Pernod Ricard 1995

Sommaire

Message du Président	**2**
Chiffres clés	**4**
Organigramme	**6**
Présentation du Groupe	**8**
L'année en revue	**10**
Stratégie de développement : cinq exemples	**14**
L'année boursière	**32**
L'année sociale	**34**
Les comptes	**37**

COUVERTURE : ŒUVRE ORIGINALE DE LOUIS DAROCHA.

Louis DAROCHA est né au Portugal, il vit et travaille à Paris depuis la fin des années soixante.

Son travail s'ouvre aux influences des grands mouvements de l'art occidental du XXème siècle, mais se nourrit aussi de l'apport des Anciens et du corpus grec. La poésie et l'imaginaire règnent dans ses oeuvres exemptes de tout formalisme.

À l'occasion de la prise de contrôle du distributeur portugais SOMAGNUM par PERNOD RICARD, Louis DAROCHA a fait figurer sur sa toile ce qui évoque pour lui son pays : les paysages et monuments célèbres, la proue peinte des barques, les maisons colorées et bien sûr les fameux *azulejos*.

(Huile sur toile - 1996 - Collection PERNOD RICARD)

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 Hémard
Monsieur Thierry Jacquillat
Madame Danièle Ricard
Monsieur Arthur Veil Picard

Société Paul Ricard

Représentant permanent

Madame Béatrice Baudinet

Message du Président

Alors même que notre résultat net de l'année 1995 est en léger recul par rapport à celui de 1994, l'exercice passé illustre, paradoxalement, très bien la stratégie de PERNOD RICARD.

Dans un environnement toujours difficile en France et contrasté à l'étranger, nous avons, grâce à l'internationalisation et au développement dans le sans alcool, obtenu des résultats commerciaux globalement honorables, et dans nombre de secteurs très satisfaisants. Nous avons dans le même temps continué notre politique volontariste de réduction de coûts. Or, les effets positifs d'une activité bien orientée ne se retrouvent pas en 1995, dans la dernière ligne de notre compte de résultat consolidé.

En effet, l'appréciation du Franc par rapport à la plupart des monnaies étrangères a lourdement pesé sur nos comptes ainsi que la situation difficile de certains pays dans lesquels nous sommes implantés (Mexique, Argentine et Japon). Se développer, mais aussi mieux répartir les risques et ne pas être dépendants d'un seul marché, si profitable soit-il, a été l'un des objectifs de PERNOD RICARD depuis 20 ans. Mais répartir ses risques ne signifie pas les supprimer. Et ceux liés aux écarts de conversion sont la rançon de nos efforts pour être présents sur tous les marchés importants. Ce qui nous a pénalisé hier peut tout aussi bien nous avantager demain et PERNOD RICARD considère que sa stratégie n'en est pas moins la bonne, à moyen et long terme.

Patrick Ricard
Président-directeur général

D'autres facteurs, comme la hausse des taux d'intérêts et du taux d'imposition et les troubles sociaux en France sont intervenus dans la baisse de 3,8 %, moins forte qu'annoncée, du résultat net.

Mais cela ne doit pas occulter le dynamisme dont le Groupe et ses filiales ont continué à faire preuve en cette année 1995, tant en France qu'à l'étranger.

Progression de nos marques clefs de spiritueux en France, croissance des volumes à l'étranger dans les spiritueux et le sans alcool sont le résultat des efforts constants des équipes de PERNOD RICARD. Par création ou acquisition, nous avons continué de construire notre réseau de distribution.

Malgré un contexte morose, nous n'avons donc pas cessé de garder le cap afin de bénéficier le moment venu de l'amélioration de la conjoncture.

Pendant toute l'année 1995 et selon un principe de prudence qui a toujours été le nôtre, nous n'avons pas anticipé une future reprise de la consommation en France. Aucune prévision n'a donc été communiquée lors de l'Assemblée Générale, et une baisse prévisible du résultat net a été annoncée en septembre 1995. La Bourse a durement sanctionné ces annonces, alors que les fondamentaux qui font l'attrait du titre PERNOD RICARD restaient identiques. Au début de l'année 1996, au fur et à mesure que les chiffres d'affaires et les prévisions de résultat 1995 du secteur agro-alimentaire étaient publiés, la Place a pu mieux apprécier les performances de PERNOD RICARD, et notre titre a rencontré à nouveau l'intérêt des investisseurs.

Cette exigence de transparence, même si elle nous a temporairement pénalisés, restera notre ligne de conduite, car elle a contribué à fidéliser les actionnaires qui ont accompagné notre développement.

Stratégie du Groupe Pernod Ricard

Né en 1975 du rapprochement des deux principales sociétés françaises de spiritueux anisés, PERNOD RICARD s'est, dès sa création, fixé trois objectifs stratégiques :

Conforter le leadership du Groupe sur le marché français

La France est le second marché mondial des spiritueux. PERNOD RICARD y a développé, grâce à RICARD, PASTIS 51 et PERNOD, le marché des anisés où sa part est de 55 %. Par une politique dynamique de marques (cf. pages 14 à 17), les anisés continuent d'être le spiritueux préféré des Français.

Le Groupe s'est implanté avec succès sur le marché des whiskies, notamment avec CLAN CAMPBELL qui s'est hissé en quelques années à la troisième place des meilleures ventes de whisky de marque, mais aussi avec les whiskeys irlandais JAMESON et BUSHMILLS et avec le Single malt ABERLOUR. Il tient également de solides positions sur le marché des apéritifs à base de vin et des vins doux naturels.

Développer l'activité internationale dans le secteur des spiritueux

Les vins et spiritueux à l'international représentent aujourd'hui 27 % du chiffre d'affaires. PERNOD RICARD s'est développé à la fois par la création et l'acquisition de réseaux de distribution et de grandes marques.

C'est ainsi que PERNOD RICARD s'est implanté entre 1985 et 1995 sur vingt-six marchés importants (cf. pages 30 et 31). Présent sur les cinq continents, le Groupe, qui est désormais directement implanté dans tous les pays d'Europe, continue son développement, notamment sur les marchés à forte croissance.

PERNOD RICARD est aujourd'hui un groupe international aux activités diversifiées.

Leader mondial des anisés

N° 6 mondial des vins et spiritueux

RICARD : 3ème marque mondiale de spiritueux

Leader mondial des préparations de fruits

Orangina : 2ème soft drink à l'orange en Europe

Premier producteur français de boissons aux fruits,cidres, jus de raisin

Premier exportateur de vin australien

(classements en volume - Sources Impact et Canadean)

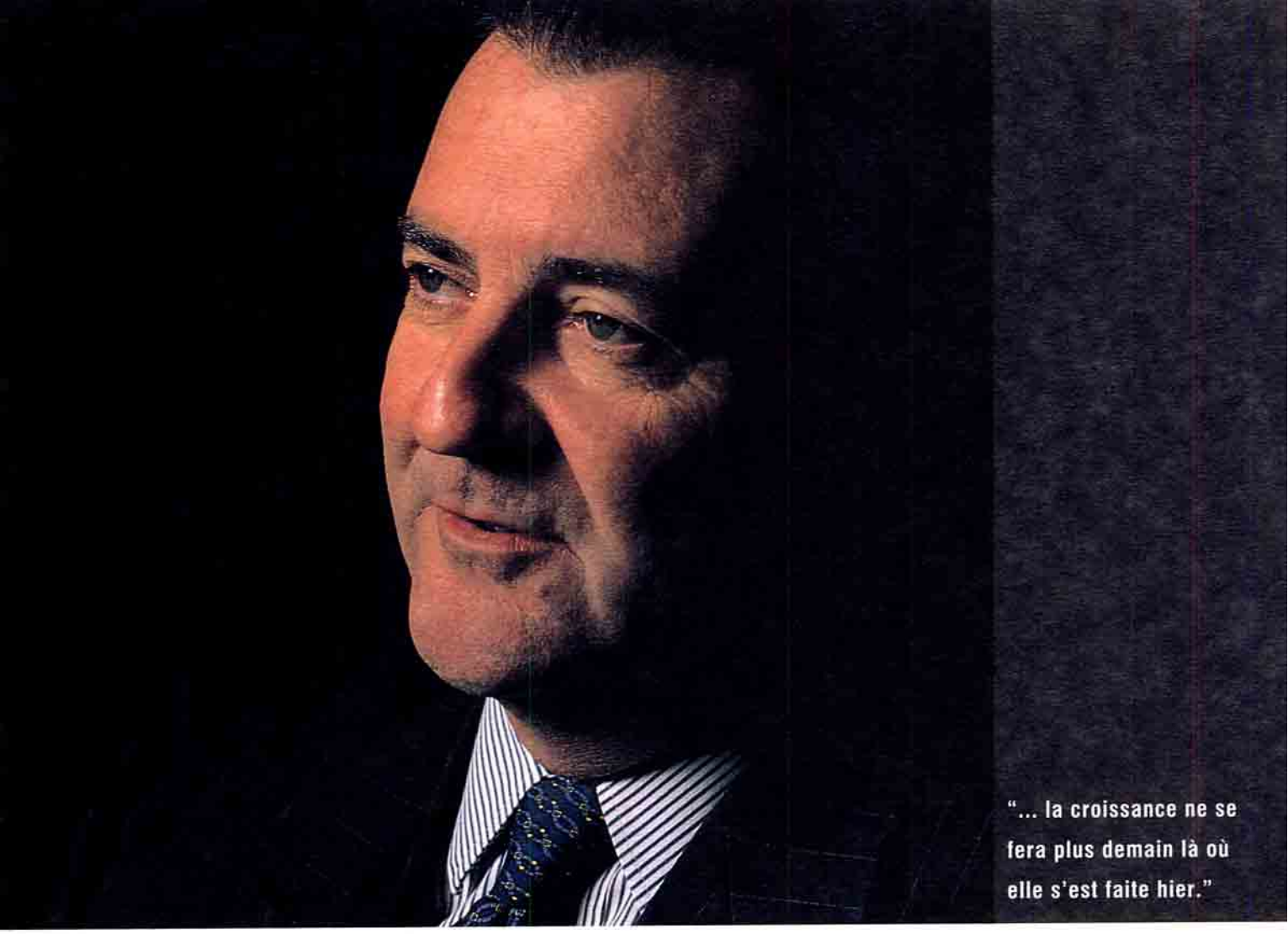
Grâce à ses implantations, PERNOD RICARD a pu développer ses grandes marques à l'international et y obtenir de beaux succès, avec, entre autres, ses spiritueux anisés, ses whiskeys irlandais (cf. pages 18 à 21) et ses vins australiens.

Développer les activités sans alcool

De la même façon, le Groupe a choisi de développer ses activités sans alcool par des acquisitions et des extensions géographiques.

Douze ans après l'acquisition de l'ensemble des activités d'ORANGINA par PERNOD RICARD, le premier soft drink à l'orange français est devenu numéro deux sur le marché européen (cf. pages 26 à 29). Avec la forte croissance aux U.S.A. de la boisson chocolatée YOO-HOO, le Groupe a prouvé sa capacité à intervenir sur un des marchés les plus concurrentiels du monde (cf. pages 22 à 25).

En complémentarité du métier premier de PERNOD RICARD, SIAS-MPA qui produit et commercialise des préparations aux fruits destinées à l'industrie agro-alimentaire, a participé activement à la croissance du pôle sans alcool du Groupe.



"... la croissance ne se fera plus demain là où elle s'est faite hier."

C'est avec eux, et avec ceux qui les rejoindront, que le Groupe doit envisager son avenir. Il est aujourd'hui dans le peloton de tête des sociétés mondiales de son secteur ; mais il est aussi dans le cercle plus restreint des sociétés contrôlées, et qui ont vocation à le rester. Sa structure financière est saine, et il a les moyens de sa croissance, disposant de réseaux de distribution sur la plupart des marchés importants et d'une gamme complète de produits de marque.

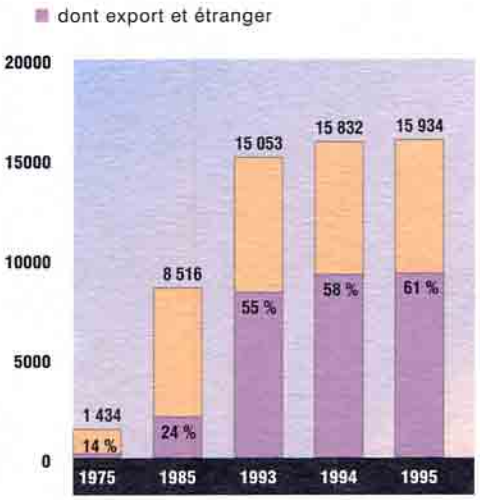
Compte-tenu de ces éléments, je considère que le GROUPE PERNOD RICARD a les moyens de continuer à se développer seul et de manière profitable, dans le respect de son identité et de la stratégie définie à sa création.

Mais si PERNOD RICARD garde bien la même stratégie, son visage change car la croissance ne se fera plus demain là où elle s'est faite hier. Aujourd'hui l'Europe est, devant la France, notre premier marché. Il y a plus de collaborateurs du Groupe à l'étranger qu'en France, et surtout, nous avons la capacité de développer des marques mondiales.

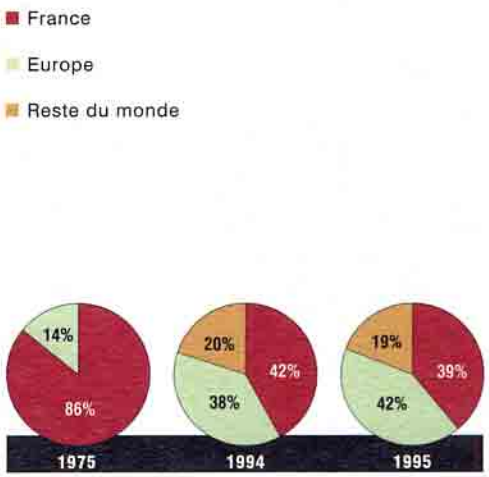
Notre objectif est clair et notre stratégie affirmée pour 1996 et les années qui suivent.
Reste à souhaiter que cette volonté forte soit accompagnée d'une amélioration des facteurs conjoncturels pour que PERNOD RICARD retrouve en 1996 les chemins d'une croissance de ses profits.

Chiffres-clés

Chiffre d'affaires consolidé H.D.T. en millions de francs

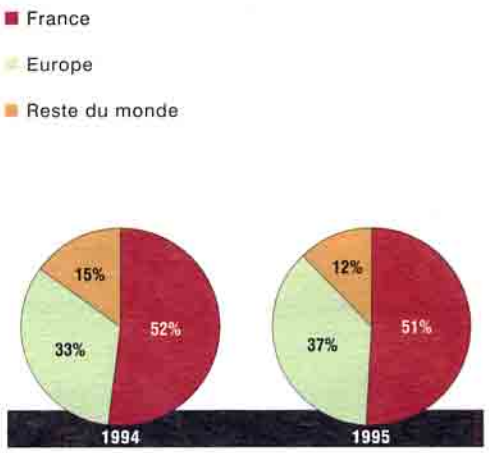


Répartition du chiffre d'affaires H.D.T. par zone géographique



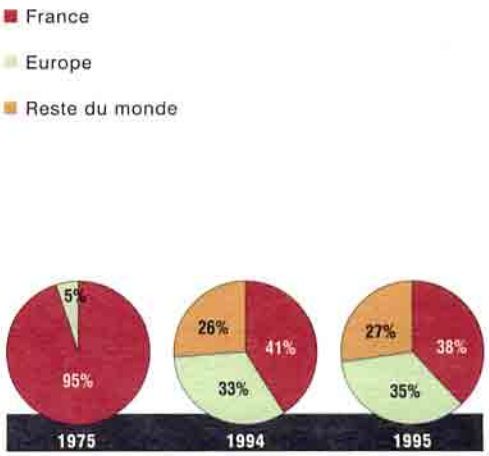
Résultat courant consolidé en millions de francs

Résultat opérationnel par zone géographique



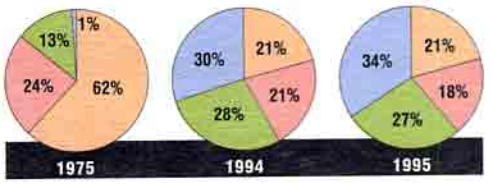
Résultat net consolidé part du Groupe en millions de francs

Répartition des effectifs par zone géographique



Répartition du chiffre d'affaires H.D.T. par secteur d'activité

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



Résultat net part du Groupe par action : 19,56 francs

Dividende 1995 : 8,00 francs par action

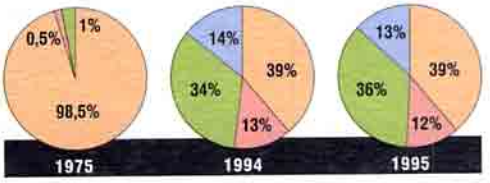
Évolution du titre du 31.12.94 au 31.12.95 : -10,90 %

Capitalisation boursière moyenne 1995 17 681 millions de francs

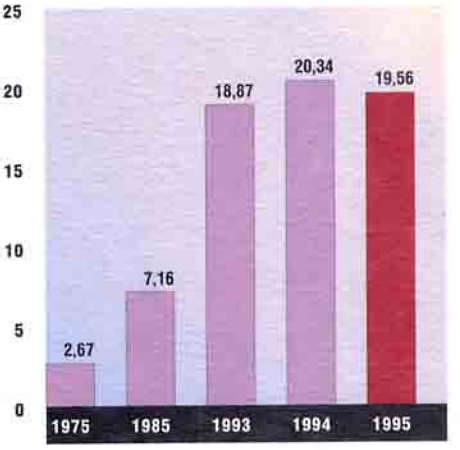
Nombre d'actions : 56 386 660

Résultat opérationnel par secteur

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



Résultat net part du Groupe par action en francs

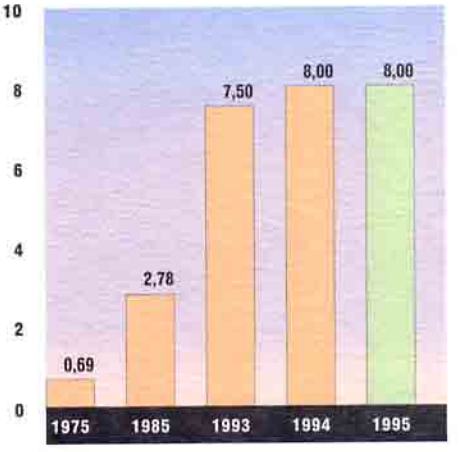


Effectif 1995 : 11 575 (dont 4 462 en France)

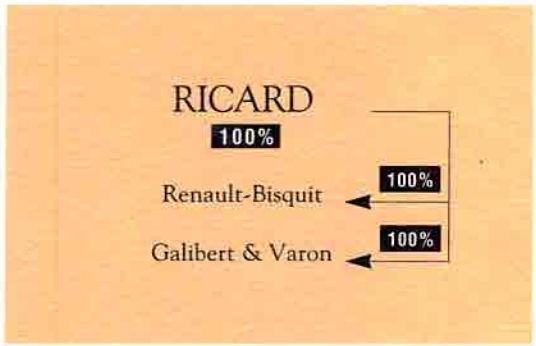
Unités de production : 71 dont 29 en France 42 à l'étranger

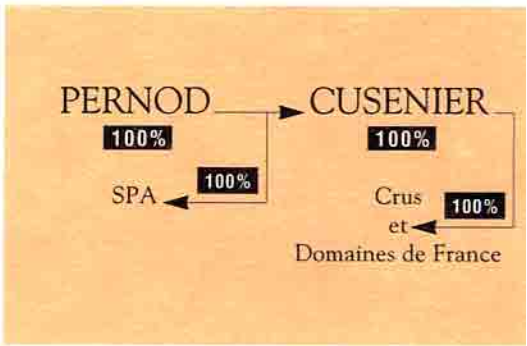
Tonnage de fruits et plantes transformés 2 millions de tonnes

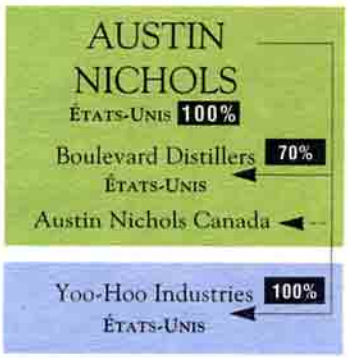
Dividende net ajusté par action en francs



Organigramme du Groupe







Organigramme du Groupe

Présentation du Groupe Pernod Ricard

Marques principales

SPIRITUEUX ANISÉS ET AMERS :

RICARD,
PERNOD,
PASTIS 51,
SUZE,
RAMAZZOTTI

WHISKIES ÉCOSSAIS, IRLANDAIS, CANADIENS ET BOURBONS :

CLAN CAMPBELL,
ABERLOUR,
WILD TURKEY,
JAMESON,
BUSHMILLS,
PADDY,
POWER'S
ROYAL CANADIAN,
WHITE HEATHER

EAUX-DE-VIE :

COGNACS BISQUIT et RENAULT,
ARMAGNAC MARQUIS de MONTESQUIOU,
CALVADOS BUSNEL

ALCOOLS BLANCS :

RON HAVANA CLUB,
CORK DRY GIN,
VODKA ALTAÏ,
HUZZAR et PETROFF

LIQUEURS :

SOHO,
ALASKA,
ZOCO,
LIQUEURS CUSENIER et EOLIKI,
ROYAL DUTCH ADVOCAAT,
MILLWOOD

APÉRITIFS À BASE DE VIN ET VINS DOUX NATURELS :

CINZANO*,
DUBONNET,
BYRRH,
AMBASSADEUR,
BARTISSOL,
VABÉ,
PORTO CINTRA,
KUEI HUA CHEN CHIEW

VINS DU MONDE :

JACOB'S CREEK
SAINT HUGO,
WYNDHAM,
COOLABAH,
ARNALDO B. ETCHART,
ETCHART TORRONTES,
LONG MOUNTAIN,
DRAGON SEAL,
ALEXIS LICHINE,
CRUSE

* Pour la France

Les métiers de Pernod Ricard

- Produire, développer et animer des marques de boissons qui s'associent, à tqute heure de la journée et de la nuit, à chaque événement de la vie des consommateurs du monde entier.
- Produire des préparations de fruits et de légumes destinées à l'industrie agro-alimentaire.

La Société holding Pernod Ricard

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, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication.

Le mode de direction est fondé sur la décentralisation : la structure de la société-mère est extrêmement légère.

La société-mère favorise les synergies entre les filiales dans le respect de leur identité propre et s'est dotée d'un des plus importants centres de recherche de l'industrie mondiale des boissons et de l'aromatique.

