Cavalière | 205 950 | 20 500 950 |
| Soginnove | 50 000 | 5 000 000 |
| Agrinova | 35 000 | 3 650 000 |
| E.V.C. | 790 | 2 715 625 |
| Idianova | 20 311 | 1 944 500 |
| Galibert et Varon | 4 991 | 770 509 |
| Tastel | 4 994 | 499 400 |
| Pronatec | 2 000 | 250 000 |
| Germe | 750 | 150 000 |
| Sogéri (parts) | 100 | 125 208 |
| Sous-total | | 2 741 226 101 |
| Autres titres sociétés françaises | | 38 481 |
| Participations dans les sociétés immobilières non cotées en Bourse | | 2 371 385 |
| Participations dans les sociétés étrangères non cotées en Bourse | | 1 867 760 995 |
| TOTAL GÉNÉRAL | | 4 611 396 962 |

RAPPORT GÉNÉRAL

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales des 13 juin 1986 et 11 juin 1987, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Société Pernod Ricard, tels qu'ils sont annexés au présent rapport,
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1990.

I - OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons procédé au contrôle des comptes annuels en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires, selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de votre Société à la fin de l'exercice.

II - VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la Loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur

- la sincérité
- et la concordance avec les comptes annuels

des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Nous vous indiquons que les informations relatives à l'identité des détenteurs du capital prévues à l'article 356-3 de la loi du 24 juillet 1966 figurent dans le rapport de gestion.

Paris, le 8 avril 1991

Les Commissaires aux Comptes :

Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot

Louis Genot

Alain Genot

Cabinet Robert Mazars

Patrick de Cambourg

Frédéric Allilaire

RAPPORT SPÉCIAL

Mesdames, Messieurs,

En application de l'Article 103 de la Loi du 24 juillet 1966, nous portons à votre connaissance les conventions visées à l'Article 101 de cette Loi et préalablement autorisées par votre Conseil d'Administration.

I - CONVENTIONS CONCLUES AU COURS DE L'EXERCICE

- Octroi d'un prêt sans intérêt à JFA Pampryl (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard et M. Thierry Jacquillat), d'un montant de 60 millions de francs, pour aider cette société à financer l'acquisition de SIB-Agruma. Ce prêt portera intérêt à compter du 1^{er} janvier 1991 (autorisation séance du 30 mars 1990).

- Transfert à Ricard (Administrateur commun : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard) de la participation de Pernod Ricard dans Castillon Renault pour son prix d'acquisition (autorisation séance du 26 septembre 1990).

- Acquisition auprès de Austin Nichols (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, M. Thierry Jacquillat) le 25 mai 1990 de sa participation de 30% dans Heublein Brazil pour un prix de 17 800 000 \$ US (autorisation séance du 30 mars 1990).

II - CONVENTIONS CONCLUES AU COURS D'EXERCICES PRÉCÉDENTS ET DONT L'EXÉCUTION S'EST POURSUIVIE DURANT L'EXERCICE

1) Il convient de noter le maintien en totalité ou en partie de divers prêts, avances ou cautions consentis antérieurement aux sociétés suivantes :

- Santa Lina (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard et M. Thierry Jacquillat) dont le compte présente au 31 décembre 1990 un solde débiteur de F 525 268 946.

- JFA Pampryl (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard et M. Thierry Jacquillat) la caution donnée au Crédit National s'élève à F 6 200 000 au 31 décembre 1990.

- Société des Vins de France (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard et M. Thierry Jacquillat) dont le compte présente un solde débiteur de F 35 000 000.

- Cidrieres et Sopagly Réunion (Administrateurs communs : M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard) pour laquelle la caution donnée au Crédit National s'élève à F 1 000 000 au 31 décembre 1990.

- Comrie (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat) avance non rémunérée dont le solde est débiteur de F 1709444168 au 31 décembre 1990 et bénéficiant d'une caution donnée à la Société Générale en garantie des obligations (Loans notes) pour un montant de F 1027431000 au 31 décembre 1990.

- Société pour l'Exportation de Grandes Marques (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard). Prêts d'un montant total de F 157600000 dont F 105000000 sans intérêt.

2) Votre Société a facturé aux sociétés suivantes, au titre de l'exercice, des royalties en vertu des accords de concession de licences de marques approuvés par votre Conseil d'Administration.

- Ricard (Administrateur commun: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard) pour un montant total de F 129775578 (HT).

- Pernod (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard, M. Bernard Cambournac et M. François Gérard) pour un montant total de F 71817988 (HT).

- Société pour l'Exportation de Grandes Marques (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard) pour un montant total de F 11514902 (HT).

- Cusenier (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard, représentant permanent de Pernod Ricard, M. François Gérard et M. Bernard Cambournac) pour un montant total de F 4395686 (HT).

- Cidrieres et Sopagly Réunies (Administrateurs communs: M. Patrick Ricard et M. Thierry Jacquillat, représentant permanent de Pernod Ricard) pour un montant total de F 17049968 (HT).