PERNOD RICARD a concédé à certaines de ses filiales l'exploitation des marques dont elle est propriétaire. Les revenus de la société sont composés des redevances perçues au titre de ces marques et des dividendes versés par les filiales et participations. Par ailleurs, PERNOD RICARD est mandaté par ses filiales françaises pour effectuer pour leur compte leurs achats d'espaces publicitaires.

Organisation du Groupe

En terme d'organisation, sont directement rattachées à la holding PERNOD RICARD, les principales filiales de production du Groupe en France et hors de France. Ces sociétés possèdent leurs propres filiales qu'elles gèrent de façon autonome.

Plusieurs de ces sociétés produisent et animent au plan mondial les grandes marques du Groupe dont elles ont la responsabilité. Ainsi, la société PERNOD produit, distribue et a la responsabilité des grandes orientations marketing de sa marque pour le monde entier. A l'inverse, sur son marché propre - la France - la société PERNOD aura-t-elle la charge de distribuer de grandes marques importées appartenant à d'autres sociétés du Groupe, comme BUSHMILLS ou WILD TURKEY par exemple.

Les marchés des principales filiales du Groupe

	RICARD	PERNOD	AUSTIN NICHOLS	CAMPBELL DISTILLERS	IRISH DISTILLERS	ORLANDO	SEGM	WBDF	ORANGINA	CSR PAMPRYL	SIAS-MPA
Spiritueux France	■	■									
Sans Alcool France									■	■	■
Spiritueux International	■	■	■	■	■	■	■	■			
Sans Alcool International			■		■				■		■

La SEGM (Société d'Exportation de Grandes Marques) est le réseau de distribution internationale du Groupe, qui gère et anime les filiales étrangères de PERNOD RICARD dont la vocation principale est la commercialisation de la gamme de spiritueux du Groupe.

Certaines de ses filiales produisent néanmoins des marques à vocation locale ou régionale, souvent à forte notoriété sur leurs marchés respectifs. Il s'agit de PRACSA (Espagne), RAMAZZOTTI (Italie), COOYMANS (Pays-Bas), LIZAS & LIZAS (Grèce), POLACEK (Autriche), BEIJING PERNOD RICARD WINERY (Chine), CUSENIER SAIC (Argentine).

World Brand Duty Free est responsable pour l'ensemble du Groupe de la commercialisation des marques de PERNOD RICARD par le canal de distribution duty free : boutiques d'aéroports, de ferries, avitaillement, etc...

Par ailleurs, d'autres filiales du Groupe interviennent sur des métiers autres que ceux de la boisson. Il s'agit notamment de SIAS-MPA et ses filiales, leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire, et de BWG, filiale d'Irish Distillers qui distribue des produits alimentaires en République d'Irlande et en Irlande du Nord.

VINS PÉTILLANTS BOISSONS PÉTILLANTES À BASE DE VIN ET RAISIN :
CANEI, CAFÉ DE PARIS, BLANCS DE FRUITS, CARRINGTON, CHAMEI, MAISON

CIDRES ET CIDERS :
LA CIDRAIE, LOIC RAISON, DUCHÉ de LONGUEVILLE, FLAGGER, E 33

BOISSONS RAFRAICHISSANTES SANS ALCOOL :
ORANGINA, BRUT DE POMME

JUS DE FRUITS ET NECTAR :
PAMPRYL

BOISSONS POUR ENFANTS :
YOO-HOO, CHAMPOMY, BANGA,

SIROPS ET CONCENTRÉS DE FRUITS SANS SUCRE :
SIROP CUSENIER, PACIFIC, AGRUMA, MINERVA

PRÉPARATIONS DE FRUITS, ARÔMES :
SIAS-MPA

Entretien avec Thierry Jacquillat, Directeur général

L'année en revue

Comment jugez-vous les résultats commerciaux de PERNOD RICARD ?

Plutôt bons compte-tenu d'un contexte difficile. Notre croissance interne de 4,5 % montre bien que dans la plupart des secteurs et sur de nombreux marchés, nous avons fait mieux que le marché. C'est particulièrement vrai à l'international où notre croissance en volume de ventes de sprituoux approche les 7 %. Malgré l'effet négatif de la conversion en francs français des comptes des filiales étrangères, le pourcentage de chiffre d'affaires réalisé hors de France atteint 61 % contre 39 % en France.

Au-delà de la description de l'activité de l'année telle qu'elle est exposée dans le rapport de gestion, je voudrais mettre en évidence quelques unes de ses caractéristiques.

D'abord, celle que l'anis est toujours un des axes majeurs de développement du Groupe, et non plus l'unique pilier de son activité comme en 1975. Le marché français s'est infléchi en 1995, mais ce n'est que la deuxième fois en vingt ans, et nos marques ont baissé moins que le marché. La forte augmentation des ventes à nos frontières à destination de la France permet même de penser que la consommation en France est restée la même en 1995 qu'en 1994.

Ensuite, le fait que PERNOD RICARD a démontré toujours davantage sa capacité à développer des marques fortes, internationales ou mondiales. Quelques exemples sont présentés plus loin : le développement méthodique d'ORANGINA, dont le potentiel est immense, la montée en puissance de l'irish whiskey JAMESON, ou le succès de la boisson chocolatée YOO-HOO sur le complexe marché américain.

D'autres réussites auraient pu être mises en exergue, comme le très bon démarrage de la marque de rhum cubain HAVANA CLUB dans notre réseau ou le beau parcours de WILD TURKEY en Asie.

C'est cela aujourd'hui la réalité de PERNOD RICARD et elle n'est pas toujours perçue à sa juste mesure.

Les grèves de fin d'année en France ont-elles pesé sur vos ventes ?

Sans nul doute, puisque nos principales marques ont fini l'année légèrement en retard alors qu'elles ont été en progression tout le long de l'année jusqu'en novembre. La grève des services publics a fait subir au Groupe une diminution estimée à environ 2 % de son résultat net. C'est énorme, même si on peut espérer un effet report sur 1996.

Vous avez fait état de difficultés dans plusieurs pays ?

Oui, et il s'agit fort heureusement de difficultés conjoncturelles qui sont la contrepartie inévitable de notre internationalisation.

Ainsi le Mexique, où nous sommes très présents avec les filiales de SIAS-MPA, a subi la tourmente monétaire que l'on sait, qui a eu des conséquences jusqu'en Argentine où nous sommes un des tout premiers intervenants sur le marché des boissons.

Au Japon, les difficultés économiques récentes se sont conjuguées avec une profonde modification du marché des spiritueux.

Quels sont les facteurs qui ont pesé défavorablement sur vos résultats ?

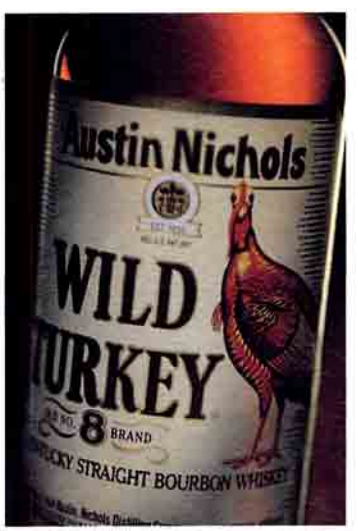
Avant de les citer, il convient de remarquer qu'ils sont, pour l'essentiel, exogènes par rapport à notre activité, et on en constate l'impact à chaque ligne de notre compte d'exploitation.
Il y a d'abord les effets défavorables de la perte de change liée à la conversion en francs français des résultats de nos filiales étrangères.

Ainsi notre résultat opérationnel progresse de 0,4 % par rapport à celui de 1994. Hors effet de change, la croissance serait de 4,2 %, parfaitement en ligne avec l'activité.

Notre résultat courant, lui, est stable, et à taux de change comparable, serait en croissance de 2,8 %. Il faut y voir les effets du deuxième facteur qui a influé négativement sur nos résultats, à savoir la hausse des taux d'intérêt en France, près d'un point en moyenne entre 1994 et 1995, qui ne permet pas au Groupe de bénéficier de la baisse de son endettement.

Le résultat net, lui, à 1 103 millions de francs, est en baisse de 3,8 % par rapport à celui de 1994. La hausse du taux d'impôt sur les bénéfices en France est l'une des causes de ce recul qu'il convient d'apprécier au regard de l'environnement.

"...très bon démarrage de la marque de rhum cubain HAVANA CLUB dans notre réseau..."



"...le beau parcours du bourbon WILD TURKEY en Asie..."

Quels sont les événements importants de l'année pour PERNOD RICARD ?

Nous avons en 1995 complété notre réseau de distribution international. D'abord en Europe, grâce à une joint-venture en Belgique et au Luxembourg qui permettra à PERNOD RICARD d'y maîtriser la distribution de ses marques au sein de PR BELUX. Ensuite par l'acquisition de SOMAGNUM au Portugal où nous étions absents, et la création de filiales au Danemark et en Finlande. Nous couvrons aujourd'hui l'ensemble de l'Europe occidentale, et à fortiori de l'Union Européenne, ce qui est une nécessité à l'heure du marché unique. En 1992, et pour la première fois, la part de l'international représentait plus de la moitié du chiffre d'affaires. En 1995, la part de l'Europe représente à elle seule 42 % du chiffre d'affaires devant celle de la France à 39 %.

"...1996 verra le lancement d'ORANGINA ROUGE..."

La reprise par notre filiale américaine AUSTIN NICHOLS de la distribution de JAMESON est dans le droit fil de notre volonté de contrôler nous-mêmes la distribution de nos marques.

Par ailleurs, deux joint-ventures, l'une en Inde, l'autre au Sri-Lanka ont été créées en 1995 et leur démarrage effectif a eu lieu au premier trimestre 1996. Elles nous permettent de prendre pied sur des marchés à l'accès malaisé, mais dont le potentiel est très important.

Quelle est l'évolution de la gamme et du portefeuille de marques ?

Le GROUPE PERNOD RICARD concentre ses efforts sur ses marques principales et à potentiel international. Ses filiales n'en négligent pas pour autant celles dont la vocation est plus régionale, mais qui peuvent être hautement profitables.

Autour de ce noyau, c'est bien d'évolution dont on peut parler. Nous avons cédé, à compter du 1er janvier 1996, la marque SIRONIMO qui ne pouvait constituer une priorité.

A l'inverse, nous enrichissons notre gamme de vins français, australiens, argentins et chinois avec un vin sud-africain, LONG MOUNTAIN. D'autres origines suivront, avec toujours le souci de développer des marques, comme nous le faisons avec succès pour JACOB'S CREEK.

La gamme de cidres de C.S.R. PAMPRYL a été resserrée afin de pouvoir mieux investir sur un nombre de marques restreint correspondant à des segments de marché mieux identifiés.

Enfin 1996 verra le lancement d'un projet finalisé en 1995 : ORANGINA Rouge. C'est une nouvelle déclinaison à l'orange sanguine d'ORANGINA, qu'on pouvait déjà trouver sous sa forme allégée avec ORANGINA Light et enrichie avec ORANGINA Plus.

La fermeture de sites d'embouteillage de RICARD a été abondamment commentée...

RICARD, pastis de Marseille, est provençal et marseillais. Le siège de la société, l'une des plus importantes de la région, et sa direction régionale, resteront bien au cœur de Sainte-Marthe à Marseille, où il est né.

Par contre, l'activité d'embouteillage, de même que celle de Thiais, difficilement modernisable dans un tissu urbain aussi dense, seront fermées. Depuis plusieurs années PERNOD RICARD s'est attaché à réaliser un programme de restructuration industrielle, que nous avions largement annoncé et préparé. Il est en partie réalisé avec la concentration en un seul site modernisé des activités de RAMAZZOTTI à Canelli (Italie), et de PRACSA à Dicastillo (Espagne), par la fermeture de sites de productions cidricoles de C.S.R. et par la cession de celui de CRUS & DOMAINES DE FRANCE à Bordeaux.

SIAS-MPA, un des vecteurs de la croissance du secteur sans alcool.

Rien n'a donc été fait et ne se fera dans la hâte, en particulier pour limiter les conséquences sociales de telles opérations et permettre à PERNOD RICARD de participer à la rude compétition mondiale.

L'adoption en France d'un taux d'alcoolémie maximum de 0,5 g d'alcool par litre de sang au volant a-t-elle eu des conséquences ?

C'est possible, mais elles sont difficiles à évaluer. Il s'agit de toute façon d'une mesure qu'on ne saurait contester. Les producteurs de boissons alcoolisées de marque, et PERNOD RICARD en particulier, ont une position responsable par rapport à la consommation de leurs produits qui doit rester synonyme de plaisir et de convivialité.

Leur engagement pour prôner la modération est sans ambiguïté. Elle se traduit par des actions communes d'envergure avec d'autres partenaires concernés par les questions de santé publique au sein d'associations ou d'instituts français ou étrangers en faveur de la prévention.

Mais la puissance publique, dans chaque pays, doit trouver le juste équilibre entre contraintes et liberté. L'inextricable imbroglio juridique de l'interdiction, totalement illégale, de la publicité de marques françaises sur les stades étrangers lors de retransmissions télévisées est à cet égard exemplaire de ce qu'il ne faut pas faire. Les marques étrangères continuant à pouvoir s'afficher, les instigateurs d'une telle mesure ont créé une distorsion de concurrence, sans aucun bénéfice réel pour la santé publique.

Quelles sont les perspectives 1996 ?

A l'étranger, les réseaux de distribution mis en place par PERNOD RICARD depuis plusieurs années devraient lui permettre de continuer à gagner des parts de marché dans le secteur des vins et spiritueux avec ses grandes marques mondiales RICARD, PERNOD, JAMESON, CLAN CAMPBELL, WILD TURKEY, HAVANA CLUB et JACOB'S CREEK, dans celui du sans-alcool avec ORANGINA et YOO-HOO et dans le secteur des préparations de fruits avec les activités de SIAS-MPA.

En France, les conditions ne semblent pas encore toutes réunies pour un retour à une franche reprise, et la frilosité du comportement du consommateur risque de se prolonger et de limiter la progression de nos ventes.

RICARD
DEPUIS 1932
45

Ricard et Pastis 51 : Génération anis

RICARD, 3ème marque mondiale de spiritueux, PASTIS 51, 2ème marque française et PERNOD, marque internationale largement distribuée dans le monde entier, font du GROUPE PERNOD RICARD le leader mondial incontesté des spiritueux anisés. Grâce à d'importants efforts commerciaux entrepris au fil des décennies par ces trois marques, le pastis est aujourd'hui le spiritueux préféré des Français avec, en 1995, une consommation annuelle de 130 millions de litres.

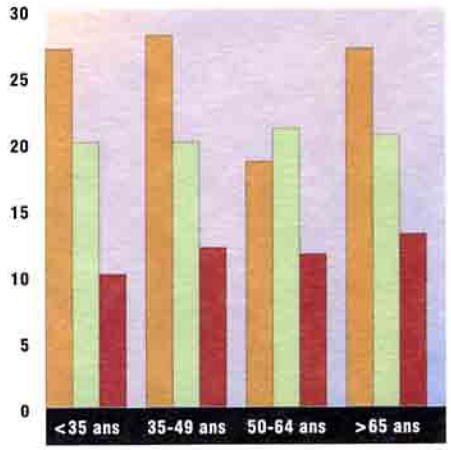
Alors que la consommation s'orientait vers des produits, tels que le whisky, les alcools blancs et cocktails, les deux filiales du Groupe, RICARD et PERNOD, ont su faire face à ce nouvel univers concurrentiel en développant très tôt des actions qui ont permis au marché anis et à leurs marques de continuer leur progression.

Une communication de conquête

Depuis plusieurs années, les nouvelles générations de consommateurs constituent le public privilégié de ses actions de marketing et commerciales. Pendant dix ans, d'importants investissements en communication publicitaire ont été consentis : plus de 500 millions de francs sur les marques principales.

C'est ainsi que naît la campagne "UN RICARD SINON RIEN". Cette campagne, devenue célèbre, met en scène de jeunes consommateurs qui préfèrent RICARD à tout autre spiritueux. Elle séduit les générations nouvelles par son ton anticonformiste, et les consommateurs fidèles y retrouvent bien leur marque préférée, leader du marché.

"Un RICARD sinon rien" devient un indémodable slogan repris dans le langage courant et adopté par les medias ("2 films sinon rien" sur TF1 ou "Un Rocard sinon rien"). Même si, loi Evin oblige, la campagne a été modifée, RICARD a su capitaliser sur cet immense succès en l'adaptant. Résultat, en 1995, comme depuis 1984, la campagne d'affichage RICARD obtient les meilleurs scores de reconnaissance et d'attribution du marché (IPSOS).



Parts de marché en volume

- Anis
- Whisky
- A.B.V.

"Heureux comme un 51 dans l'eau" et "51 la nuit" visent également les jeunes adultes avec des campagnes qui complètent parfaitement celles de RICARD, dans le même esprit mais avec un ton différent. La société PERNOD voit ses efforts récompensés puisque sa marque phare se détache elle aussi dans les scores d'impact (5ème score en 1995).

Ricard et Pastis 51 occupent le terrain

Pour l'anis, comme pour toutes les boissons alcoolisées, la partie décisive se joue sur le terrain. Avec les 800 commerciaux de ses deux filiales, PERNOD et RICARD entretiennent un contact direct avec leurs clients. Le Groupe dispose de la première force de vente du marché français des spiritueux.

"Nuits Fraîches", "Karaoké" et animations bar sont autant de concepts d'animations mis en œuvre avec succès par les forces de vente, et sont l'occasion de mieux faire connaître un produit qui par ses caractéristiques répond bien aux nouvelles demandes de boisson plus légère en alcool.

Ricard trophy et Ricard S.A. live music

Autres créations : le RICARD TROPHY et le RICARD S.A. LIVE MUSIC.

Gigantesque et enthousiasmante opération, le RICARD TROPHY réunit 1 500 finalistes, étudiants de 50 grandes écoles françaises et européennes (Espagne, Belgique, Italie...) sur le circuit Paul Ricard dans le Var. La période de sélection aura vu la participation de 2 000 étudiants.

Mais c'est avec le célèbre RICARD S.A. LIVE MUSIC que se concrétise le lien fort avec la nouvelle génération de consommateurs. Au rythme d'une quarantaine de concerts gratuits par an, le RICARD S.A. LIVE MUSIC a accueilli depuis sa création plus de 200 concerts,

dont sept éditions de la Fête de la Musique à Paris, place de la République, et plus d'un millier d'artistes et de musiciens sur la plus grande scène mobile d'Europe. De The Cure en 1990 à James Brown en 1995, en passant par Johnny Hallyday (1991), Joe Cocker (1992), INXS (1993), Peter Gabriel, les Rita Mitsouko (1994), les plus grandes stars du Rock, qu'elles soient françaises, anglaises, américaines ou australiennes, se sont produites sur le plateau RICARD S.A. LIVE MUSIC. Ainsi, grâce à RICARD S. A. LIVE MUSIC, plus de 2,5 millions de Français ont pu assister à des concerts live gratuits.

Mais c'est aussi l'occasion pour les forces de vente d'animation dans les bars, les caféterias et les magasins de la ville.

Une nouvelle génération pour l'anis

Grâce à ces efforts entrepris depuis 1984 et accentués à partir de 1991, l'image du pastis auprès des consommateurs progresse sur deux points stratégiques : il est un produit à consommer le soir après dîner et il est apprécié des jeunes.

En dominant globalement le whisky sur des items essentiels (convivialité, rafraîchissement et prix accessible), le pastis est plus que jamais la boisson alcoolisée la plus consommée par les moins de 35 ans, loin devant le whisky et les apéritifs à base de vin. RICARD et PASTIS 51 se sont donc donnés les moyens de conforter, pour l'avenir, leurs parts de marché dominantes. La nouvelle génération anis, construite de 1985 à 1995 est désormais porteuse des marques RICARD et PASTIS 51 pour aujourd'hui comme pour demain.

JAMESON
Since

Jameson : un réseau au service d'une marque

En 1988, à l'issue d'une OPA à rebondissement menée en concurrence avec un grand groupe de spiritueux, PERNOD RICARD s'assurait le contrôle d'IRISH DISTILLERS.

Le producteur irlandais de spiritueux, qui avait fédéré au fil des années l'ensemble des producteurs d'irish whiskey de République d'Irlande et d'Irlande du Nord offrait au GROUPE PERNOD RICARD une position unique avec des marques comme JAMESON, BUSHMILLS, PADDY, POWERS et TULLAMORE DEW.

Chacune d'entre elles avait son positionnement spécifique ; ainsi BUSHMILLS, et notamment BUSHMILLS MALT s'affirmait comme le whiskey des connaisseurs, PADDY comme celui des jeunes et POWERS comme la traditionnelle marque phare du marché irlandais. JAMESON était déjà l'irish whiskey le plus international parce que le mieux distribué à travers le monde.

Sur cette base forte et structurée, IRISH DISTILLERS, à partir de 1988 allait mener avec le GROUPE PERNOD RICARD une politique volontariste de développement international de JAMESON par le moyen de son propre réseau de distribution.

En 7 ans, le volume de la marque a doublé, s'approchant du million de caisses, grâce au savoir-faire de PERNOD RICARD en matière de développement de marques profitables à vocation mondiale.

Cette croissance des volumes est le résultat de la conjonction d'un mix-marketing dont les éléments les plus favorables ont été mis en valeur, et d'une volonté appuyée par un réseau et soutenue par des investissements publi-promotionnels.

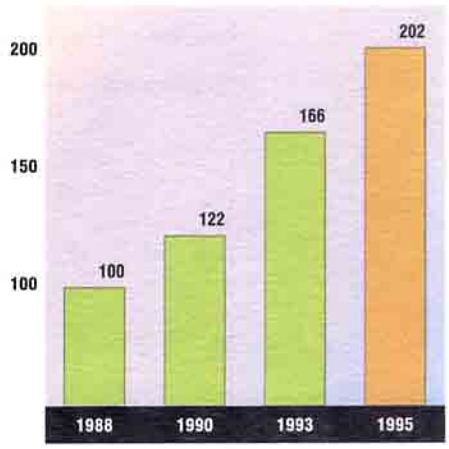
L'irish whiskey

Au côté du scotch whisky, aujourd'hui bien connu des consommateurs du monde entier, et dont de nombreux marchés sont arrivés à maturité, l'irish whiskey constitue une alternative pour un nombre croissant de consommateurs. Alors que le marché du scotch whisky s'infléchissait de 1985 à 1990 avec une baisse de 0,8 %, l'irish whiskey croissait de 2,5 % par an en moyenne. Tendance qui se confirmait à partir de 1990, puisqu'on observait en 1993 une baisse de 1,2 % pour le scotch contre une hausse de 3,8 % pour l'irish whiskey, avec au premier rang JAMESON.

Des résultats exceptionnels

Doublement des volumes en 7 ans

(base 100 en 1988)



Un produit exceptionnel

Cet intérêt du consommateur s'appuie sur les qualités intrinsèques des irish whiskey en général et de JAMESON en particulier. La spécificité de la triple distillation confère au produit rondeur, suavité et souplesse en bouche, bien exprimées par cette intraduisible "smoothness".

En dégustation à l'aveugle, Jameson est majoritairement préféré aux scotches et bourbons par les consommateurs. Ainsi 38 % des Anglais ayant goûté Jameson sont devenus des consommateurs réguliers.

L'Irlande dans le vent

JAMESON bénéficie de l'intérêt croissant pour l'Irlande, dont les habitants réservent à leurs visiteurs un accueil chaleureux dans le cadre superbe d'une nature préservée. Intérêt des medias internationaux, vogue de la musique irlandaise et mode des pubs irlandais (800 créés dans le monde entier en quelques années) ont accompagné le développement touristique de l'île.

Près de quatre millions de touristes ont séjourné en Irlande en 1995, soit une augmentation de 79 % par rapport à 1988.

Des investissements soutenus...

Parce que le développement de JAMESON est un objectif majeur d'IRISH DISTILLERS, 50 % des investissements totaux de la société ont été affectés au développement de la marque à l'international, soit 80 % des moyens consacrés à l'exportation de l'irish whiskey.

Les investissements, en croissance constante, sont en 1995 cinq fois plus élevés que lors de l'acquisition par PERNOD RICARD.

Publi-promotion, medias (presse écrite, affichage et T. V.) et multiples dégustations auprès de leaders d'opinion sont utilisés, en fonction des marchés et de leur spécificité.

... pour une image mondiale

Grâce à une campagne internationale sur le thème de la qualité, JAMESON fait valoir sa spécificité sur tous les supports publicitaires, y compris dans les magazines inflight et les chaînes de télévision par satellite.

Lors de la prestigieuse "Admiral's cup", suivi par les télespectateurs du monde entier, les voiles des bâtiments de l'Irlande arborent les couleurs de JAMESON, dont le nom est lié à l'univers de la voile depuis la création de la marque.

En soutenant de nombreuses compétitions dans le monde entier, et bien sûr en Irlande, une des terres d'élection de ce sport, JAMESON est indissolublement lié à l'image sportive et raffinée du golf.

La force d'un réseau

Présent directement sur tous les marchés importants, les réseaux de distribution d'IRISH DISTILLERS et des sociétés du GROUPE PERNOD RICARD ont puissamment contribué au développement de la marque.

En Europe, les dernières filiales créées ou acquises par PERNOD RICARD en Belgique, Scandinavie et Portugal ont consolidé le socle de la marque. Mais, de 1990 à 1994, le Groupe a aussi implanté JAMESON sur les marchés asiatiques à fort potentiel, comme le Japon, la Chine, la Thaïlande ou la Corée. En 1995, aux U.S.A., AUSTIN NICHOLS a repris directement la distribution de la marque sur un important marché qui connaît de longue date l'irish whiskey.

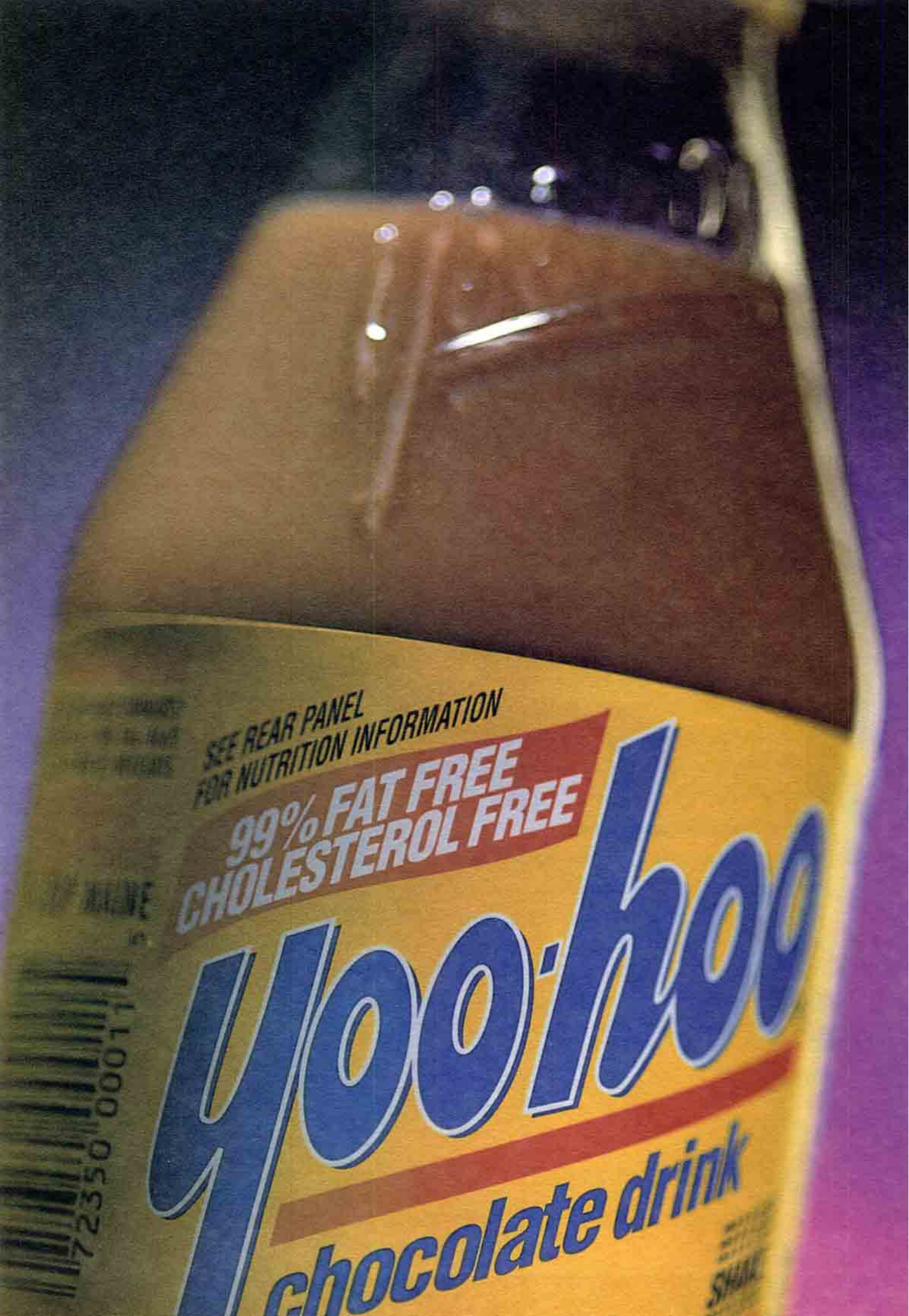
En 1988, les ventes de JAMESON dépassaient 100 000 bouteilles dans six pays (Irlande, Grande-Bretagne, U.S.A., Pays-Bas, France et Suède). Aujourd'hui six autres pays se sont ajoutés à cette liste : Italie, Grèce, Canada, Australie, Espagne et Afrique du Sud.

Jameson Heritage Centre

Une marque premium profitable

Grâce à sa spécificité, JAMESON peut revendiquer le statut envié de premium au sein de l'univers du whisky, justifiant ainsi un écart de prix de 5 à 15 %, selon les marchés, par rapport à la moyenne des grandes marques internationales de scotch.

Elément fort de la stratégie whisky de PERNOD RICARD, aux côtés du bourbon WILD TURKEY et du scotch CLAN CAMPBELL, JAMESON représente aujourd'hui le moteur de la croissance des profits d'IRISH DISTILLERS.


SEE REAR PANEL
FOR NUTRITION INFORMATION
99% FAT FREE
CHOLESTEROL FREE
Yoo-hoo
chocolate drink

Yoo-Hoo
Une success-story américaine

La réussite de la marque de boisson chocolatée YOO-HOO aux Etats-Unis a montré que le GROUPE PERNOD RICARD a la capacité de développer une marque forte sur le marché de soft-drink le plus important du monde, mais aussi le plus fortement concurrentiel.

Un potentiel a développer

En 1988, huit ans après avoir pris pied aux États-Unis avec AUSTIN NICHOLS, PERNOD RICARD acquiert YOO-HOO Industries, dont la prospérité (60 millions de dollars de C. A.) repose sur la commercialisation de la marque YOO-HOO, une boisson chocolatée leader outre atlantique avec 75 millions de litres vendus l'année de l'acquisition.

Créée par la famille Olivieri pendant les années vingt, une des originalités de la marque consistait en un mode d'élaboration particulier qui constituait un avantage concurrentiel.

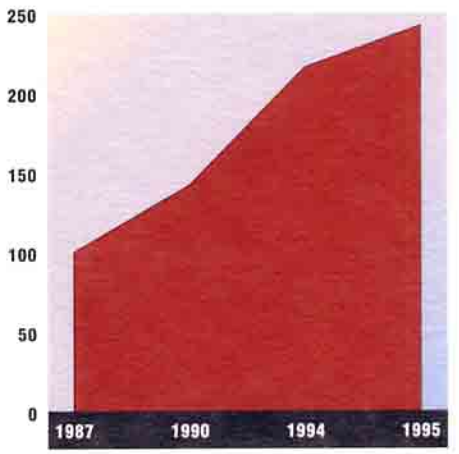
Mais la distribution de ce produit était circonscrite aux états de la côte Est, et les volumes stagnaient malgré la notoriété ancienne de la marque.

AUSTIN NICHOLS mit donc en œuvre au début des années 90 une stratégie s'appuyant sur un positionnement clairement défini et constant.

S'adapter au consommateur

Le produit correspondait déjà à un réel besoin de plaisir et de santé. Encore fallait-il, compte-tenu de l'évolution des préoccupations en matière de santé des consommateurs américains, mieux encore positionner YOO-HOO face à cette demande croissante. Grâce à une nouvelle méthode de fabrication, l'apport en matières grasses était réduit, alors que des vitamines et des minéraux venaient enrichir le produit.

Ventes de YOO-HOO : + 141 % depuis l'acquisition par PERNOD RICARD



Il fallait ensuite repenser la gamme de conditionnement afin de mieux l'adapter aux besoins des consommateurs. C'est ainsi que le format 16 0Z s'est révélé être le plus adapté à la consommation hors domicile, et, qu'après un lancement réussi, ce conditionnement représente aujourd'hui 35 % des ventes. Grâce à une gamme compétitive, la marque représente 62 % du marché des briquettes chocolatées pour les enfants. Enfin, grâce au lancement de la brique type lait, la marque s'est assurée une présence forte au rayon frais.

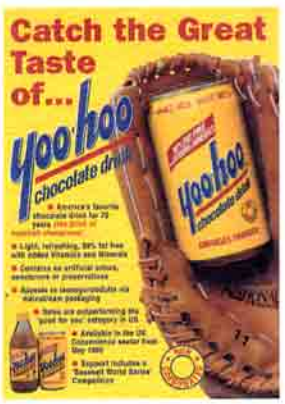
Nouvelles frontières

L'expansion géographique progressive a été l'autre objectif majeur de YOO-HOO. Tout en renforçant sa position sur ses marchés existants de la côte Est (+ 91 % depuis l'acquisition) la marque a su établir une position de leader sur ses marchés en développement (+ 300 % depuis l'acquisition).

C'est ainsi que sur les quarante-huit états dans lesquels la marque est présente, une douzaine constitue son marché de référence et trente-six son potentiel de forte croissance.

Une marque proche du consommateur

Dans l'esprit du consommateur, YOO-HOO suggère toujours l'image forte d'un véritable produit américain créé par un petit fabricant. Et elle bénéficie en cela d'une lassitude de certains consommateurs envers les grandes sociétés et leurs marques. YOO-HOO a su capitaliser sur cette image, notamment au travers de sa communication publicitaire.



Depuis longtemps, YOO-HOO est associé à l'univers du base-ball et, en s'appropriant la marque, des célébrités lui ont donné une forte crédibilité auprès des consommateurs.

C'est ainsi que Yogi BERRA, qui fut un célèbre joueur des "New York Yankees" avant de devenir un commentateur populaire à la T.V., est devenu le porte-parole de la marque en s'exclamant "MEE-HEE FOR YOO-HOO". Des millions de spectateurs on pu voir l'acteur Tom Cruise dans le film "A few good men" (1993) savourer du YOO-HOO.

La marque fait bien aujourd'hui partie de l'imaginaire américain.

Un vent favorable

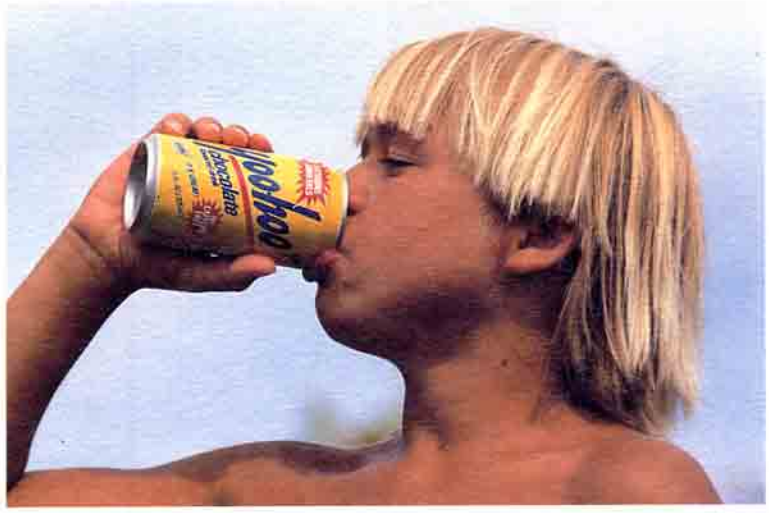
Le succès de YOO-HOO s'inscrit dans la croissance soutenue des boissons alternatives qui représentent 14 % du marché total, et dont bénéficie également ORANGINA aux États-Unis.

De 1994 à 1995, ce segment augmentait de 21 % contre 2 % pour les boissons gazeuses. Cette évolution favorise la demande des boissons new-age telles que les boissons chocolatées au détriment des boissons type colas.

Avec une augmentation des ventes de 141 % depuis l'acquisition de YOO-HOO en 1988, la marque a réussi à conquérir environ 80 % du marché des boissons chocolatées qui aujourd'hui suscite l'intérêt des grands concurrents sur ce segment. Leur activité contribue à élargir le marché à l'intérieur duquel YOO-HOO continue à développer ses volumes.

Au programme 1996, une nouvelle campagne de publicité télé et radio, et surtout une vaste opération d'échantillonnage et de dégustation qui vise deux millions de consommateurs.

La marque ne compte pas s'arrêter en si bon chemin, et regarde déjà au-delà des frontières, sur les marchés tout proches des États-Unis et ouverts à son influence.



Orangina : la réussite d'une internationalisation

Créée en 1936, ORANGINA est aujourd'hui la première boisson gazeuse à l'orange en France et la deuxième en Europe.

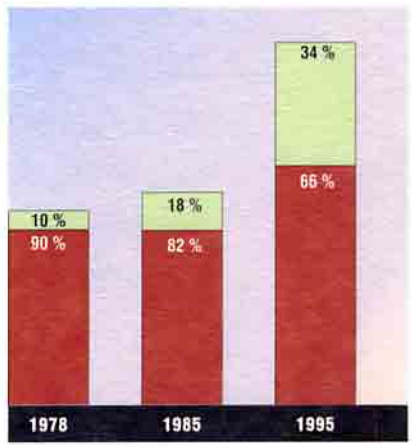
Persuadé que cette marque associée à un produit naturel et de haute qualité possède un fort potentiel de développement international, et désireux de poursuivre son engagement stratégique dans le secteur sans alcool, PERNOD RICARD, déjà propriétaire de la marque à l'international depuis 1981, prend le contrôle en 1984 du capital de CFPO, propriétaire de la marque en France et en Afrique francophone. A partir de 1985, sous l'impulsion de PERNOD RICARD, ORANGINA s'internationalise avec une stratégie à la fois simple et ambitieuse : ouvrir un ou plusieurs nouveaux marchés tous les ans.

Une marque unique

Le développement d'ORANGINA s'appuie sur un ensemble de qualités exceptionnelles et spécifiques de la marque. Evocation-même de l'orange, la marque ORANGINA peut se prononcer et se comprendre aisément dans de nombreuses langues du globe. Elle est associée à la forme unique et caractéristique de la bouteille "boule" et au zeste ensoleillé du logotype sur fond de ciel bleu.
Ensuite son goût : le consommateur, de quelque pays qu'il soit, préfère, dans la grande majorité des cas, ORANGINA à toute autre boisson gazeuse à l'orange.
Le secouement, qui met en valeur la pulpe, est perçu autant comme une preuve de naturalité que comme un style de vie : ORANGINA secoue la vie...
Enfin, la naturalité et la présence de pulpe qui sont la base de la formule, tenue secrète, d'ORANGINA justifient son statut de premium dans son segment de marché.

Secouement et humour

Les attributs de cette marque unique ont trouvé les chemins de la créativité publicitaire avec une communication dynamique et contemporaine axée sur le secouement et l'humour. Ainsi, les films mettant en scène un barman sur le thème "Secouez-moi" inaugurent en 1962 une saga dont chaque nouvelle série est un événement public. En 1984, le film "Flamenco" de Jean-Paul Goude remporte le Lion de Bronze du 31e festival du film publicitaire de Cannes.



Évolution des ventes

International
France

Grâce à des accords de partenariat, le clip de la "Lambada", un immense succès musical de 1989, est étroitement lié à ORANGINA et à son univers.
Une étape décisive est franchie en 1994 avec les films d'Alain Chabat "Il faut bien secouer ORANGINA, sinon la pulpe, elle reste en bas" qui sont diffusés internationalement.

En fonction des pays et des situations de marché, les spots subissent quelques modifications ; là où le produit est moins connu, les plans sur le produit seront plus longs et l'on insistera sur le secouement. Mais, souligne le spécialiste des marques Jean-Noël Kapferer dans son dernier ouvrage "Les marques, capital de l'entreprise"* : "La marque ORANGINA n'en reste pas moins une et indivisible, tant dans ses signes distinctifs que dans ses attributs différentiateurs et son fonds de marque".

Basket de rue et en salle, tennis, musique et mode pour les jeunes, ORANGINA ne néglige pas non plus le contact direct avec ses consommateurs, toujours dans des occasions porteuses du dynamisme qui est le propre de la marque.

Un développement par le partenariat

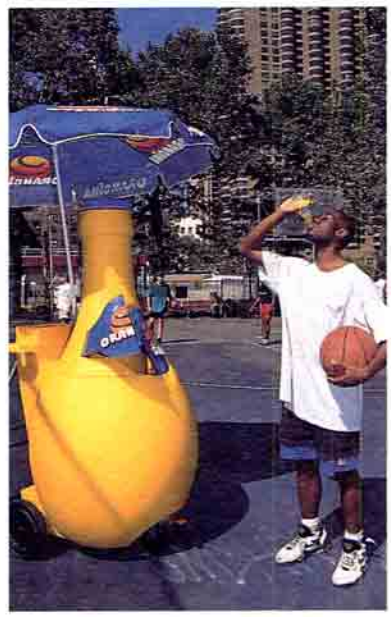
Pour développer sa marque sur de nouveaux marchés, ORANGINA INTERNATIONAL a noué des partenariats avec des embouteilleurs locaux. Ces derniers apportent leurs capacités industrielles et logistiques, leur connaissance du marché et leurs réseaux commerciaux. ORANGINA apporte son savoir-faire, sa maîtrise du mix-marketing et partage les coûts publi-promotionnels.

ORANGINA a ainsi trouvé sur chacun des marchés sur lesquels la marque souhaitait se lancer des partenaires qui partageaient les mêmes valeurs de conquête, d'initiative et de professionalisme.

Derniers exemples en date, les Pays-Bas et le Portugal où ORANGINA, lancée en juin 1995, est partenaire, respectivement, de VRUMONA (filiale de HEINEKEN) et de SCHWEPPES. En six mois, les objectifs aux Pays-Bas ont été dépassés avec 4 % de part de marché du segment orange. Un succès qui ne doit rien au hasard, mais à un plan de lancement réussi valorisant les attributs de la marque ORANGINA. Campagne télévisée de quatre mois, vaste opération

*"Les marques, capital de l'entreprise - les chemins de la reconquête" Jean Noël KAPFERER
Les Editions d'Organisation - 1996

d'échantillonnage ont été conjuguées à l'introduction massive de la bouteille boule dans les lieux de consommation.



Un autre exemple, plus ancien, est celui de la Grande-Bretagne, où, lancée en 1987, l'activité ORANGINA a atteint une taille critique, et est ainsi viable et profitable, au point de constituer le deuxième marché de la marque après la France.

Selon une progression comparable d'un marché à l'autre, la Grande-Bretagne a vu d'abord une période de développement de la marque (1987 à 1992) par installation de l'image, grâce à l'accent mis sur la bouteille boule. Le packaging verre crée une image de qualité, tandis que la publicité media véhicule l'univers de naturalité et de convivialité d'ORANGINA.

Un second temps (1992 - 1996), toujours soutenu par la publicité, voit le lancement des grands conditionnements et l'introduction dans la grande distribution, avec pour conséquence une accélération de la croissance des volumes.

Peu ou prou, en fonction des spécificités locales de marché, c'est ce schéma de développement qui est mis en œuvre dans les 42 pays sur les 5 continents où ORANGINA est présent.

Une priorité dans le secteur sans alcool

Marque à fort potentiel, ORANGINA est prioritaire dans la stratégie internationale de PERNOD RICARD pour son secteur sans alcool. Une volonté soutenue par des moyens mis à la disposition de la petite bouteille ronde. Aujourd'hui déjà une bouteille sur trois est vendue hors de France et plus d'un milliard de petites bouteilles boules ont été vendues dans le monde.