Paris, le 8 avril 1991

Les Commissaires aux Comptes:

Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot

Louis Genot

Alain Genot

Cabinet Robert Mazars

Patrick de Cambourg

Frédéric Allilaire

PREMIÈRE RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, lecture entendue du rapport de gestion et des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice clos le 31 décembre 1990 et après que lui aient été présentés le compte de résultat, le bilan et les annexes afférents à cet exercice, et faisant apparaître un solde bénéficiaire de F 628 471 676,72 approuve tels qu'ils sont présentés ces comptes, bilan, annexes et toutes les opérations qu'ils traduisent.

DEUXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale approuvant l'affectation des résultats proposée par le Conseil d'Administration constate que le bénéfice distribuable de l'exercice se calcule comme suit :

| | |
|---------------------------------------|-------------------------|
| • résultat bénéficiaire de l'exercice | F 628 471 676,72 |
| • report à nouveau créditeur | F 340 209 721,78 |
| Montant distribuable | F 968 681 398,50 |

et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :

| | |
|---|-------------------------|
| • dotation à la réserve légale prélevée sur les plus-values à long terme de l'exercice | F 11 542 960,00 |
| • dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme | F 241 793 929,00 |
| • somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende, une somme égale à 6 % du capital social, soit | F 56 386 660,80 |
| • somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire la somme de | F 296 029 969,20 |
| • le solde étant reporté à nouveau, soit | F 362 927 879,50 |
| Montant affecté | F 968 681 398,50 |

Elle fixe donc à F 30,00 pour chacune des 11 747 221 actions composant le capital social, le dividende de l'exercice, ouvrant droit à un avoir fiscal de F 15,00 par action. Le dividende total de l'exercice s'élève à F 45,00. Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'options d'achat d'actions, seront déduits du dividende global et seront affectés au compte "Report à Nouveau".

L'Assemblée Générale décide que ce dividende, correspondant au coupon n° 68, sera mis en paiement le 21 mai 1991 :

- par chèque barré pour les actions inscrites en compte "Nominatif Pur",

- par crédit en compte auprès des banques, sociétés de bourse et établissements financiers dépositaires des titres pour les actions au "Porteur" ou inscrites en compte "Nominatif Administré",

et ce, pour le montant sus-indiqué de F 30,00 par action, diminué de l'acompte de F 13,50 mis en distribution le 14 janvier 1991.

L'Assemblée Générale donne acte au Conseil d'Administration que, conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code Général des Impôts, il lui a été précisé 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 |
|-----------|------------------|-------------|--------------|---------------|
| 1987 | 9 789 351 | F 23,00 | F 11,50 | F 34,50 |
| 1988 | 9 789 351 | F 26,50 | F 13,25 | F 39,75 |
| 1989 | 11 747 221 | F 26,50 | F 13,25 | F 39,75 |

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 1990.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1990.

CINQUIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit la Société Paul Ricard, en qualité d'Administrateur, 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 1996.

SIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation, en qualité d'Administrateur, de Monsieur Albert Frère, en remplacement de Monsieur François Laporte Bisquit, Administrateur démissionnaire. Monsieur Albert Frère exercera ses fonctions pendant la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1995.

SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation, en qualité d'Administrateur, de Monsieur Bernard Foussier, en remplacement de

Monsieur Claude Foussier, Administrateur démissionnaire. Monsieur Bernard Foussier exercera ses fonctions pendant la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1994.

HUITIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale décide de porter à F1768000 (un million sept cent soixante huit mille francs) pour l'exercice 1991, la valeur globale des jetons de présence du Conseil d'Administration fixée à F1706000 par l'Assemblée Générale Ordinaire du 10 mai 1989.

Cette allocation, dont le Conseil fixera comme il l'entendra la répartition entre ses membres, sera portée aux charges d'exploitation et maintenue d'année en année, jusqu'à la nouvelle décision de l'Assemblée Générale.

NEUVIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, en application des dispositions visées aux articles 217-2 et suivants de la Loi du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales, après avoir entendu la lecture du rapport de gestion :

1) autorise la Société, pour une durée de dix-huit mois à compter du jour de la présente Assemblée, à acheter en Bourse 587000 actions Pernod Ricard, au prix maximum de F1500, et les vendre en Bourse au prix minimum de F1000 en vue de régulariser leur cours;

2) donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration, dans les limites ci-dessus fixées, à l'effet d'accomplir, ou faire accomplir, toutes opérations s'inscrivant dans le cadre de la présente résolution, effectuer toutes formalités requises, notamment tenir un registre des achats et des ventes, fournir dans son rapport à l'Assemblée Générale Ordinaire toutes informations requises par la loi à ce sujet, et généralement, faire le nécessaire.

Cette autorisation rend caduque celle de même nature décidée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 17 mai 1990.

DIXIÈME 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.

Conception, rédaction :
Direction de la Communication Pernod Ricard

S.D.E.
Conseil en Information
64, rue de la Rochefoucault - 75009 Paris - Tél. : 42.85.71.11

Illustrations :
Service photographique Pernod Ricard



J. C. Warrick