Nouvelle identité visuelle Orangina

ustin Nichols
EST 1855
REG. U.S. PAT. OFF.
FROM SILVER DRY
SUPER
avan
Club
DRY
JQ-058548
REGISTERED
J.J.&S.
THE DISTILLERY
MATURED
IN SCOTLAND
MESO
SINE METU
PERNOD
45% vol.
PERNOD FILS
RICARD
DEPUIS 1932
ORLAND

Réseaux

Disposant d'un portefeuille complet de grandes marques sur la plupart des segments importants du marché des spiritueux, PERNOD RICARD s'attache à développer à travers son réseau international de distribution celles qui ont un potentiel mondial. Il s'agit, notamment de RICARD, PERNOD, JAMESON, WILD TURKEY, HAVANA CLUB, JACOB'S CREEK, ORANGINA. Mais cette liste n'est pas exhaustive : CLAN CAMPBELL, BUSHMILLS, DUBONNET, les cognacs RENAULT et BISQUIT ont leur rôle à jouer dans cette stratégie qui croise réseau et marques : le développement du premier venant en appui de la croissance des secondes et inversement.

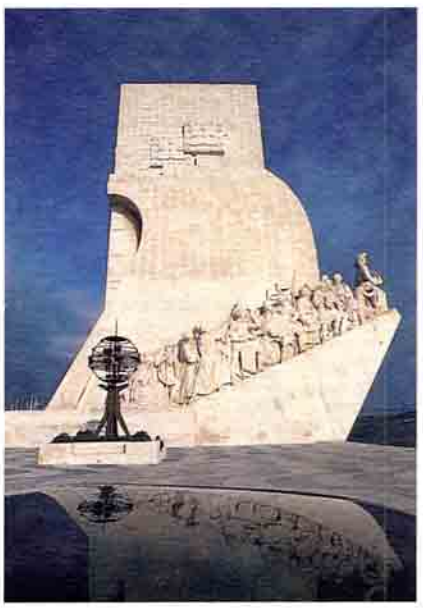
L'Union Européenne, premier marché du Groupe, est aujourd'hui intégralement couverte du Nord au Sud. Le Portugal et la Belgique sont venus parachever ce maillage en 1995.

Le Groupe est présent également dans les principaux pays d'Europe centrale et orientale.

La prise de contrôle en 1980 d'AUSTIN NICHOLS par le Groupe lui a permis de s'assurer une place notable sur le marché nord américain des spiritueux. Une division soft drink, avec notamment ORANGINA et YOO-HOO, est venue s'ajouter ensuite à cette première activité. Implanté de longue date en Argentine, PERNOD RICARD s'étend aujourd'hui aux pays du Mercosur et au Mexique.

En 1985, le Groupe ouvrait une antenne à Singapour ; dix ans plus tard il emploie près de 1900 personnes dans la zone Australasie et est présent sur tous les marchés asiatiques où il prend une place de plus en plus importante.

Avec l'Inde et le Sri-Lanka, en 1996 s'ouvre un nouveau champ de développement pour le Groupe qui continuera à créer ou acquérir de nouvelles filiales de distribution sur les marchés à potentiel non encore couverts.



Le Padrao dos Descobrimentos à Lisbonne qui illustre l'esprit de découverte et de conquête du peuple portugais et ses figures célèbres. Tout un symbole pour PERNOD RICARD qui a pris pied en 1995 au Portugal par l'acquisition de SOMAGNUM

Globalement l'année 1995 aura été décevante à la Bourse de Paris. Alors que Wall Street progresse de 33 %, Londres de 20 % et Francfort de 8 %, le CAC 40 achève l'année, à Paris, avec une perte de 0,49 %, dans des volumes réduits et avec un désintérêt marqué des investisseurs étrangers.

A la différence des autres places européennes qui évoluent en fonction de fondamentaux économiques favorables, Paris a été entièrement sous l'influence du contexte politique et social.

Les élections présidentielles, les premiers pas du nouveau gouvernement et les troubles sociaux de la fin d'année auront été la toile de fond de cette année boursière.

En 1995, PERNOD RICARD avec une variation de près de -10 % a connu une mauvaise année en Bourse. La valeur s'est singularisée à 4 reprises au cours de l'exercice.

De fin janvier au jour de l'Assemblée, le cours de l'action progresse largement plus que l'indice

Alors qu'en janvier, le titre accompagne l'indice sans jamais s'en écarter de façon significative, il retrouve le chemin de la hausse en février (+ 5,65 %), dans un marché qui continue à se dégrader (-1,17 %). L'attente de la publication du chiffre d'affaires 1994 (le 10 février), l'anticipation d'une évolution meilleure qu'attendue, l'annonce d'une progression, somme toute jugée satisfaisante, portent le titre à F 341 le 16 février (+13 % depuis le début du mois) dans des volumes très supérieurs à la moyenne. La fin du mois est caractérisée par une période de consolidation et de prise de bénéfice.

Le titre connaît en mars son meilleur mois boursier de l'année avec une hausse de près de 11 %, soit plus de 2 fois supérieure à celle de l'indice.

L'annonce, le 17 mars, d'une progression de près de 8 % du résultat net 1994, supérieure aux prévisions, amène les analystes à revoir à la hausse leurs anticipations pour 1995. Les recommandations sont unanimement à l'achat.

Le titre touche son plus haut de l'année, le 30 mars, à F 355,50.

En avril, le titre corrige partiellement (-3,10 % pour un CAC 40 à 3,20 %).

Outre des prises de bénéfices, bien justifiées, la Société s'attache de son côté à tempérer l'enthousiasme de certains analystes

Volumes et cours sur 18 mois.

Mois	Paris Volumes	Paris Cours fin de mois	Rappel plus haut	Rappel plus bas	Francfort Volumes
8/94	2 233 484	332,50	349,00	320,00	1 500
9/94	1 912 710	303,00	332,70	298,20	1 850
10/94	1 548 420	297,50	312,00	283,80	900
11/94	1 434 145	329,60	330,00	290,00	1961
12/94	1 407 125	312,50	334,00	311,00	3823
1/95	1 628 424	300,90	318,00	294,40	2220
2/95	1 493 110	314,90	340,80	301,10	3 554
3/95	2 187 410	349,00	355,50	316,90	4 070
4/95	1 458 324	338,20	355,00	331,20	700
5/95	2 291 266	321,10	348,90	316,50	4 176
6/95	3 332 354	319,00	328,70	308,10	1 782
7/95	1 276 830	323,50	335,30	315,00	2 186
8/95	1 529 230	316,90	339,00	311,70	7 848
9/95	2 688 868	278,20	326,90	271,50	4 182
10/95	1 575 749	297,30	298,90	274,10	2 336
11/95	1 977 861	296,00	303,00	282,00	-
12/95	1 928 611	278,30	296,40	267,20	4 820
1/96	2 209 614	311,50	315,00	277,00	3 386
2/96	2 102 014	316,70	325,00	301,20	6 454

qui n'hésitent pas à pronostiquer de fortes croissances pour 1995.

Le 4 mai, jour de l'Assemblée des Actionnaires

A l'annonce d'un début d'exercice difficile et d'une mauvaise visibilité sur la marche des affaires pour 1995, le titre corrige vivement. Il clôture à F 320,80 et perd, avec ce réajustement, la quasi totalité de l'avance contractée par rapport au CAC 40 les 3 mois précédents.

De mai à septembre, il ne s'éloigne jamais significativement de l'indice.

Le 14 septembre, à l'annonce des résultats du premier semestre 1995.

En septembre, PERNOD RICARD connaît son plus mauvais mois boursier de l'année avec une baisse de 12,2 % à comparer à une variation de -5,05 % du CAC 40.

La baisse intervient le 15 septembre avec l'annonce d'une prévision d'un résultat net en baisse d'environ 5 %.

Dès les jours qui suivent, les analystes révisent leurs prévisions et certains recommandent de se tenir écarté du titre qui touchera son plus bas à F 271,50, le 27 septembre.

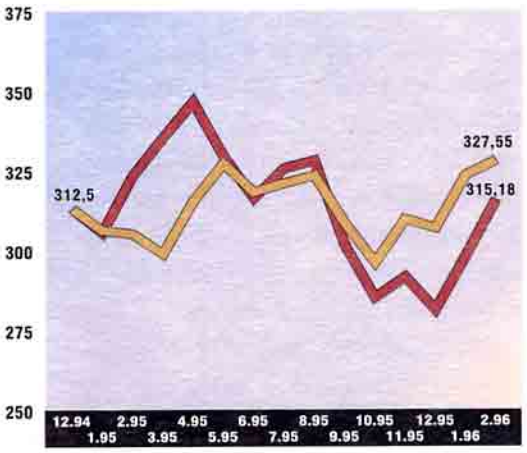
En décembre PERNOD RICARD ne participe pas à la légère embellie de fin d'année

Le titre connait son plus bas de l'année à F 268 le 19 décembre. Sur le mois, il perd près de 6 % pour un CAC 40 à +2,40 %. Les investisseurs, en l'absence de nouvelles significatives, se montrent prudents malgré une décote estimée à 20 % par rapport à la moyenne du marché.

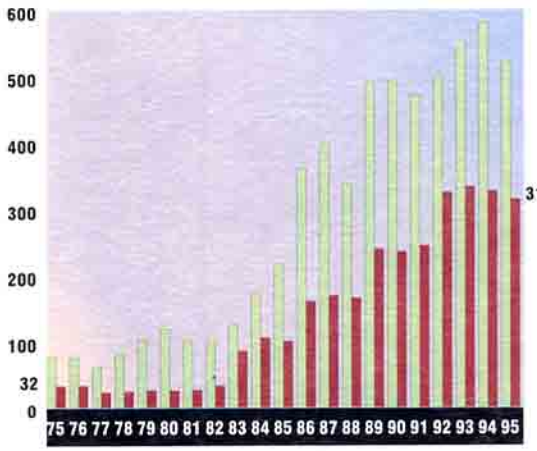
PERNOD RICARD termine l'année à F 278,30, sur une baisse de 10,90 %.

Dès le début de l'année 1996, le titre, estimé trop déprécié, est largement acheté et retrouve en cinq semaines son cours d'ouverture de 95, effaçant un an de baisse.

Le mouvement s'amplifie dans de bons volumes, à la publication du chiffre d'affaires 95 jugé meilleur qu'attendu (le 12 février). A la fin du mois de février le titre a progressé de 13,8 % à rapprocher d'une évolution du CAC 40 de +6,35 %.



Cours moyen mensuel
(en francs)
Pernod Ricard
CAC 40



Cours moyen ajusté
(en francs)
Pernod Ricard
Indice SBF moyen

L'année sociale 1995

Effectif global : 11 575

	1995	1994	1993
Effectif France	4 462	4 740	4 864
Effectif étranger	7 113	6 786	4 917
Effectif total Groupe	**11 575**	**11 526**	**9 781**

L'effectif global des sociétés du Groupe au 31 décembre 1995 reste quasiment inchangé à 11 575 personnes (contre 11 526 personnes au 31 décembre 94). L'acquisition ou la création de petites sociétés a compensé la baisse des effectifs en France. Ces nouvelles sociétés sont : SOMAGNUM (Portugal), SIAS POLSKA (Pologne), PERNOD RICARD CARAÏBES, une antenne au Vietnam, PERNOD RICARD SOUTH AFRICA (en Afrique du Sud), et SIAS ARGENTINA (Argentine).

Effectif à l'étranger : 61 %

Le Groupe compte désormais 7 113 collaborateurs à l'étranger (dont 56 % en Europe, 27 % en Asie-Pacifique et 17 % en Amérique), ce qui représente 61,45 % de l'effectif total. Par rapport à 1994, la croissance de 4,8 % des effectifs du Groupe à l'étranger confirme une tendance amorcée depuis plusieurs années. A noter tout particulièrement la croissance des effectifs CDI* des filiales étrangères suivantes : SIAS FOODS +16 % et AUSTIN NICHOLS +12 %.

Au niveau structurel, on observe une augmentation de 12,5 % des commerciaux/V.R.P. à l'étranger.

* Contrat à Durée Indéterminée

Embauches CDI : 1 429 personnes

En 1995, 1 429 personnes ont été recrutées, dont 170 en France. Les fonctions commerciales sont concernées à hauteur de 46 %, et les fonctions de production pour 34 % (soit 305 personnes en production, dont 153 pour SIAS, 51 pour AUSTIN NICHOLS, et 30 pour ORLANDO WYNDHAM).

Parallèlement, 97 personnes ont été recrutées par mutations à l'intérieur du Groupe.

Salaire moyen France : +1,5 %

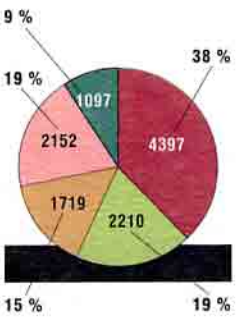
En 1995, l'augmentation du salaire moyen France de 1,5 % ne traduit pas l'effort porté sur le rattrapage des rémunérations les moins élevées, les difficultés rencontrées par certaines filiales ayant été répercutées sur les plus hauts salaires qui n'ont pas progressé. En outre, les salariés qui ont quitté les sociétés françaises du Groupe ont été remplacés par des collaborateurs dont les salaires d'embauche sont le plus souvent inférieurs aux conditions de rémunération des partants.

Age moyen : 38 ans et 8 mois

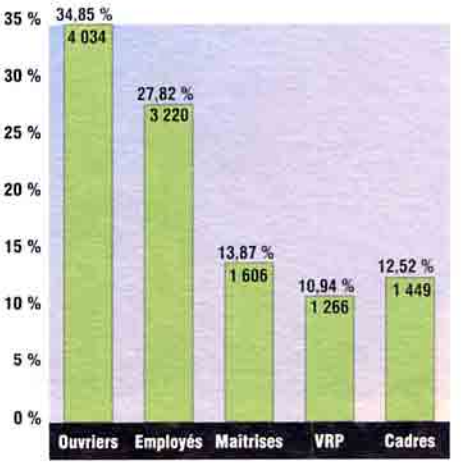
L'âge moyen du personnel du Groupe, 38 ans et 8 mois en 1995, reste stable par rapport à 1994 (38 ans et 7 mois).
On constate des disparités entre les filiales françaises où l'âge moyen est de 41 ans et un

Répartition des effectifs par fonction

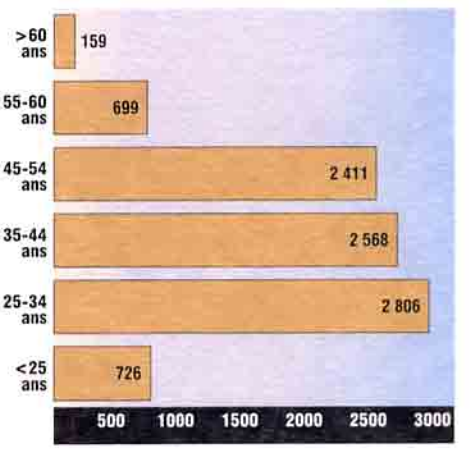
- Production
- Holding, sièges filiales, centres de recherches
- Commercial administratif
- Commercial vente
- Distribution et logistique



Répartition des effectifs par catégorie



Pyramide des âges



N.B. : N'ont été pris en compte que les contrats à durée indéterminée

mois, et les filiales étrangères, plus récemment créées, où l'âge moyen se situe à 37 ans et un mois.

Ces différences se retrouvent au niveau de l'ancienneté moyenne dans le Groupe qui passe en un an de 10 ans et 6 mois à 11 ans et 5 mois.

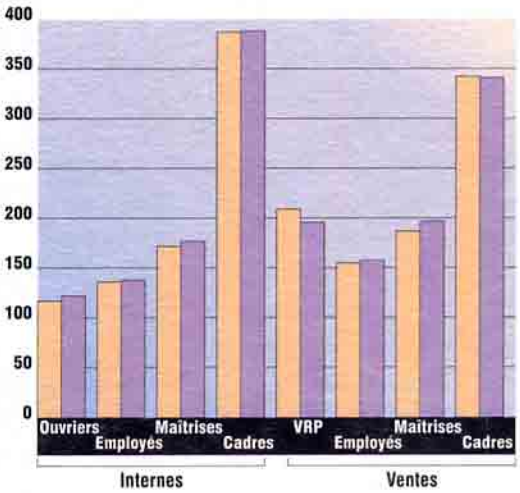
Absentéisme et accidents du travail : bilan contrasté

Si le taux de gravité est en baisse dans le Groupe par rapport à 1994, en revanche, le taux de fréquence ainsi que l'absentéisme maladie restent stables. Néanmoins, les filiales étrangères ont prolongé leurs efforts en ce qui concerne le taux de fréquence, d'où une amélioration de leurs résultats dans ce domaine.

La formation : 2,1 % de la masse salariale

Malgré une conjoncture économique difficile, les dépenses de formation en pourcentage de la masse salariale de l'ensemble du Groupe restent identiques à celles de 1994, soit 2,1 %. Cette stabilisation traduit les efforts des filiales pour lesquelles la formation reste une priorité de leur politique sociale. En France, en particulier, le ratio augmente de 3 à 3,37 % de la masse salariale.

Salaires annuels moyens des filiales françaises (en milliers de Francs)



Le salaire moyen étranger n'est pas analysé du fait des disparités économiques et sociales entre les différents pays où le Groupe est implanté.

Qualité et sécurité

La qualité a toujours été une préoccupation prioritaire pour toutes les entreprises du GROUPE PERNOD RICARD. Le souci de qualité mobilise l'ensemble des collaborateurs et a des implications variées dans les domaines de la formation et de la sécurité.

En 1995, plusieurs de ces sociétés ont ainsi très naturellement conduit des études et réfléchi pour optimiser la qualité de leurs procédures vis-à-vis de la clientèle (COOYMANS, Pays-Bas), la qualité de leur processus de fabrication (ORANGINA et la certification ISO 9001) la qualité de leur sites de production (RAMAZZOTTI et son nouveau site de Canelli, PRACSA et son nouveau centre de production de Dicastillo).

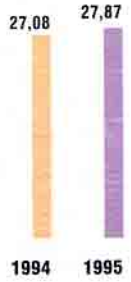
La sécurité est un corollaire indispensable de la qualité. C'est cette constatation de bon sens qui a conduit la Direction de RAMSEY SIAS (Etats-Unis) à mettre en place des critères de sécurité correspondant à des normes de qualité totale.

Dans le même esprit, PR NEDERLAND a créé un groupe de travail mensuel dans chaque usine pour réfléchir sur les conditions de sécurité et de travail.

En milieu industriel, la sécurité des hommes est tout à la fois la plus indispensable et la plus aléatoire si l'on n'y prend garde. Cette prise de conscience renouvelée a motivé plusieurs décisions concrètes en 1995 : mise en place de formation en matière de sécurité individuelle et collective dans plusieurs sites, fourniture de vêtements de protection de haute qualité (au personnel de SIAS POLSKA en particulier), modernisation des moyens de lutte contre le feu et réalisation de formations spécifiques s'adressant aux équipes chargées des soins de premières urgences en cas d'accident (SAN GIORGIO FLAVORS - Italie notamment).

Pour PERNOD RICARD, lier Qualité et Sécurité, c'est traduire en actes le souci constant du Groupe, le faire partager à l'ensemble de ses collaborateurs dans un processus volontariste et permanent.

Taux de fréquence
Nombre d'accidents avec arrêt / 1 000 000 heures travaillées



Taux de gravité
Nombre de jours perdus / 1 000 heures travaillées

A l'échelle du Groupe, l'effort de formation est totalement équivalent à celui de 1994, en termes de nombre de bénéficiaires (4178 en 1995 contre 4177 en 1994), de nombre d'heures par bénéficiaire (26 heures en 94 et 95) et de dépenses par bénéficiaire (8 710 F en 1995 contre 8 080 F en 1994).

Ainsi, parallèlement aux actions du Centre de Formation PERNOD RICARD, les entreprises du Groupe s'efforcent de bâtir des programmes de formation performants et originaux au moindre coût.

PERNOD CUSENIER par exemple met en place des plans glissants triennaux couvrant les besoins en formation collectifs et évolutifs de l'ensemble des services de l'entreprise.

ORANGINA, de son côté, a lancé une vaste opération de formation qualifiante en usine (Meyzieu). L'objectif est d'accroître la polyvalence des salariés au moyen de programmes pédagogiques de formation, bâtis puis dispensés en interne par l'encadrement. L'intérêt de cette pratique est la démultiplication en interne de cette formation après appropriations successives des outils et supports pédagogiques (formation interne dite en "boule de neige").

Enfin, PRAC SA, filiale de la SEGM en Espagne, a bénéficié d'aides proposées par la Région de Catalogne et le Fonds Social Européen pour mettre en place de grands programmes de formation linguistique.

Intéressement et participation dans les filiales françaises

Etant donné la conjoncture économique difficile depuis plusieurs années, 1995 n'a pas été une année particulièrement favorable à l'intéressement et à la participation des filiales françaises. En effet, le cumul intéressement-participation a baissé de 27 % par rapport à 1994, pour atteindre 94 001 636 F.

Dans certaines filiales comme PERNOD ou ORANGINA, le personnel n'a pas pu bénéficier cette année de la participation. Chez RICARD en revanche, intéressement et participation ont été versés mais les montants ont diminué. A noter toutefois une tendance opposée pour SIAS FRANCE dont le cumul progresse régulièrement, principalement grâce à l'intéressement.

	1995	1994
Montant de l'intéressement en KF	44 591	54 346
Montant de la participation en KF	49 410	74 195
Intéressement (% masse salariale des filiales françaises concernées)	6,09 %	6,28 %
Participation (% masse salariale des filiales françaises concernées)	7,85 %	10 %

L'intéressement est géré de manière décentralisée dans chaque filiale.

Les éléments des pages 34, 35 et 36 sont la synthèse des données établies par les filiales. Chacune réalise son propre bilan social qu'elle diffuse aux partenaires sociaux.

Les grandes orientations de la politique salariale en 1995

1) Les salaires les moins élevés : un effort particulier en 1995

Suite au rapprochement des sociétés CUSENIER et PERNOD et à la fusion de CSR et PAMPRYL en 1994, une action de revalorisation des rémunérations les moins élevées a été entreprise en 1995 afin d'harmoniser les politiques salariales des entreprises concernées.
Les salaires les moins élevés ont aussi été revalorisés à la SIAS.
Pour CSR-PAMPRYL, 1995 a été également l'année de la mise en place du nouveau Statut Social appliqué au personnel de la nouvelle société. Cet accord social prévoit notamment un système d'intéressement et de participation s'adressant à tous les collaborateurs.

2) Evolution des politiques d'épargne salariale

Les actions d'épargne salariale, qui permettent de partager les fruits du résultat des sociétés du Groupe, font partie des axes majeurs de la politique sociale de PERNOD RICARD. En effet, des efforts sont entrepris pour que tous les salariés du Groupe bénéficient de systèmes avantageux qui existent depuis longtemps dans les principales filiales françaises.
Ainsi, le personnel de la société GALIBERT & VARON, filiale de RICARD, a pu bénéficier en 1995 des fruits du premier accord d'intéressement signé dans cette société en 1994.
De son côté, PRAC SA, filiale de la SEGM en Espagne, a conclu cette année un nouvel accord de participation du personnel plus dynamique et plus motivant.
Deux filiales anglaises du Groupe, CAMPBELL DISTILLERS et SIAS FOODS (filiale de SIAS-MPA), ont profité d'une nouvelle législation dénommée "Profit-Related Pay". Désormais, les salariés voient leurs primes liées à la rentabilité de l'entreprise totalement exonérées d'impôts.

Groupe
Pernod Ricard

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE
DU 7 MAI 1996
EXERCICE 1995

SOMMAIRE

Conseil d'administration 38

Rapport de Gestion 39

Comptes Consolidés

- Compte de résultat 43
- Bilan 44
- Tableau de variation des capitaux propres 46
- Tableau de financement consolidé 47
- Annexe aux comptes consolidés 48
- Rapport des Commissaires aux Comptes 57

Comptes Sociaux

- Bilan 58
- Compte de résultat 60
- Annexe 61
- Résultats financiers des cinq derniers exercices 68
- Inventaire des valeurs mobilières 69
- Rapports des Commissaires aux Comptes 70
- Résolutions 72

Renseignements de caractère général concernant la société et son capital 74

Responsables du Document de Référence 78

Carnet de Bord de l'Actionnaire 79

Tableau de concordance 80

Pernod Ricard

Société Anonyme au capital de 1 127 733 200 francs
Siège Social : 142, bd Haussmann, 75008 Paris
Tél. : (1) 40.76.77.78 - Fax : (1) 42.25.95.66
R.C.S. Paris B 582041 943 (58B4194)

Président Honoraire
Monsieur Paul Ricard

CONSEIL D'ADMINISTRATION

	Date d'entrée en fonction
Président-Directeur Général	
Monsieur Patrick Ricard	15.06.1978
Administrateurs	
Monsieur Jean-Claude Beton	11.06.1987
Monsieur Bernard Cambournac	10.12.1974
Monsieur Bernard Foussier	16.05.1991
Monsieur Albert Frère	16.05.1991
Monsieur François Gérard	10.12.1974
Madame Françoise Hémard	09.06.1983
Monsieur Thierry Jacquillat	10.05.1989
Madame Danièle Ricard	16.06.1969
Monsieur Arthur Veil Picard	10.12.1974
Société Paul Ricard	
Représentant permanent :	
Madame Béatrice Baudinet	09.06.1983

DIRECTION GÉNÉRALE

Président-Directeur Général	
Monsieur Patrick Ricard	15.06.1978
Directeur Général	
Monsieur Thierry Jacquillat	15.06.1976

D'autre part :

Monsieur Patrick Ricard est notamment Administrateur de la Société Générale et de l'Institut de Développement des Industries Agricoles et Alimentaires (IDIA),

Monsieur Albert Frère est notamment Administrateur des sociétés suivantes : Parfinance S.A., Coparex S.A., Havas S.A., et Président du Groupe Bruxelles Lambert S.A.,

Monsieur Bernard Cambournac est Administrateur de la Société Philips France.

COMMISSAIRES AUX COMPTES

C. C. C. Jean Delquié
84, Boulevard de Reuilly - 75012 PARIS
Monsieur Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot
99, Boulevard Sakakini - 13352 MARSEILLE
MM. Alain et Louis Genot

Cabinet Robert Mazars
135, Boulevard Haussmann - 75008 PARIS
Monsieur Frédéric Allilaire
Monsieur Xavier Charton

Commissaires suppléants
Société d'Etudes Economiques
et d'Expertise Comptable
Monsieur José Marette

DATES CLÉS

1974 et 1975 :
- Création du GROUPE PERNOD RICARD présidé par Jean HÉMARD.

1976 :
- Absorption de CDC (DUBONNET, CINZANO, BYRRH) et de CUSENIER.

1979 :
- Patrick RICARD succède à Jean HÉMARD à la Présidence-Direction générale du Groupe et Thierry JACQUILLAT devient Directeur général.

1980 :
- Acquisition de la société américaine AUSTIN NICHOLS.

1981 :
- Acquisition de la marque ORANGINA pour l'international.

1982 :
- Prise de contrôle de SIAS-MPA, premier producteur mondial de préparations aux fruits.

1983-1995 :
- Développement de SIAS-MPA : Argentine - Australie - Autriche - Corée du Sud - Grande-Bretagne - Mexique - Pologne - République Tchèque - U.S.A.

1984 :
- Prise de contrôle de CFPO (Compagnie Financière des Produits Orangina), suivie de celle des principaux embouteilleurs français de la marque.

1985 :
- Première implantation en Asie, à Singapour.

1985-1995 :
- Développement du réseau Europe : notamment Allemagne - Autriche - Belgique/-Luxembourg - Danemark - Europe de l'Est - Finlande - Grande-Bretagne - Grèce - Italie - Norvège - Pays-Bas - Portugal - Suède.

1988 :
- Prise de contrôle d'IRISH DISTILLERS à la suite d'une OPA amicale.
- Acquisition de YOO-HOO INDUSTRIES (U.S.A.).

1989 :
- Acquisition d'ORLANDO WINES (Australie).

1990-1994 :
- Développement du réseau Asie : Chine - Corée - Hong-Kong - Japon - Thaïlande - Vietnam.

1993 :
- Accord de coopération avec Cuba pour la commercialisation du rhum HAVANA CLUB.

INFORMATIONS

Claude RISAC,
Directeur de la Communication
142, bld Haussmann - 75379 PARIS CEDEX 08
Téléphone : (33) 1 40 76 77 78
Télécopie : (33) 1 45 62 59 40

Rapport de Gestion

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 1995 et pour soumettre à votre approbation les comptes arrêtés au 31 décembre 1995.

La conjoncture internationale a été dominée par un ralentissement quasi général de la croissance. Les économies des pays anglo-saxons et surtout du Japon ont vu leur rythme d'activité diminuer sensiblement tout au long de l'année et le ralentissement s'est accentué principalement dans les derniers mois de l'année, notamment en Europe Continentale. Les taux d'intérêt ont été notablement plus élevés qu'en 1994 spécifiquement en France (6,4 % vs 5,6 % en moyenne annuelle). Enfin, la quasi totalité des monnaies se sont dépréciées par rapport au franc français, notamment les dollars américains (- 10,1 %) et australiens (- 8,9 %), les livres anglaises et irlandaises (respectivement - 7,2 % et - 3,6 %), la lire italienne (- 10,8 %) et le peso mexicain (- 52,1 %).

C'est dans ce contexte difficile que le Groupe PERNOD RICARD a réalisé 15 934 millions de francs de chiffre d'affaires, soit une progression de + 0,6 %, qui, retraitée des effets de change (conversion), et des variations de périmètre, s'établit à + 4,5 %.

Les principales caractéristiques de l'exercice 1995 ont été les suivantes :

Au sein de l'activité vins et spiritueux :

- progression de nos marques clefs de spiritueux en France dans un marché stable, malgré l'atonie générale de la consommation ; cession au 1er juillet 1995 des actifs relatifs à l'activité française de CRUS ET DOMAINES DE FRANCE

- croissance des volumes de spiritueux à l'étranger et continuation de nos efforts de croissance externe à l'international avec notamment la création d'une joint-venture avec la Société FOURCROY (70 % pour PERNOD RICARD) en Belgique et au Luxembourg, les acquisitions de SOMAGNUM au Portugal (société de distribution de spiritueux), PALACIO DE LA VEGA en Espagne (société de vins et de liqueurs), et la création de filiales au Danemark et en Finlande permettant au groupe de contrôler dorénavant la distribution de ses marques de spiritueux sur toute l'Europe occidentale.

Par ailleurs, AUSTIN NICHOLS, notre filiale aux Etats-Unis, a repris la distribution de Jameson au 1er septembre 1995, confiée auparavant à SEAGRAM.

Au sein de l'activité sans alcool :

- forte progression à l'Etranger avec en particulier Yoo-Hoo aux Etats-Unis, les préparations de fruits de la SIAS, Orangina et l'activité de distribution en Irlande. A noter en France la rétrocession à compter du 1er janvier 1995 par ORANGINA à PEPSICO de l'activité Ventes à Emporter des marques Pepsi-Cola et Seven Up et la forte reprise du chiffre d'affaires de CSR PAMPRYL suite à sa réorganisation.

La part du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger, malgré l'effet négatif de la conversion en francs français des comptes de nos filiales étrangères, atteint ainsi 61,0 % du total contre 57,6 % en 1994, tandis que la répartition des activités alcool et sans alcool reste stable (respectivement 48,2 et 51,7 %).

Les résultats financiers sont conformes aux prévisions annoncées en septembre 1995 avec un résultat opérationnel en légère croissance (+ 0,4 % vs 1994), un résultat courant pratiquement stable, et un résultat net en baisse de 3,8 %.

Ils ont été obtenus malgré les impacts négatifs de la conversion en francs français des comptes de nos filiales étrangères, de la hausse des taux d'intérêt et du taux d'impôt en France et des difficultés ponctuelles liées à l'environnement, en Argentine, au Japon, au Mexique et en France (grèves des Services Publics).

GROUPE PERNOD RICARD

Résultats commerciaux France

Après un premier semestre favorable, la progression des ventes a été freinée par l'atonie de la consommation du deuxième semestre et par les grèves de fin d'année.

Sur le segment des spiritueux, Ricard, Clan Campbell, Jameson et Suze ont connu une bonne année. La part de marché de Pastis 51 s'est érodée tandis que nos marques d'apéritifs à base de vin et de vins doux naturels déclinaient en phase avec le marché.

Compte tenu de la cession de l'activité française de CRUS ET DOMAINES DE FRANCE, les ventes de vins du premier semestre ont connu un léger recul.

L'activité sans alcool, hors l'effet de la rétrocession à PEPSICO de son activité Ventes à Emporter, a connu une croissance modérée. Les marques Orangina, Pampryl, Champomy ont poursuivi leur développement tandis que Brut de Pomme et Banga voyaient leurs volumes baisser. La SIAS a vu ses ventes en France évoluer en phase avec le marché des préparations de fruits.

Résultats commerciaux Étranger

Comme l'année précédente, l'activité internationale du Groupe a connu une croissance interne soutenue de

7,5 %, malgré la baisse de 4,9 % de notre activité vins Etranger, notamment liée à la récession en Argentine et aux récoltes insuffisantes en Australie.

Dans le secteur des spiritueux, les ventes sont en nette progression tant en Europe que dans le reste du monde (+ 6,5 % au total). Ricard, Jameson, Havana Club, Wild Turkey, ont tiré la croissance, et les marques régionales comme Zoco en Espagne et Ramazzotti en Italie et en Allemagne ont confirmé la bonne tendance enregistrée l'année dernière.

Ainsi dans un marché mondial de spiritueux en régression où certains de nos concurrents ont connu des difficultés, les marques du Groupe ont gagné des parts de marché.

Dans le secteur des boissons sans alcool, Yoo Hoo aux Etats-Unis a poursuivi sa progression de même qu'Orangina dont les performances en Europe ont été contrastées.

La SIAS a réalisé un très bon exercice à l'étranger tant en Europe (Allemagne, Pologne) que dans le reste du monde (Etats-Unis, Australie, Corée).

L'activité distribution en Irlande a accentué son développement notamment grâce à l'acquisition de JJ HASLETT.

Analyse du compte de résultat consolidé

Les modifications du périmètre de consolidation ont porté en 1995 sur l'intégration de JJ HASLETT (Irlande) sur 12 mois vs 6 mois en 1994, l'acquisition de SOMAGNUM (Portugal) et PALACIO DE LA VEGA (Espagne), la cession de l'activité française de CRUS ET DOMAINES DE FRANCE au 1er juillet 1995 et la reprise par PEPSICO de son activité Grande Distribution, la mise en équivalence des sociétés SIMEON WINES (Australie) et IGLOO (France) depuis respectivement le 1er juillet 1994 et le 1er janvier 1995 .

Les premières consolidations des sociétés créées par le Groupe comme SIAS Polska, SIAS Argentina et PR South Africa sont considérées comme des effets de croissance interne.

Le chiffre d'affaires hors droits et taxes de l'exercice 1995 s'élève à 15 934 millions de francs en progression de 0,6 % par rapport à 1994. Hors effet change (-3,4 %) et hors effet périmètre (- 0,4 %) la croissance interne s'établit à + 4,5 %, reflet de la très bonne activité commerciale à l'étranger (spiritueux + 6,5 %, sans alcool + 11,8 %) et malgré une baisse des vins (-4,9 %) et de la consolidation des positions du Groupe en France (spiritueux + 0,2 %, sans alcool +1,3%).

La marge brute consolidée s'établit à 8,7 milliards de francs. Le taux de marge brute ne baisse que faiblement à 54,4 % en dépit des modifications du mix liées à la forte croissance des activités sans alcool Etranger, notamment Yoo Hoo, SIAS et le cash & carry.

Conformément à la politique volontariste engagée en la matière, les frais de production et les frais généraux baissent significativement (- 2,9 %).

Les dépenses de commercialisation qui s'élèvent à 3,9 milliards de francs et qui comprennent les frais publi-promotionnels, les frais commerciaux des réseaux de ventes, et les frais de distribution-logistique sont stables. Hors effet change, elles seraient en progression de 3,2 % compte tenu des efforts réalisés pour développer notre réseau commercial et des frais croissants de distribution dans le secteur des boissons sans alcool (effet volume).

Ainsi, le résultat opérationnel progresse de 0,4 % à 1 872 millions de francs contre 1 864 millions de francs en 1994. Hors effet change la croissance du résultat opérationnel serait de 4,2 %, en ligne avec l'activité. L'analyse par secteur met en valeur :

- la croissance de 1,7 % du résultat opérationnel du secteur vins et spiritueux France, reflet de la bonne tenue sur le marché français des principales marques du Groupe, et après une année 1994 particulièrement difficile,
- la croissance de 9,6 % hors effet change du résultat opérationnel vins et spiritueux Etranger grâce aux bonnes performances des whiskies Jameson et Clan Campbell, du bourbon Wild Turkey, des sociétés PRACSA, RAMAZZOTTI,
- la baisse de 5,9 % du résultat opérationnel du secteur sans alcool France du fait d'un environnement concurrentiel accru,
- la progression de 5,3 % à taux de change comparable du résultat opérationnel du secteur sans alcool Etranger grâce aux performances de la SIAS, de Yoo Hoo et de l'activité distribution BWG et JJ HASLETT en Irlande.

Après une forte baisse en 1994, les frais financiers s'élèvent à 271 millions de francs en croissance de 7,5 %. La baisse de l'endettement moyen du Groupe a été malheureusement plus que compensée par la hausse des taux d'intérêt en France.

Ainsi le résultat courant de l'exercice 1995 s'établit à 1 601 millions de francs, quasiment stable par rapport à 1994. A taux de change comparable, il s'établirait à 1 657 millions de francs soit une croissance de 2,8 % vs 1994.

Les charges et produits exceptionnels dégagent un solde négatif de 43 millions de francs à comparer à un solde négatif de 66 millions de francs en 1994.

L'impôt sur les bénéfices progresse de 14 % à 424 millions de francs. Hors effet change, la progression s'élèverait alors à + 19 % du fait notamment de la hausse du taux d'impôt en France.

Le résultat mis en équivalence, qui provient pour l'essentiel de notre quote-part de résultat dans HEUBLEIN do Brazil, est en baisse de 9 % à 39 millions de francs.

Les amortissements de survaleurs progressent légèrement à 51 millions de francs, soit + 8 % par rapport à 1994, et les droits des tiers dans le résultat s'établissent à 19 millions de francs.

En conséquence de ce qui précède, le résultat net consolidé part du Groupe de l'année 1995 s'élève à 1 103 millions de francs en baisse de 3,8 % par rapport à 1994 (1 147 millions de francs). Cette performance doit s'apprécier au regard des facteurs extérieurs négatifs qui ont pesé de manière très significative sur les comptes du Groupe cette année : effet défavorable de la conversion des résultats de nos filiales étrangères, impact des grèves et hausse des taux d'intérêt et du taux d'impôt en France, accidents de conjoncture en Argentine, au Japon et au Mexique.

Relations humaines

Au 31 décembre 1995, les effectifs du Groupe PERNOD RICARD étaient de 11 575 personnes dont 7 113 à l'étranger.

Au cours de l'année 1995, 38 013 actions, 168 021 actions, et 6 580 actions ont été respectivement acquises par les intéressés dans le cadre des plans d'option d'achat d'actions institués en 1988, 1989 et 1994.

Gestion des risques financiers

En 1995, la politique de gestion des risques financiers s'est poursuivie en respect des règles de prudence antérieures : le Groupe s'est attaché à couvrir ses expositions de taux, de change et de liquidité par des positions fermes fondées sur la stricte anticipation de son activité.

Recherche et développement

En 1995, le Groupe à travers ses laboratoires de recherche et les travaux menés par ses différentes filiales, a consacré 1 % de son chiffre d'affaires consolidé en dépenses de recherche et développement. L'effectif moyen affecté à cette activité s'élève à environ 250 personnes.

Les montants et les effectifs affectés à la recherche et développement sont stables sur les trois derniers exercices.

Perspectives d'avenir

L'exercice 1996 devrait voir se confirmer les axes stratégiques sur lesquels le Groupe est engagé depuis sa création.

En France, dans une économie en faible progression, l'activité spiritueux devrait confirmer le retour à la croissance de nos principales marques, tandis que les activités sans alcool devraient continuer leur développement. A noter la cession au 1er janvier 1996 de la marque Sironimo à la société TEISSEIRE.

A l'étranger, le Groupe poursuivra sa politique d'extension de son réseau de distribution international et 1996 verra le démarrage de nouvelles filiales créées ou récemment acquises prenant en charge directement la commercialisation de notre gamme de spiritueux en Belgique et Luxembourg (PR Belux), en Inde (PR India) et au Sri Lanka (PR Sri Lanka), au Vietnam (PR Vietnam), et dans de nouveaux marchés des Amériques. Dans les pays où nous sommes déjà présents, nous devrions continuer de gagner des parts de marché grâce à la croissance de nos marques, Ricard et Pernod, Jameson, Clan Campbell et Wild Turkey, Havana Club et enfin Bisquit et Renault pour le cognac notamment en Asie et Jacob's Creek pour les vins.

Orangina en Europe, Yoo Hoo aux Etats-Unis, BWG en Irlande, la SIAS dans le monde entier, constitueront les vecteurs de la croissance de l'activité sans alcool à l'étranger.

Ainsi, grâce à la croissance des activités, notamment à l'étranger, et à de nouveaux gains de productivité, la profitabilité du Groupe devrait en 1996 évoluer de manière satisfaisante.

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, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication. Par ailleurs, PERNOD RICARD est mandaté par ses filiales françaises pour effectuer pour leur compte, leurs achats d'espaces publicitaires.

Enfin, Pernod Ricard a 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 361 millions de francs, en hausse de 2,6 % par rapport à 1994 tandis que les charges d'exploitation diminuaient de 0,9 % pour atteindre 319 millions de francs.

Le résultat financier atteint 271 millions de francs, en baisse de 37 % par rapport à 1994 du fait de l'augmentation des frais financiers, conséquence de la hausse des taux d'intérêt et d'une diminution des dividendes perçus des filiales.

En 1995, après impôts sur les sociétés, le bénéfice net de l'exercice s'est établi à 326,1 millions de francs contre 627,2 millions de francs en 1994.

Affectation des résultats

Les comptes 1995 sont annexés au présent rapport et nous les soumettons à votre approbation.

Nous vous proposons de fixer à F. 8,00 par action le montant du dividende, sans changement par rapport à celui de l'année précédente. L'affectation des résultats qui vous est soumise est donc la suivante :

Résultat bénéficiaire de l'exercice :	F	326 093 995,53
Report à nouveau créditeur :	F	1 140 035 047,75
Montant distribuable :		**F 1 466 129 043,28**
Et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :		
Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende une somme égale à 6 % du capital social, soit F. 1,20 par action :	F	67 663 992,00
Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire F. 6,80 par action :	F	383 429 288,00
Le solde étant reporté à nouveau, soit :	F	1 015 035 763,28
Montant réparti :		**F 1 466 129 043,28**

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. 12,00

Dividende distribué	F	8,00
Impôt déjà payé au Trésor Public	F	4,00

Nous vous demandons de fixer au 14 Mai 1996 la date de mise en paiement du dividende, sous déduction de l'acompte de 4,00 francs versé le 11 janvier 1996.

Conformément aux dispositions de l'Article 243 bis du Code Général des impôts, il est précisé que les montants des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant ont été les suivants :

	Nombre d'actions	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1992	46 988 884	8,50	4,25	12,75
1993	46 988 884	9,00	4,50	13,50
1994	56 386 660	(1) 8,00	4,00	12,00

(1) A la suite de l'attribution d'actions gratuites à raison de une pour cinq.

A titre de comparaison, le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant, ajustés de l'attribution d'actions gratuites à raison de une action nouvelle pour cinq anciennes réalisée en 1994, soit sur la base de 56 386 660 actions, ont été les suivants :

	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1992	7,08	3,54	10,62
1993	7,50	3,75	11,25
1994	8,00	4,00	12,00

Informations complémentaires

Nous vous demandons de bien vouloir donner quitus à votre Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1995.

Nous vous proposons de réélire Madame Françoise Hémard et Monsieur Albert Frère, dont les mandats viennent à échéance pour cette présente Assemblée.

Nous vous proposons également de désigner, en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire, Mazars et Guerard en substitution du Cabinet Robert Mazars.

En mai 1995, vous aviez 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 de F. 600,00 et le prix minimal de vente de ces actions de F. 210,00 par action, et ce pour une période de 18 mois à compter de la présente Assemblée.

Par ailleurs, nous vous proposons d'autoriser votre Conseil d'Administration à procéder à l'émission d'obligations libellées en francs français ou en devises étrangères en une ou plusieurs fois, pour un montant maximal de cinq milliards de francs, ou sa contre-valeur en devises, sous les formes et aux époques, taux et conditions d'émission, d'amortissement, qu'il jugera convenables.

Enfin, nous vous informons que la Société Paul Ricard et la Société Générale - ainsi que les sociétés qui lui sont liées -, détiennent toutes deux plus de 10 % des droits de vote de Pernod Ricard au 31 décembre 1995.

Les personnels de PERNOD RICARD et de ses filiales détenaient quant à eux 4,3 % des droits de vote.

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

Compte de résultat consolidé

en millions de francs	1995	1994	1993	1995 / 1994
Chiffre d'affaires H.D.T.	15 934	15 832	15 053	+0,6%
Achats consommés	(7 263)	(7 095)	(6 409)	+2,4%
Marge brute	**8 671**	**8 737**	**8 644**	**- 0,8%**
Frais de commercialisation et de distribution	(3 884)	(3 870)	(3 613)	+0,4%
Frais de production et frais généraux	(2 915)	(3 003)	(3 088)	- 2,9%
Résultat opérationnel	**1 872**	**1 864**	**1 943**	**+0,4%**
Résultat financier	(271)	(252)	(357)	+7,5%
Résultat courant	**1 601**	**1 612**	**1 586**	**-0,7%**
Résultat Exceptionnel	(43)	(66)	(26)	NS
Impôts sur les sociétés	(424)	(373)	(409)	+13,7%
Résultat des sociétés mises en équivalence	39	43	8	- 9,3%
Résultat net avant amortissement des survaleurs	1 173	1 216	1 159	- 3,5%
Amortissement des survaleurs	(51)	(47)	(69)	+8,5%
Résultat net	1 122	1 169	1 090	- 4,0%
Droit des Tiers dans le résultat	19	22	26	- 13,6%
Droit du Groupe dans le résultat	**1 103**	**1 147**	**1 064**	**- 3,8%**
Résultat par action (en francs)				
Résultat courant	28,40	28,59	28,13	- 0,7%
Résultat net part du Groupe	19,56	20,34	18,87	- 3,8%
Résultat net avant impôt				
Global (en millions de francs)	1 546	1 542	1 499	+0,3%
Par action (en francs)	27,42	27,35	26,58	+0,3%

Le résultat par action de l'année 1993 a été ajusté afin de tenir compte de la distribution d'une action gratuite pour cinq le 1er juillet 1994

Bilan consolidé

Actif

en millions de francs	31/12/1995 Valeur brute	31/12/1995 Amortissements et Provisions	31/12/1995 Valeur nette	31/12/1994 Valeur nette	31/12/1993 Valeur nette
Actif immobilisé					
Immobilisations Incorporelles	2 877	(377)	2 500	2 219	2 166
Immobilisations Corporelles	6 601	(3 387)	3 214	3 220	3 092
Survaleurs	1 738	(443)	1 295	1 319	1 376
Immobilisations Financières	1 888	(48)	1 840	2 028	1 898
Total de l'actif immobilisé	**13 104**	**(4 255)**	**8 849**	**8 786**	**8 532**
Actif circulant					
Stocks	4 549	(50)	4 499	4 559	4 210
Créances d'exploitation	4 425	(210)	4 215	4 106	3 867
Valeurs mobilières de placement	501	(19)	482	506	156
Disponibilités	752		752	1 133	1 062
Total de l'actif circulant	**10 227**	**(279)**	**9 948**	**10 304**	**9 295**
Comptes de régularisation Actif	**167**	**(9)**	**158**	**147**	**144**
Ecart de conversion Actif	**17**		**17**	**38**	**4**
Total actif	**23 515**	**(4 543)**	**18 972**	**19 275**	**17 975**

Passif

en millions de francs	31/12/1995	31/12/1994	31/12/1993
Capitaux propres Groupe	**9 278**	**8 994**	**8 418**
dont droits du Groupe dans le résultat	1 103	1 147	1 064
Droits des tiers dans les capitaux propres	**325**	**341**	**357**
dont droits des tiers dans le résultat	19	22	26
Provisions pour Risques & Charges	436	511	368
Impôt différé passif	68	77	112
Dettes			
Dettes financières	4 537	5 053	4 835
Emballages consignés	102	95	93
Dettes d'exploitation	3 584	3 515	3 135
Dettes diverses	618	684	627
Total des dettes	**8 841**	**9 347**	**8 690**
Comptes de régularisation Passif	**24**	**5**	**30**
Total passif	**18 972**	**19 275**	**17 975**

Tableau de variation des capitaux propres du Groupe

en millions de francs	Capitaux propres du Groupe
AU 31 DÉCEMBRE 1992	**7 663**
Dividendes payés aux actionnaires	(396)
Variation des réserves	9
Variation de l'écart de conversion	78
Résultat net consolidé1993 - part du groupe	1 064
AU 31 DÉCEMBRE 1993	**8 418**
Dividendes payés aux actionnaires	(417)
Variation des réserves	55
Variation de l'écart de conversion	(209)
Résultat net consolidé1994 - part du groupe	1 147
AU 31 DÉCEMBRE 1994	**8 994**
Dividendes payés aux actionnaires	(443)
Variation des réserves	(20)
Variation de l'écart de conversion	(356)
Résultat net consolidé1995 - part du groupe	1 103
AU 31 DÉCEMBRE 1995	**9 278**

Tableau de financement consolidé

en millions de francs	1995	1994	1993
Résultat net consolidé part du Groupe	1 103	1 147	1 064
Résultat net consolidé part des minoritaires	19	22	26
Résultat des sociétés mises en équivalence (net des dividendes reçus)	(11)	(41)	16
Dotation aux amortissements sur immobilisations	417	405	411
Dotation aux amortissements des survaleurs	51	47	69
Variation des provisions et de l'impôt différé	(84)	150	111
Plus-value sur cession d'immobilisations et autres éléments	(54)	(127)	(119)
Capacité d'autofinancement	**1 441**	**1 603**	**1 578**
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(320)	(423)	305
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	**1 121**	**1 180**	**1 883**
Acquisition d'immobilisations non financières (nette des cessions)	(548)	(404)	(421)
Acquisition d'immobilisations financières (nette des cessions)	(68)	(25)	90
Incidence des variations du périmètre de consolidation	(29)	(236)	(52)
Variation des créances et des dettes sur immobilisations	(36)	76	53
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	**(681)**	**(589)**	**(330)**
Augmentation de capital	-	-	-
Variation nette des emprunts et dettes financières	26	(168)	209
Dividendes versés	(449)	(424)	(403)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	**(423)**	**(592)**	**(194)**
Incidence des écarts de conversion	26	34	(6)
Variation nette de la trésorerie	**43**	**33**	**1 353**
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	(769)	(802)	(2 155)
Trésorerie à la clôture de l'exercice	(726)	(769)	(802)

Aux comptes consolidés

NOTE 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 ou exerce un contrôle de fait.

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 18. Par mesure de simplification ou en raison du préjudice grave qui pourrait en résulter, seuls les noms et coordonnées des principales sociétés faisant partie du périmètre de consolidation y sont indiqués.

1.2. Méthodes de conversion

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 1994 et le 31 décembre 1995 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.

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 1995, 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.

Cette valeur d'inventaire est égale à la valeur actuelle, qui, d'une façon générale peut être estimée à partir du cours de bourse, ou correspondre à la quote-part des capitaux propres de la société que ces titres représentent.

1.6. Écarts d'acquisition

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

L'écart d'acquisition (survaleur) est amorti selon le mode linéaire sur une durée n'excédant pas 40 ans et appropriée à la nature de l'acquisition effectuée. (80 % des écarts d'acquisition sont amortis sur une durée de 40 ans et correspondent à des investissements stratégiques, notamment l'acquisition d'Irish Distillers).

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une analyse à chaque arrêté en fonction de l'évolution de la filiale et peuvent, le cas échéant, faire l'objet d'une dépréciation.

1.7. Stocks

Les stocks sont évalués au prix de revient ou au prix de marché, si ce dernier est inférieur. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur nette comptable.

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. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont inscrites au bilan, pour leur valeur d'origine. Lorsque la valeur de marché de ces titres à la clôture de l'exercice est inférieure à leur valeur d'origine, une provision pour dépréciation est constituée.

1.9. 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 par la constitution d'un dépôt, dans la même devise, d'un montant identique à celui de la dette.

1.10. 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 et dont l'ancienneté est supérieure à 10 ans.

1.11. Impôt sur les bénéfices

Depuis le 1er 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 1er 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 selon la méthode du report variable ; il s'agit principalement des décalages temporaires, des annulations de provisions réglementées et des retraitements de consolidation.

Les impôts différés actifs au titre de déficits fiscaux et moins-values à long terme n'ont été enregistrés que dans la mesure où la probabilité de leur imputation à court terme sur des bénéfices fiscaux futurs est élevée.

Le poste Impôt Différé Passif enregistre la charge latente nette d'impôt tant à long terme qu'à court terme.

Les impôts différés en France n'ont été réévalués pour tenir compte de la contribution supplémentaire de 10 % que dans la mesure où leur échéance est antérieure au 31 décembre 1997.

Une réévaluation de l'ensemble des impôts différés en France aurait généré un impôt différé passif net supplémentaire de 5,8 MF.

1.12. Gestion des risques financiers et comptabilisation des instruments de couverture du risque de taux d'intérêt

En 1995, la politique de gestion des risques financiers s'est poursuivie en respect des règles de prudence antérieures : le Groupe Pernod Ricard s'est attaché à couvrir ses expositions de taux, de change et de liquidités par des positions fermes fondées sur la stricte anticipation de son activité. En particulier, la pratique d'une gestion centralisée du risque de change et la réalisation d'une compensation multilatérale des flux intercompagnies (netting) ont eu pour effet de réduire de façon significative l'exposition au risque de change.

La comptabilisation des résultats liés aux contrats de garantie de taux 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 .

NOTE 2 - PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Les seuls changements notables dans le périmètre de consolidation sont l'intégration globale des Sociétés Somagnum (société de distribution de vins et spiritueux au Portugal) et Palacio de la Vega (société de production de vins et liqueurs en Espagne) ainsi que la mise en équivalence des sociétés Beijing Pernod Ricard Winery, Dragon Seal.

D'autre part, L'Igloo qui était intégré proportionnellement au 31 décembre 1994, est dorénavant mis en équivalence.

NOTE 3 - PRÉSENTATION DU COMPTE DE RÉSULTAT

En 1995, le Groupe a adopté un nouveau compte de résultat consolidé, où les produits et charges liés à la vente sont présentés sur la même ligne. Ce nouveau format de présentation permet ainsi de donner une image plus économique de l'activité du Groupe.

Afin de le rendre comparable, le compte de résultat de l'exercice 1994 a été retraité selon ce nouveau format qui se présente et se compare à l'ancienne présentation comme suit :

Ancien format	1994
Chiffre d'affaires HDT	15 832
Marge brute	8 737
Frais de production et de distribution	(2 169)
Frais de commercialisation et d'administration	(4 704)
Résultat opérationnel	**1 864**

Nouveau format	1994
Chiffre d'affaires HDT	15 832
Marge brute	8 737
Frais de commercialisation et de distribution	(3 870)
Frais de production et frais généraux	(3 003)
Résultat opérationnel	**1 864**

NOTE 4 - CHARGES ET PRODUITS EXCEPTIONNELS NETS

En millions de Francs	1995	1994	1993
Charges et produits exceptionnels nets	(43)	(66)	(26)

En 1994, le Groupe a enregistré diverses plus-values sur cessions d'actifs, notamment de la marque Tullamore Dew et d'une partie de la participation qu'il détient dans la Compagnie de Suez, compensées par d'importantes provisions pour charges de restructuration en France et à l'étranger ayant pour objectif une rationalisation industrielle et des gains de productivité administrative.

Dans le cadre des opérations de rationalisation et de recentrage, un certain nombre de plus-values ont été dégagées sur des cessions de titres et d'actifs pour un montant atteignant près de 40 MF. Ces produits n'ont pu compenser diverses charges exceptionnelles (dépréciations de titres non consolidés, provisions sur divers éléments d'actifs immobilisés, litiges, etc...) dont aucune n'excède 10 MF individuellement.

NOTE 5 - AMORTISSEMENTS DE SURVALEURS

En millions de Francs	1995	1994	1993
Amortissements de survaleurs	(51)	(47)	(69)

En 1993, le Groupe avait procédé à des amortissements inhabituels de survaleurs à hauteur de 28 millions de francs, résultant d'une correction exceptionnelle apportée aux hypothèses retenues lors de l'acquisition de diverses sociétés, ceci dans le respect du principe de prudence.

NOTE 6 - 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.

La valeur d'inventaire est estimée à partir des profits futurs que peut générer la marque concernée.

NOTE 7 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

En millions de Francs	1995 Valeur brute	1995 Amort. et provisions	1995 Valeur nette	1994 Valeur nette	1993 Valeur nette
Terrains	374	(11)	363	382	374
Constructions	2 105	(845)	1 260	1 301	1 271
Installations techniques, matériel et outillage	2 967	(1 917)	1 050	1 063	1 040
Autres immobilisations corporelles	1 036	(614)	422	388	344
Immobilisations corporelles en cours	118		118	77	61
Avances et acomptes	1		1	9	2
Total	**6 601**	**(3 387)**	**3 214**	**3 220**	**3 092**

Les investissements industriels annuels sont stables, autour de 500 millions de francs.

NOTE 8 - IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

En millions de Francs	1995 Valeur brute	1995 Provisions	1995 Valeur nette	1994 Valeur nette	1993 Valeur nette
Titres mis en équivalence	231		231	190	168
Autres titres de participations	1 423	(43)	1 380	1 371	1 324
Créances sur participations	108	(3)	105	407	341
Autres immobilisations financières	126	(2)	124	60	65
Total	**1 888**	**(48)**	**1 840**	**2 028**	**1 898**

Les titres mis en équivalence représentent les sociétés suivantes : Heublein do Brazil, L'Igloo, Beijing Pernod Ricard Winery, Dragon Seal, Simeon Wines, Eight to Twelve.

Les autres titres de participation comprennent les titres Société Générale (2,17 % du capital), Financière Saresco (35 % du capital) et Compagnie de Suez (0,52 % du capital).

Les titres Société Générale et Compagnie de Suez sont valorisés au coût historique.

NOTE 9 - VARIATIONS DE RÉSERVES

Les variations de réserves correspondent principalement aux subventions d'investissement reclassées en compte de régularisation passif.

NOTE 10 - STOCKS ET EN-COURS

La répartition des stocks et en-cours à la clôture des exercices 1995, 1994 et 1993 est la suivante :

En millions de Francs	1995	1994	1993
Matières premières	772	958	778
En-cours de biens	2 591	2 460	2 327
Stocks de marchandises	502	570	477
Produits finis	634	571	628
Total	**4 499**	**4 559**	**4 210**

NOTE 11 - PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

En millions de Francs	1995	1994	1993
Provisions pour indemnités de départ à la retraite	135	128	116
Provisions pour risques divers	301	383	252
Total	**436**	**511**	**368**

Les provisions pour risques divers correspondent principalement à des provisions pour risques fiscaux et sociaux à hauteur de 95 MF, des provisions pour litiges avec tiers à hauteur de 72 MF, le solde étant constitué principalement de provisions pour restructurations.

Il n'existe pas à notre connaissance de fait ou de litige qui pourrait affecter de façon significative les résultats, la situation financière ou le patrimoine du groupe.

NOTE 12 - IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

En millions de Francs	1995	1994	1993
Impôt exigible	(433)	(408)	(382)
Impôt différé	9	35	(27)
Total	**(424)**	**(373)**	**(409)**

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable. Au bilan, ils se décomposent de la manière suivante :

En millions de Francs	1995	1994	1993
Impôt différé actif	(266)	(242)	(156)
Impôt différé passif	334	319	268
Impôt différé passif net au bilan	**68**	**77**	**112**

Les impôts différés actifs constatés au 31.12.1995 sur des déficits fiscaux, sur lesquels la probabilité d'imputer des bénéfices fiscaux futurs apparaît importante, s'élèvent à 14 MF.

La société CECO en France bénéficie d'un statut fiscal particulier.

NOTE 13 - DETTES FINANCIÈRES

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

En millions de Francs	1995	1994	1993
Court terme (moins de 1 an)	3 479	2 201	2 673
dont concours bancaires	2 042	2 073	2 020
Moyen terme (de 1 à 5 ans)	471	2 403	1 721
Long terme (plus de 5 ans)	587	449	441
Total	**4 537**	**5 053**	**4 835**

- Au 31 décembre 1995, le Groupe Pernod Ricard dispose de lignes de crédit confirmé d'un montant de 300 millions de francs pour une durée de 1 année et demie.
- Le 20 Mars 1992, Pernod Ricard a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de Francs.

Les TSDI sont qualifiés de " reconditionnés ", par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Le montant net disponible au 31 décembre 1995 (soit 262 millions de francs) a été inclus dans le poste " Dettes Financières ".

Les emprunts n'ont donné lieu à la constitution d'aucune sûreté ou hypothèque autre que les garanties données par Pernod Ricard SA et détaillées dans la note 14.

NOTE 14 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

En millions de Francs	1995	1994	1993
ENGAGEMENTS DONNÉS			
Crédit-bail	87	80	44
Cautions et garanties	581	987	639
Engagements d'achat aux fournisseurs	109	46	86

La caution donnée à la Société Générale par Pernod Ricard afin de contre-garantir les obligations (loan notes) émises pour financer en partie l'acquisition du Groupe Irish Distillers et garanties en principal par la Société Générale, a été réduite à 72 millions de Francs au 31 décembre 1995 contre respectivement 566 et 553 millions de Francs au 31 décembre 1993 et 1994 (suite au remboursement d'une partie des loan notes).

En 1994, Pernod Ricard s'est porté garant à hauteur de 40 millions de Livres Sterling des sommes pouvant être dues par les sociétés BWG Foods et BWG NI au titre d'un emprunt et de contrats de swap souscrits par ces sociétés. Au 31 décembre 1995, le solde restant dû et pour lequel Pernod Ricard s'est porté garant s'élève à 38,1 millions de Livres Sterling.

NOTE 15 - CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

Comme mentionné dans la Note 1.11, le Groupe Pernod Ricard dispose d'un portefeuille de contrats de garantie de taux qui représente au 31 décembre 1995 un montant total de 1 405 MF se décomposant comme suit :

Société	Contrat	Echéance	Assiette	Garanties
Pernod Ricard	Collar	Sept. 1997	300 MF	5,20% - 6,25%
Pernod Ricard	Collar	Nov. 1996	400 MF	8,28% - 9,50%
House of Campbell	Collar	Janv. 1998	246 MF	4% - 6,4%
Orlando	Swap taux fixe	Nov. 2000	80 M AUD	6,58%
Pernod Ricard	Swap taux variable	Déc. 2001	21,5 M GBP	Pibor 3 mois

NOTE 16 - EFFECTIFS MOYENS ET FRAIS DE PERSONNEL

Les effectifs moyens de l'exercice 1995 s'élèvent à 11 150 personnes contre 10 839 personnes en 1994 et 10 269 en 1993. Ces effectifs sont calculés en moyenne annuelle et tiennent compte de personnels intérimaires.

Les frais de personnel se sont élevés à 2 632 millions de francs contre 2 658 millions de Francs en 1994 et 2 584 millions de Francs en 1993. Ces chiffres incluent outre les charges de personnel intérimaire, l'intéressement et les taxes sur les salaires.

NOTE 17 - INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

	1995	1994	1993
Volumes commercialisés en millions de litres	**104**	**106**	**125**
Effectifs moyens	**2 253**	**2 863**	**3 055**

16 centres de production en France

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod.
- Suze.
- Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano, Byrrh, Americano 505, Vabé, Bartissol.
- Scotch Whiskies Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Cutty Sark (*).
- Irish Whiskeys Jameson, Bushmills, Power, Paddy.
- Whisky canadien Royal Canadian.
- Bourbon Wild Turkey.
- Vodkas Karinskaya, Altaï, Stolichnaya (*).
- Calvados Busnel, Lancelot.
- Cognacs Bisquit, Renault, Armagnac Marquis de Montesquiou.
- Rhum Havana Club.
- Portos Cintra, Warre, Feist.
- Liqueurs Soho, Janeiro, Alaska, Cusenier, eaux de vie la Duchesse.
- Gins Black Jack, Hastings.
- Vins Alexis Lichine, Cruse, Victor Bérard, Pasquier Desvignes.
- Café de Paris, Blancs de fruits.

(*) concession

(Ces marques concédées, représentent une part peu significative de l'activité du groupe).

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- Ricard et ses filiales : Renault Bisquit, Galibert & Varon.
- Pernod et ses filiales : Cusenier, Crus et Domaines de France.
- CSR Pampryl.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution en France, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants.

Vins et spiritueux France

En millions de Francs	1995	1994	1993	Variation 1995/1994
Chiffre d'affaires HDT	**3 351**	**3 326**	**3 798**	**+0,8 %**
Achats consommés	(691)	(675)	(783)	+2,4 %
Marge brute	**2 660**	**2 651**	**3 015**	**+0,3 %**
Frais de commercialisation et de distribution	(1 281)	(1 231)	(1 286)	+4,1 %
Frais de production et frais généraux	(641)	(694)	(788)	-7,6 %
Résultat opérationnel	**738**	**726**	**941**	**+1,7 %**

VINS ET SPIRITUEUX EXPORT ET ETRANGER

	1995	1994	1993
Volumes commercialisés en millions de litres	**228**	**230**	**232**
Effectifs moyens	**3 709**	**3 375**	**3 201**

21 centres de production et d'embouteillage :

- USA : Lawrenceburg.
- Royaume Uni : Aberlour, Kilwinning, Glenallachie.
- Irlande : Bushmills, Fox and Geese, Cork, Midleton.
- Australie : Rowland flat, Griffith, Hunter Estate.
- Espagne : Dicastillo.
- Suisse : Genève.
- Argentine : Capilla, Mendoza, Cafayatte.
- Italie : Canelli.
- Pays-Bas : Almelo, Tilburg.
- Grèce : Palini.
- Autriche : Vienne.

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod.
- Suze.
- Dubonnet.
- Scotch Whiskies Clan Campbell, Aberlour, White Heather, House of Lords, Glenforres.
- Irish Whiskeys Jameson, Bushmills, Paddy, Power.
- Bourbon Wild Turkey.
- Whisky canadien Royal Canadian.
- Cognacs Bisquit, Renault.
- Armagnac Marquis de Montesquiou, Calvados Busnel, Brandies Dorville.
- Rhum Havana Club.
- Liqueurs Zoco, Amaro, Sambuca, Fior di Vite, Mariposa, Ocho Hermanos, Millwood, Eoliki.
- Cork Dry Gin, vodkas Huzzar, Altaï, Petroff, genièvre Legner Light.
- Vins Cruse, Alexis Lichine, Victor Bérard, Pasquier Desvignes.
- Jacob's Creek, Orlando, Wyndham, Etchart, Palacio de la Vega, Long Mountain, Dragon Seal.
- Canei, Carrington, Café de Paris, Carlton.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales : Prac SA (Espagne) et sa filiale Palacio de la Vega, Perisem (Suisse), Ramazzotti (Italie), IGM Deutschland (Allemagne) et sa filiale Polacek (Autriche), PR Nederland BV et sa filiale Kerstens (Pays-Bas), Lizas & Lizas (Grèce), Somagnum (Portugal), Casella Far East (Hong Kong), Cusenier Saic (Argentine) et sa filiale Etchart (Argentine), Prasia (Singapour), Pernod Ricard Japan (Japon), Casella Taiwan (Taiwan), Perithaï (Thaïlande), PRC Diffusion (Caraïbes), PRK Distribution Ltd (Corée).
  Irish Distillers Group Plc et ses filiales Irish Distillers Ltd (Irlande), Old Bushmills Distillery Ltd (Irlande du Nord), Fitzgerald (Irlande), PR South Africa (Afrique du Sud).
- Campbell Distillers et sa filiale Caxton Tower.
- Austin Nichols et sa filiale Boulevard Distillers.
- Orlando Wyndham.
- Ricard et ses filiales.
- Pernod et ses filiales.
- CSR Pampryl.
- World Brands Duty Free et ses filiales World Brands Duty Free Inc (USA), Perau Associates (Suède), Brand Partners (Norvège), World Brands Denmark.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes, les cafés-hôtels-restaurants et les magasins spécialisés.

Vins et spiritueux export et étranger

En millions de Francs	1995	1994	1993	Variation 1995/1994	Hors effet devise
Chiffre d'affaires HDT	**4 358**	**4 450**	**4 217**	**- 2,1 %**	**+3,1 %**
Achats consommés	(1 579)	(1 650)	(1 575)	- 4,3 %	
Marge brute	**2 779**	**2 800**	**2 642**	**- 0,8 %**	
Frais de commercialisation et de distribution	(1 205)	(1 210)	(1 089)	- 0,4 %	
Frais de production et frais généraux	(912)	(951)	(975)	- 4,1 %	
Résultat opérationnel	**662**	**639**	**578**	**+3,6 %**	**+9,6 %**
Résultat opérationnel hors effet devise	**700**	**639**	**578**	**+9,6 %**	

Note : Les chiffres de l'année 1994 ont été corrigés à la suite d'une erreur de classification en 1994.
L'impact de cette correction est une augmentation de 41 millions de Francs pour le chiffre d'affaires et de 13 millions de Francs pour le résultat opérationnel de 1994.
L'effet devise correspond à l'impact des variations de devises sur la conversion des comptes des filiales étrangères.

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

	1995	1994	1993
Volumes commercialisés en millions de litres*	**441**	**539**	**495**
Effectifs moyens	**1 919**	**2 138**	**2 190**

(*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

13 centres de production en France

Marques principales :

- Orangina.
- Banga.
- Cidres La Cidraie, Loïc Raison, Duché de Longueville, Flagger.
- Brut de Pomme.
- Champomy.
- Pacific.
- Pampryl, Pam-Pam.
- Agruma.
- Sirops Cusenier, Sironimo.
- Pepsi-Cola (1).

(1) Accord de distribution en CHR.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SIAS-MPA et sa filiale SIAS France.
- Cusenier.
- CSR Pampryl.
- Ricard.
- CFPO et ses filiales Orangina France et CECO.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants. Pour l'activité Préparations aux Fruits, il s'agit des principaux groupes de l'industrie agro-alimentaire.

Boissons et produits sans alcool France

En millions de Francs	1995	1994	1993	Variation 1995/1994
Chiffre d'affaires HDT	**2 857**	**3 398**	**2 963**	**-15,9 %**
Achats consommés	(1 226)	(1 643)	(1 302)	- 25,4 %
Marge brute	**1 631**	**1 755**	**1 661**	**- 7,1 %**
Frais de commercialisation et de distribution	(782)	(862)	(762)	- 9,3 %
Frais de production et frais généraux	(625)	(655)	(672)	- 4,6 %
Résultat opérationnel	**224**	**238**	**227**	**- 5,9 %**

Note : L'évolution 1994-1995 ne prend pas en compte de retraitement de l'effet périmètre dû à la rétrocession par Orangina à Pepsico de l'activité Ventes à Emporter à compter du 1er janvier 1995.

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL EXPORT ET ÉTRANGER

	1995	1994	1993
Volumes commercialisés en millions de litres*	**350**	**323**	**305**
Effectifs moyens	**3 269**	**2 463**	**1 823**

(*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

20 centres de production à l'étranger

- Allemagne : Constance, Nauen.
- Royaume Uni : Corby.
- Australie : Mangrove Mountain.
- USA : Anna Botkins (Ohio), Winter Haven (Floride), Fort Worth (Texas), Carlstadt (New Jersey), Hialeah (Floride), Opelousas (Louisiane).
- Mexique : Zamora, Jacuna.
- Italie : Turin.
- Grèce : Le Pirée.
- République Tchèque : Kaplice
- Corée : Séoul.
- Autriche : Kröllendorf.
- Pologne : Ostrolenka.
- Argentine : Arroyo-Seco.
- Fidji : Fidji.

Marques principales :

- Orangina.
- Yoo-Hoo.
- Minerva.
- Pampryl.
- La Cidraie, E33

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales, dont notamment Cusenier SAIC.
- SIAS-MPA et ses filiales : SIAS France, DSF (Allemagne), Ramsey et Flavors from Florida (Etats-Unis), SIAS Foods UK (Royaume-Uni), San Giorgio Flavors (Italie), SIAS Australia (Australie), SIAS Mex et SIAS Port (Mexique), SIAS Korea, YB SIAS (Autriche), SIAS Polska (Pologne), SIAS, Fruit Argentina (Argentine), SIAS Bohemia (République Tchèque), SPF Fidji,
- CSR Pampryl.
- CFPO.
- Yoo-Hoo Industries.
- Orlando Wyndham.
- B.W.G. et sa filiale J&J Haslett.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants. Pour l'activité Préparations aux Fruits, il s'agit des principaux groupes de l'industrie agro-alimentaire.

Boissons et produits sans alcool export et étranger

En millions de Francs	1995	1994	1993	Variation 1995/1994	Hors effet devise
Chiffre d'affaires HDT	**5 368**	**4 659**	**4 075**	**+15,2 %**	**+22,1 %**
Achats consommés	(3 767)	(3 127)	(2 749)	+20,5 %	
Marge brute	**1 601**	**1 532**	**1 326**	**+4,5 %**	
Frais de commercialisation et de distribution	(616)	(566)	(474)	+8,8 %	
Frais de production et frais généraux	(736)	(704)	(655)	+4,5 %	
Résultat opérationnel	**249**	**262**	**197**	**- 5,0 %**	**+5,3 %**
Résultat opérationnel hors effet devise	**276**	**262**	**197**	**+5,3 %**	

Note : Les chiffres de l'année 1994 ont été corrigés à la suite d'une erreur de classification en 1994.
L'impact de cette correction est une baisse de 41 millions de Francs pour le chiffre d'affaires et de 13 millions de Francs pour le résultat opérationnel de 1994.
L'effet devise correspond à l'impact des variations de devises sur la conversion des comptes des filiales étrangères.

NOTE 18 - LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

Sociétés	Siège	% d'intérêt	Méthode de consolidation	Numéro Siren
Pernod Ricard	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08	Société mère		582 041 943
PR Finance	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08	100	I.G.	349 785 238
Ricard	4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	100	I.G.	303 656 375
- Renault Bisquit	Domaine de Lignères, 16170 Rouillac	100	I.G.	905 420 170
- Galibert & Varon	Lignères, 16170 Rouillac	99,3	I.G.	457 208 437
Pernod	120, avenue du Maréchal Foch, 94105 Créteil	100	I.G.	302 208 301
- Cusenier	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	100	I.G.	308 198 670
- Crus et Domaines de France	109, rue Achard - 33000 Bordeaux	100	I.G.	384 093 290
SEGM	2, rue de Solférino, 75007 Paris	100	I.G.	302 453 592
- Prac SA (Espagne)	Avenida Diagonal 477, Planta 14, Barcelone 36	100	I.G.	
- Palacio de la Vega (Espagne)	31263 Di Castello, Navarre	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.	
- Somagnum (Portugal)	Distribuicao, Rua Antonia Maia n∞6, Quinta do Borel, 2720 Amadora	60,0	I.G.	
- IGM Deutschland (Allemagne)	Poststrasse n∞8, 5400 Coblence	100	I.G.	
- Polacek (Autriche)	Resselgasse 1, 2201 Gerasdorf	100	I.G.	
- PR Nederland (Pays-Bas)	De Kroonstraat 1, 5048 AP Tilburg	100	I.G.	
- Lizas & Lizas (Grèce)	L. Anthousas, 15344 Palini Attiki	100	I.G.	
- Pernod Ricard Japan K.K. (Japon)	Tamaya Building, 3rd Floor, 14-12 Shinjuku 1 - Chome Shinjuku-Ku, Tokyo 160	100	I.G.	
- Casella Far East Ltd. (Hong Kong)	1007-8 New Kowloon Plaza - 38 Tai Kok Tsui Road, Kowloon, Hong Kong	100	I.G.	
- Beijing Pernod Ricard Winery (Chine)	N∞2 Yu Quan Road, Western Suburb, Beijing 100039	65,0	M.E.E.	
- Dragon Seal (Chine)	N∞2 Yu Quan Road, Western Suburb, Beijing 100039	53,0	M.E.E.	
- Cusenier Saic (Argentine)	Lima 229 - 4e - 1073 Buenos Aires	100	I.G.	
- Etchart (Argentine)	Lima 229, 4e, 1073 Buenos Aires	50,0	I.G.	
- Casella Taïwan (République de Chine)	Pao Fu Commercial Center 15/F.2, 420 Fu Hsin N. Road - Taipei	80	I.G.	
- Perithaï (Thaïlande)	2533 Sukhumvit Rd, Bangchack Praekhanong, Bangkok 10250	100	I.G.	
- PRC Diffusion (Caraïbes)	Z.I. Californie, Immeuble Synergie, Centre d'affaires, 97232 Le Lamentin	100	I.G.	390 984 912
- PRK Distribution Ltd (Corée)	738-41, Yuksam-Dong-Kangnam-Ku, 135-081 Séoul	95,6	I.G.	
- Prasia (Singapour)	52, Chin Swee Rd, 04-00 Safe Building, Singapour 0316	100	I.G.	
Austin Nichols (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	100	I.G.	
- Boulevard Distillers (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	70,0	I.G.	
- Yoo-Hoo Industries (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	100	I.G.	
World Brands Duty Free (Grande-Bretagne)	924, Great West Road, Brentford, Middlesex TW8-9DY	100	I.G.	
- World Brands Duty Free Inc (USA)	1200 Bayhill Drive, Suite 302, San Bruno, California 94056 USA	100	I.G.	
- Perau Associates AS (Suède)	Box 17005, Wollmar Yxkullsgatan 15 B, 10462 Stockholm	100	I.G.	
- Brand Partners A/S (Norvège)	PO Box 2752 Solli, N0204 Oslo	50,0	I.G.	
- World Brands Denmark A/S (Danemark)	Homemansgate 36/A, PO Box 861, 2100 Copenhagen 0	100	I.G.	
CSR*	160 avenue Paul Vaillant Couturiet, 93126 La Courneuve Cedex	99,2	I.G.	552 024 275
JFA Pampryl	160 avenue Paul Vaillant Couturier, 93126 La Courneuve Cedex	99,2	I.G.	035 680 016
CSR Pampryl	12 rue François Mignotte, 21700 Nuits Saint George	99,2	I.G.	321 875 007
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.	
- Caxton Tower (G.B.)	4 Harlequin Ave., Brentford, Middlesex TW8 9EW	100	I.G.	
Santa Lina	Rue du Soleil-Levant, 20000 Ajaccio	100	I.G.	045 920 105
SIAS-MPA	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08	100	I.G.	436 380 521
- SIAS-France	17, avenue du 8-mai-1945, 77295 Mitry-Mory	100	I.G.	341 826 006
- Ramsey SIAS (USA)	6850 Southpointe Parteway, Brecksville, Ohio 44141	100	I.G.	
- Flavors From Florida (USA)	203 Bartow Municipal Airport, Bartow, Florida 33830-9599	100	I.G.	
- DSF Gmbh (Allemagne)	Lilienthalstrasse 1, D.78467 Konstanz	60,0	I.G.	
- SIAS Port (Mexique)	Labastida 912 B, 59650 Zamora, Michoacan	100	I.G.	
- SIAS Mex (Mexique)	Labastida 912 B, 59650 Zamora, Michoacan	100	I.G.	
- SIAS Australia (Australie)	CNR George Downs Drive & Wisemans Ferry Road, Central Mangrove, NSW 2250	100	I.G.	
- SIAS Korea (Corée)	160-18 Sam Sung-Dong, Kang Nam Ku - Séoul	95,6	I.G.	
- SIAS Foods UK Ltd (Grande-Bretagne)	Oakley Hay Lodge, Great Fold Road, Corby NN 189 AS	100	I.G.	
- YB SIAS GmbH	A-3363 Krollendorf	50,0	I.G.	
- SIAS Polska (Pologne)	UL. Lawska 2, 07-410 Ostroeka	90,0	I.G.	
- SIAS Fruit Argentina (Argentine)	456, avenue Cordoba, 1054 Cap. Fed., Buenos Aires	74,0	I.G.	
- SIAS Bohemia (République Tchèque)	Kaplice 290/1521, République Tchèque	100	I.G.	
- South Pacific Foods	POB 80, Nayama Road, Sigatoka, Fidji Islands	100	I.G.	
- San Giorgio Flavors (Italie)	Via Fossata 114, 1047 Torino	100	I.G.	
Compagnie Financière des Produits Orangina	595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire, 13855 Aix en Provence Cedex 3	100	I.G.	56 801 254
- Centre d'Elaboration des Concentrés Orangina	Parc d'activités du plateau de Signes, 83870 Signes	100	I.G.	382 255 016
- Orangina France	595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire, 13855 Aix en Provence Cedex 3	95,1	I.G.	056 807 076
- L'Igloo	7, Première Avenue, 13127 Vitrolles	47,6	M.E.E.	085 720 217
Comrie Plc (Irlande)	61 Fitzwilliam Square, Dublin 2 (siège statutaire)	100	I.G.	
Irish Distillers Group Plc (Irlande)	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	I.G.	
- Irish Distillers Limited (Irlande)	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	I.G.	
- Old Bushmills Distillery Ltd (Irlande du Nord)	Distillery Road, Bushmills, Co Antrim BT57 BXH	100	I.G.	
- Fitzgerald & Co. Ltd (Irlande)	11-12 Bow Street, Dublin 7	100	I.G.	
- Dillon Bass Limited (Irlande du Nord)	Distillery Road, Bushmills, Co Antrim BT57 BXH	42,5	M.E.E.	
- BWG Limited (Irlande)	Greenhills Road, Walkinstown, Dublin 12	100	I.G.	
- J&J Haslett (Irlande du Nord)	20, The Cutts, Derriaghy, Dunmurry, Belfast, BT 17 9HR	100	I.G.	
- Pernod Ricard South Africa (Afrique du Sud)	Van der Bijl House, 37 Market Street, Stellenbosch, 7600 South Africa	100	I.G.	
Pernod Ricard Australia (Australie)	Grosvenot Place, 225 George Street, Sydney NSW 2000 Australia	100	I.G.	
- Orlando Wyndham Group Pty Limited	33 Exeter Terrace, Devon Park SA 5008, Australia	80,7	I.G.	
- Simeon Wines**	170 Greenhill Road Parkside SA 5063, Australia	30,0	M.E.E	
Heublein do Brazil (Brésil)	655, rue Araporé, Sao Paulo	30,0	M.E.E.	

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

* *La société CSR est cotée sur le marché hors cote de la bourse de Paris* - ** *La société Simeon Wines est cotée à la Bourse de Sidney*

Le pourcentage de contrôle est égal au pourcentage d'intérêt sauf pour L'Igloo (50 %) et Simeon Wines (37,1 %).

Rapport des Commissaires aux Comptes

Comptes consolidés - Exercice clos le 31 décembre 1995

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Pernod Ricard relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1995, présentés aux pages 43 à 56.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations relatives au Groupe, données dans le rapport de gestion. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 15 avril 1996

Les Commissaires aux Comptes

C.C.C. Jean DELQUIÉ	Société d'Expertise	Cabinet Robert MAZARS
M. Jean DELQUIÉ	Comptable A & L GENOT	M. Frédéric ALLILAIRE
	MM. Alain et Louis GENOT	M. Xavier CHARTON

Bilan Pernod Ricard

Actif

en milliers de francs	31.12.1995			31.12.1994	31.12.1993
	Brut	Amortissements et provisions	Net	Net	Net
Immobilisations incorporelles	**223 638**	**(8 533)**	**215 105**	**214 953**	**214 721**
Licences, marques	223 638	(8 533)	215 105	214 953	214 721
Immobilisations corporelles	**44 190**	**(22 683)**	**21 507**	**17 713**	**15 051**
Terrains	6 812		6 812	6 010	5 410
Constructions	17 211	(7 418)	9 793	6 709	4 499
Matériel et outillage	991	(975)	16	16	18
Autres	19 176	(14 290)	4 886	4 978	5 124
Immobilisations financières	**6 577 537**	**(104 927)**	**6 472 610**	**7 409 351**	**7 289 174**
Participations	4 124 285	(102 609)	4 021 676	4 081 996	4 078 662
Créances rattachées à des participations	2 393 564	(2 318)	2 391 246	3 326 432	3 209 551
Prêts	689		689	689	686
Autres	58 999		58 999	234	275
Total actif immobilisé	**6 845 365**	**(136 143)**	**6 709 222**	**7 642 017**	**7 518 946**
Avances et acomptes versés sur commandes	**1 086**		**1 086**	**1 253**	**789**
Créances d'exploitation	**85 387**		**85 387**	**86 833**	**91 168**
Créances clients et comptes rattachés	69 537		69 537	69 683	54 885
Autres	15 850		15 850	17 150	36 283
Créances diverses	**119 163**	**(1 858)**	**117 305**	**572 415**	**495 026**
Valeurs mobilières de placement	**280 858**	**(18 468)**	**262 390**	**304 836**	**77 712**
Disponibilités	**2 178**		**2 178**	**17 057**	**29 897**
Total actif circulant	**488 672**	**(20 326)**	**468 346**	**982 394**	**694 592**
Charges constatées d'avance	**954**		**954**	**3 558**	**2 190**
Charges à répartir sur plusieurs exercices	**5 668**		**5 668**	**5 805**	**6 556**
Écart de conversion - Actif	**51 567**		**51 567**	**28 229**	**774**
Total comptes de régularisation	**58 189**	**0**	**58 189**	**37 592**	**9 520**
Total général	**7 392 226**	**(156 469)**	**7 235 757**	**8 662 003**	**8 223 058**

Passif

en milliers de francs	31.12.1995	31.12.1994	31.12.1993
Capital	**1 127 733**	**1 127 733**	**939 777**
Primes d'émission, de fusion, d'apport	**248 967**	**248 967**	**248 967**
Réserves	**2 095 542**	**2 076 747**	**2 221 993**
Réserve légale	112 773	93 978	93 978
Réserves réglementées	1 982 769	1 982 769	2 128 015
Report à nouveau	**1 140 035**	**974 201**	**902 399**
Résultat de l'exercice	**326 094**	**627 154**	**534 311**
Provisions réglementées	**8 339**	**8 407**	**8 476**
Total des capitaux propres	**4 946 710**	**5 063 209**	**4 855 923**
Autres fonds propres (TSDI)	**267 429**	**277 095**	**286 761**
Provisions pour risques et charges	**72 168**	**50 579**	**13 928**
Dettes financières	**831 919**	**1 922 491**	**1 600 072**
Emprunts obligataires non convertibles	400 000	400 000	900 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	190 419	1 184 853	597 507
Emprunts et dettes financières diverses	241 500	337 638	102 565
Dettes d'exploitation	**57 556**	**54 483**	**60 306**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	35 499	33 722	39 888
Dettes fiscales et sociales	22 057	20 761	20 418
Dettes diverses	**1 059 975**	**1 294 146**	**1 405 950**
Dettes fiscales (impôts sur les bénéfices)	54 964		35 069
Autres	1 005 011	1 294 146	1 370 881
Total des dettes	**1 949 450**	**3 271 120**	**3 066 328**
Écart de conversion - Passif			**118**
Total comptes de régularisation			**118**
Total général	**7 235 757**	**8 662 003**	**8 223 058**

Compte de résultat
Pernod Ricard

en milliers de francs	1995	1994	1993
Redevances	220 467	218 128	233 282
Autres produits	140 865	134 104	128 308
Reprises sur provisions	0	46	152
Total des produits d'exploitation	**361 332**	**352 278**	**361 742**
Services extérieurs	(269 488)	(270 136)	(266 520)
Impôts, taxes et versements assimilés	(5 902)	(5 613)	(5 211)
Charges de personnel	(38 939)	(40 957)	(35 872)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(2 961)	(3 469)	(3 808)
Autres charges	(2 003)	(1 970)	(1 912)
Total des charges d'exploitation	**(319 293)**	**(322 145)**	**(313 323)**
Résultat d'exploitation avant opérations financières	**42 039**	**30 133**	**48 419**
Produits de participations	418 537	539 384	567 307
Produits d'autres valeurs mobilières	0	0	2
Autres intérêts et produits assimilés	109 724	105 954	130 603
Reprises sur provisions	29 586	1 359	1 774
Différences positives de change	13 402	37 351	7 492
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	545	1 264	0
Total des produits financiers	**571 794**	**685 312**	**707 178**
Dotations aux provisions	(51 567)	(29 586)	(1 359)
Intérêts et charges assimilées	(228 828)	(216 024)	(315 144)
Différences négatives de change	(20 434)	(9 804)	(10 634)
Total des charges financières	**(300 829)**	**(255 414)**	**(327 137)**
Résultat financier	**270 965**	**429 898**	**380 041**
Résultat courant	**313 004**	**460 031**	**428 460**
Produits exceptionnels	72 176	510 724	793 125
Charges exceptionnelles	(139 678)	(397 123)	(734 164)
Résultat exceptionnel	**(67 502)**	**113 601**	**58 961**
Résultat avant impôt	**245 502**	**573 632**	**487 421**
Impôt sur les bénéfices	80 592	53 522	46 890
Bénéfice de l'exercice	**326 094**	**627 154**	**534 311**

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 décembre 1995, dont le total est de F. 7 235 757 057 et au compte de résultat de l'exercice, qui fait apparaître un bénéfice de F. 326 093 995.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 1er janvier au 31 décembre 1995.

Les notes n° 1 à 15, ci-après, présentées en milliers de francs font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 21 mars 1996 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 :

1.1 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.

1.2 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 :

• Contructions	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 4 ans dégressif

1.3 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 peut être estimée à partir du cours de bourse ou correspondre à la quote-part des capitaux propres de la société que ces titres représentent.

Dans certaines situations particulières la société prend également en compte le potentiel économique et financier de la filiale considérée, en faisant notamment référence à l'actif net réévalué.

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.

1.4 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.

1.5 Provisions réglementées

Les provisions réglementées figurant au bilan comprennent l'amortissement exceptionnel des titres de participation dans des sociétés d'inno-

vation et la provision spéciale de révaluation des biens amortissables.

1.6 Opérations en devises

Les charges et produits en devises sont enregistrées pour leur contrevaleur à la date de l'opération. Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contrevaleur 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.

Pernod Ricard couvre les opérations en devises réalisées par ses filiales par des achats et ventes à terme de devises. Ces transactions sont comptabilisées à leur taux de couverture et les éventuelles pertes latentes, à la date de clôture, sont provisionnées.

1.7 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.

1.8 Impôt sur les bénéfices

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

A compter du 1er 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.

1.9 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 (caps, floors, collars).

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.

1.10 Transfert de l'activité de trésorerie à PR Finance S.A.

Pernod Ricard a transféré, au 1er décembre 1995, son activité de centralisation de la trésorerie et de financement des besoins de Pernod Ricard et de ses filiales (principalement françaises) à PR Finance S.A., filiale à 100 %.

Par ailleurs, dans le cadre de la procédure centralisée de change, PR Finance S.A. assure désormais la compensation multilatérale des flux commerciaux intra-Groupe (netting) et la couverture des expositions de change des filiales.

NOTE 2 - ÉTAT DE L'ACTIF IMMOBILISÉ

	Valeurs brutes au 01.01.95	Augmentations	Diminutions	Valeurs brutes au 31.12.95	Valeurs d'origine avant réévaluation
Immobilisations incorporelles	223 237	501	0	223 638	223 638
Immobilisations corporelles	39 260	5 937	1 007	44 190	38 213
Immobilisations financières	7 453 163	67 082	942 708	6 577 537	6 376 850
Total	**7 715 560**	**73 520**	**943 715**	**6 845 365**	**6 638 701**

IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

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

Acquisitions de titres de participation		**1 000**
• 10 000 titres PR Finance (augmentation de capital du 16/10/95)	1 000	
Augmentations sur créances rattachées à des participations		**7 316**
• Résidences de Cavalière	7 075	
• Autres	241	
Autres immobilisations financières		**58 766**
Total		**67 082**
Cession de titres de participations		**205**
Diminutions sur créances rattachées à des participations		**942 503**
• Comrie	260 696	
• Santa Lina	649 410	
• Havana Club International	23 600	
• Autres	8 797	
Autres immobilisations financières		**0**
Total		**942 708**

NOTE 3 - ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

	au 01.01.95	Augmentations	Diminutions	au 31.12.95
Immobilisations incorporelles	2 184	349	-	2 533
Immobilisations corporelles	21 547	1 625	489	22 683
Total	**23 731**	**1 974**	**489**	**25 216**

NOTE 4 - ÉTAT DES PROVISIONS

	Montant au 01.01.95	Augmentations	Diminutions	au 31.12.95
Provisions réglementées				
• Amortissements dérogatoires	6 663	-	-	6 663
• Provision spéciale de réévaluation	1 744	-	68	1 676
Total 1	**8 407**	**-**	**68**	**8 339**
Provisions pour risques et charges				
• Pour pertes de change	29 586	51 567	29 586	51 567
• Provisions pour impôts	8 878	131	428	8 581
• Autres provisions	12 115	7 616	7 711	12 020
Total 2	**50 579**	**59 314**	**37 725**	**72 168**
Provisions pour dépréciation				
• Sur immobilisations incorporelles	6 000	-	-	6 000
• Sur immobilisations financières	43 813	61 114	-	104 927
• Autres provisions	30 053	-	9 727	20 326
Total 3	**79 866**	**61 114**	**9 727**	**131 253**
Total général	**138 852**	**120 428**	**47 520**	**211 760**

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 31.12.1995.

PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION :

• Immobilisations financières

Les titres Pernod Ricard Australia ont été dépréciés en raison de la baisse du dollar australien par rapport au Franc Français depuis l'acquisition de ces titres par Pernod Ricard en 1989.

• Autres provisions

Les titres acquis dans le cadre des plans d'option d'achat mis en place en 1988, 1989 et 1994 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	2 393 564	101 624	2 291 940
• Prêts	689		689
• Autres immobilisations financières	58 999		58 999
ACTIF CIRCULANT	**488 672**	**487 541**	**1 131**
Total général	**2 941 924**	**589 165**	**2 352 759**

2) DETTES

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Emprunts obligataires non convertibles	400 000	400 000	
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	190 419	190 419	
Emprunts et dettes financières diverses	241 500	388	241 112
Dettes d'exploitation	57 556	57 556	
Dettes diverses	1 059 975	906 370	153 605
Total général	**1 949 450**	**1 554 733**	**394 717**

Au 31 décembre 1995, Pernod Ricard dispose de lignes de crédit confirmé d'un montant de 300 millions de francs pour une durée de 1 an et demi.

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	3 848 606	275 680
Créances rattachées à des participations	2 384 035	9 529
Créances clients et comptes rattachés	69 350	-
Autres créances	77 442	-
Emprunts et dettes financières diverses		182 279
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 909	-
Autres dettes	957 330	-

NOTE 7 - RÉÉVALUATION

Variation de la provision spéciale de réévaluation :

La reprise de provision s'élève à 68 358 francs.

NOTE 8 - PRODUITS À RECEVOIR ET CHARGES À PAYER

PRODUITS À RECEVOIR

Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
• Créances rattachées à des participations	17 530
• Autres immobilisations financières	5 260
• Créances clients et comptes rattachés	69 350
• Autres créances	226
• Disponibilités	1 518
Total	**93 884**

CHARGES À PAYER

Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
• Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	12 984
• Dettes financières diverses	389
• Dettes fournisseurs et comptes rattachés	13 927
• Dettes fiscales et sociales	6 466
• Autres dettes	1 367
Total	**35 133**

NOTE 9 - COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 31 décembre 1995, le capital social se compose de 56 386 660 actions de valeur nominale F. 20 soit F. 1 127 733 200.

NOTE 10 - AUTRES FONDS PROPRES : TITRES SUBORDONNÉS A DURÉE INDÉTERMINÉE

Le 20 Mars 1992 Pernod Ricard a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de francs.

Les TSDI sont qualifiés de «reconditionnés», par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Le montant net disponible au 31 décembre 1995 est de 267 429 001 francs et apparaît dans le poste «autres fonds propres».

NOTE 11 - VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

	Total	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	245 502	313 004	(67 502)
Impôt avant intégration	57 082	38 740	18 342
Gain net d'intégration fiscale	23 510		
Résultat après impôt	**326 094**		

NOTE 12 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

	Montant
ENGAGEMENTS DONNÉS	
Cautions concernant les filiales	1 601 123*
Cautions concernant les tiers	87 968
Total	**1 689 091**

* dont caution accordée à PR FINANCE S.A. en 1995 - 1 250 MF - relative à des emprunts et des billets de trésorerie.

CONTRAT DE CESSION-BAIL

Valeur de cession des biens	140 000
Durée de contrat	15 ans
Redevances cumulées payées au 31.12.1995	147 029
Redevances restant dues	
• à moins de 1 an	10 675
• de 1 an à 5 ans	29 172
• à plus de 5 ans	19 298
Valeur de rachat en fin de contrat	nulle
Amortissement économique en 1995	442

CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

Comme mentionné dans la note 1.9, Pernod Ricard a souscrit des contrats de garantie de taux dont les principales caractéristiques au 31 décembre 1995 sont comme suit :

en francs	COLLAR 1	COLLAR 2
Montant	400 000 000	300 000 000
Taux garantis :		
• plafond	9,50 %	6,25 %
• plancher	8,28 %	5,20 %
Durée	5 ans	2 ans
Départ	29/11/1991	01/09/1995
Echéance	28/11/1996	01/09/1997

NOTE 13 - 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	1 166
Accroissement de la dette future d'impôts	**1 166**

ALLÈGEMENTS	
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation :	
• Organic	207
• Indemnités de départ à la retraite	1 540
Allègement de la dette future d'impôts	**1 747**

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 1995, soit 36 2/3 %. à l'exception des impôts différés dont l'échéance est postérieure au 31 décembre 1997 (taux 33,33%)

NOTE 14 - EFFECTIF MOYEN 1995

	Personnel salarié	A disposition de l'entreprise
Cadres	27	
Agents de maîtrise et techniciens	11	
Employés	7	2
Total	**45**	**2**

NOTE 15 - TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 1995

Chiffres en milliers de francs	Capital	Capitaux propres avant affectation des résultats	Quote-part du Capital (en %)	Valeur comptable des titres détenus Brute	Valeur comptable des titres détenus Nette	Prêts	Cautions et avals	Chiffre d'affaires hors taxes	Résultat net	Dividendes encaissés
PARTICIPATIONS DONT LA VALEUR D'INVENTAIRE EXCÈDE 1 % DU CAPITAL DE PERNOD RICARD										
Ricard, 4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	350 000	1 174 047	100	440 981	440 981	-	-	2 364 324	300 899	288 749
Austin Nichols, 156 East - 46th Street, New York, N.Y. 10017 (USA)	5	1 223 104	100	1 102 784	1 102 784	-	-	1 039 796	84 525	-
Pernod, 120, avenue du Maréchal-Foch, 94015 Créteil	258 000	887 373	100	622 771	622 771	-	-	1 433 918	56 511	50 697
Compagnie Financière des Produits Orangina, 595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire 13855 Aix-en-Provence Cedex 3	65 505	536 155	99,93	258 861	258 861	-	-	339 406	381 061	44 037
SEGM, 2, rue de Solférino, 75007 Paris	235 000	426 200	100	238 779	238 779	80 634	-	29 161	32 491	-
CSR, 160, av. Paul Vaillant Couturier 93126 La Courneuve Cedex	58 457	176 920	99,16	101 773	101 773	-	-	40 563	60 900	-
Campbell, West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire - KA 136 LE (Ecosse)	56 749	517 659	96,71	263 684	263 684	-	-	612 087	26 390	-
Santa Lina, 97 rue du Soleil Levant, 20000 Ajaccio	21 250	747 782	99,96	44 226	44 226	-	-	-	70 744	-
Résidences de Cavalière, 83290 Cavalière	20 600	23 800	99,98	20 501	20 501	34 100	-	4 408	(2 743)	-
PR Australia, Grosvenor Place, 225 George Street Sydney NSW 2000 (Australie)	462 762	545 843	100	632 664	543 292	-	-	755 758	19 196	-
Heublein Brazil, rue Araporé 655 Jardin Guedella, Sao Paulo (Brésil)	346 793	561 736	30	99 817	99 817	-	-	1 219 860	129 341	27 703
Compagnie de Suez, 1, rue d'Astorg, 75008 Paris	11 959 444	n.d.	0,52	250 408	250 408	-	-	n.d.	n.d.	6 813

RENSEIGNEMENTS GLOBAUX CONCERNANT LES AUTRES FILIALES ET PARTICIPATIONS

FILIALES :				
- Françaises	8 520	4 998	-	1 250 000
- Étrangères	8 841	8 841	2 269 301	351 123
PARTICIPATIONS :				
- Françaises	15 749	15 749	-	-
- Étrangères	13 926	4 211	9 529	-

Résultats financiers

Au cours des cinq derniers exercices

en francs	1991	1992	1993	1994	1995
SITUATION FINANCIÈRE EN FIN D'EXERCICE					
Capital social	939 777 680	939 777 680	939 777 680	1 127 733 200	1 127 733 200
Nombre d'actions émises	11 747 221	(1) 46 988 884	46 988 884	(2)56 386 660	56 386 660
Nombre d'obligations convertibles en actions	-	-	-	-	-
RÉSULTAT GLOBAL DES OPÉRATIONS EFFECTUÉES					
Chiffre d'affaires hors taxes	-	-	-	-	-
Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	463 940 832	1 217 477 347	401 337 260	597 063 916	321 181 560
Impôt sur les bénéfices	37 653 635	(8 308 805)	46 890 401	53 522 333	80 591 718
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	490 560 259	1 175 716 482	534 311 404	627 153 941	326 093 995
Montant des bénéfices distribués	375 911 072	399 405 514	422 899 956	451 093 280	451 093 280
RÉSULTAT DES OPÉRATIONS RÉDUIT À UNE SEULE ACTION					
Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	42,70	25,73	9,54	11,54	7,13
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	41,76	25,02	11,37	11,12	5,78
Dividendes versés à chaque action	32,00	8,50	9,00	8,00	8,00
Dividende par action, ajusté en fonction de l'évolution du capital	6,67	7,08	7,50	8,00	8,00
PERSONNEL					
Nombre de salariés	47	44	44	47	45
Montant de la masse salariale	23 154 163	23 394 891	25 411 231	28 448 900	27 278 917
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	9 986 277	9 722 243	10 461 071	12 508 293	11 660 100

(1) Division par quatre de la valeur nominale de l'action - (2) Attribution d'une action gratuite pour cinq, le 1er juillet 1994.

Rappel des dividendes distribués au cours des cinq dernières années :

Exercice	Date de mise en paiement	Montant net	Avoir fiscal de l'exercice	Total	Montant global	
1990	14/01/91	13,50	6,75	20,25		
	21/05/91	16,50	8,25	24,75	45,00	
1991	16/01/92	15,00	7,50	22,50		
	19/05/92	17,00	8,50	25,50	48,00	
1992	14/01/93	4,00	2,00	6,00		
	17/05/93	4,50	2,25	6,75	12,75	(a)
1993	13/01/94	4,30	2,15	6,45		
	26/05/94	4,70	2,35	7,05	13,50	
1994	12/01/95	3,75	1,88	5,63		
	11/05/95	4,25	2,13	6,38	12,00	(b)
1995	11/01/96	4,00	2,00	6,00		

(a) Sur un nombre de titres x 4 à la suite de la division du nominal

(b) Sur un nombre de titres x 1,2 à la suite d'une distribution d'actions gratuites à raison de 1 nouvelle pour 5 anciennes.

Les dividendes, dont le paiement n'a pas été demandé, sont prescrits au bénéfice du Trésor Public au terme de 5 ans après leurs mises en paiement.

Le montant du dividende 95 sera connu définitivement à l'issue de l'Assemblée Générale.

Inventaire des valeurs mobilières

Au 31 décembre 1995
en francs

VALEURS FRANCAISES DONT LA VALEUR D'INVENTAIRE EST SUPÉRIEURE A F 100 000

	Nombre de titres	Valeur d'inventaire nette
Pernod	2 579 988	622 770 674
Ricard	1 749 992	440 980 868
CFPO	11 902	258 861 144
Compagnie de Suez	830 858	250 408 074
SEGM	999 990	238 778 544
CSR	429 376	101 772 895
Santa Lina	15 618	44 225 889
Résidences de Cavalière	205 950	20 500 950
Soginnove	50 000	5 000 000
Idianova	40 165	4 400 290
Agrinova	35 000	3 650 000
EVC	790	2 715 625
SCI du Domaine de Cavalière	18 820	2 163 184
PR Finance S.A.	14 994	1 499 400
Galibert et Varon	4 991	770 509
Pronatec	2 000	250 000
Germe	750	150 000
SNC CRPF-PR	100	100 000
Sous-total		**1 998 998 046**
Autres titres sociétés françaises		48 575
Participations dans les sociétés étrangères non cotées en Bourse		2 022 629 862
Total général		**4 021 676 483**

Rapports des Commissaires aux Comptes

Exercice clos le 31 décembre 1995

RAPPORT GÉNÉRAL

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 1995, sur :

• le contrôle des comptes annuels de la société Pernod Ricard tels qu'ils sont joints au présent rapport,

• les vérifications spécifiques et les informations prévues par la Loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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 la Société à la fin de cet exercice.

2. 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.

Fait à Paris, le 15 avril 1996

Les Commissaires aux Comptes :

Compagnie Consulaire d'Expertise Comptable
Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot
Louis Genot Alain Genot

Cabinet Robert Mazars
Frédéric Allilaire Xavier Charton

RAPPORT SPÉCIAL

Exercice 1995

Mesdames, Messieurs,

En appplication 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.

I - Conventions conclues au cours de l'exercice et préalablement autorisées

• Société pour l'Exportation de Grandes Marques - S.E.G.M.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de PERNOD RICARD.

- Dans sa séance du 4 mai 1995, votre Conseil d'Administration a autorisé la signature d'un avenant au contrat de licence de marques accordé à cette Société excluant la zone d'Andorre.

• PR FINANCE S.A.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT.

- Lors de sa réunion du 14 septembre 1995, votre Conseil d'Administration a autorisé le transfert de la gestion de trésorerie du Groupe à PR FINANCE S.A.

- Lors de sa réunion du 14 décembre 1995, votre Conseil d'Administration a décidé :

*d'émettre au profit de PR FINANCE S.A. et à l'intention des porteurs de billets de trésorerie, une garantie irrévocable et inconditionnelle rémunérée par une commission de 0,10 % par an ;

* de garantir à la Société Générale, irrévocable-

ment et inconditionnellement l'ensemble des engagements pouvant être souscrits par PR FINANCE S.A., concurremment à Pernod Ricard, sous le couvert de l'ouverture de crédit accordée de 300 millions de francs et pour laquelle Pernod Ricard facturera une commission annuelle de 0,1 % calculée, sur les tirages réalisés par PR FINANCE S.A.

II - Conventions conclues au cours d'exercices précédents et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

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

• Comrie

Avance non rémunérée dont le solde est débiteur de F 2 007 138 688,92 au 31 décembre 1995.

Caution donnée à la Société Générale en garantie des obligations (Loans Notes) pour un montant de IEP 9.193.000,00.

• Cidrerie et Sopagly Réunies - C.S.R.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentants permanents de PERNOD RICARD.

Engagement de garantir à titre irrévocable et inconditionnel, et à première demande, le service financier à tous les titulaires successifs des O.R.A. émises par la société C.S.R. pour un montant de 500 millions de francs.

II.2. En exécution des contrats de licence de marques dont le renouvellement pour une durée de 10 ans à compter du 1er janvier 1995 a été autorisé par votre conseil d'administration lors de sa réunion du 16 décembre 1994, votre société a facturé, au titre de l'exercice aux Sociétés suivantes :

• Ricard

Administrateur commun : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de Pernod Ricard.

Pour un montant total de F 123 361 845 (HT).

• Pernod

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de Pernod Ricard, Monsieur Thierry JACQUILLAT, Monsieur Bernard CAMBOURNAC et Monsieur François GÉRARD.

Pour un montant total de F 62 556 647,36 (HT).

• Cusenier

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de Pernod Ricard, Monsieur Bernard CAMBOURNAC et Monsieur François GÉRARD.

Pour un montant total de F 5 507 125 (HT).

• Société pour l'Exportation de Grandes Marques - S.E.G.M.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de Pernod Ricard.

Pour un montant total de F 23 948 176,90 (HT).

• Orangina France

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de Pernod Ricard et Monsieur Jean-Claude BETON.

Pour un montant total de F 2 705 200 (HT).

• Compagnie Financière des Produits Orangina - C.F.P.O.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de PERNOD RICARD et Monsieur Jean-Claude BETON.

pour un montant total de F 917 200 (HT).

II.3. En application d'une convention d'assistance technique autorisée par votre conseil d'administration avec :

• SIAS MPA

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD représentant permanent de Santa Lina, Monsieur Thierry JACQUILLAT et Monsieur François GÉRARD.

Votre société a facturé un montant total de F 13 379 296 (HT).

Paris, le 15 avril 1996

Les commissaires aux Comptes

CCC-JD
Jean Delquié

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot
Louis Genot Alain Genot

Cabinet Robert Mazars
Frédéric Allilaire Xavier Charton

Résolutions

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 1995 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. 326 093 995,53 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	326 093 995,53
Report à nouveau créditeur :	F	1 140 035 047,75
Montant distribuable :		**F1 466 129 043,28**

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

Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende une somme égale à 6 % du capital social, soit F. 1,20 par action :	F	67 663 992,00
Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire F. 6,80 par action :	F	383 429 288,00
Le solde étant reporté à nouveau, soit :	F	1 015 035 763,28
Montant réparti :		**F1 466 129 043,28**

Elle fixe donc à F. 8,00 pour chacune des 56.386.660 actions d'une valeur nominale de F. 20,00 composant le capital social le dividende de l'exercice ouvrant droit à un avoir fiscal de F. 4,00 par action. Le dividende total de l'exercice s'élève à F. 12,00. Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'option 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° 79 sera mis en paiement le 14 Mai 1996 :

- 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. 8,00 par action diminué de l'acompte de F. 4,00 mis en distribution le 11 Janvier 1996.

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 les montants des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant ont été les suivants :

	Nombre d'actions	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1992	46 988 884	8,50	4,25	12,75
1993	46 988 884	9,00	4,50	13,50
1994	56 386 660 (1)	8,00	4,00	12,00

(1) A la suite de la distribution d'actions gratuites à raison de une action nouvelle pour cinq anciennes.

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 1995.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1995.

CINQUIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Madame Françoise HÉMARD 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 2001.

SIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale réélit Monsieur Albert FRÈRE 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 2001.

SEPTIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale prend acte des opérations d'apport/fusion aux termes desquelles MAZARS et GUERARD, Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, au capital de 250 000 F, dont le Siège Social est situé 135, Boulevard Haussmann, 75008 Paris, immatriculée au RCS de Paris sous le numéro B 784 824 153 (59 B 497), se trouve substitué au Cabinet Robert MAZARS en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire, et ce pour la durée du mandat restant à courir, soit jusqu'à l'issue de la réunion qui statuera sur les comptes de l'exercice 1997.

HUITIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, conformément aux propositions du Conseil d'Administration contenues dans son rapport, autorise le Conseil d'Administration et lui confère tous pouvoirs à l'effet de procéder à l'émission d'obligations libellées en francs français ou en devises étrangères, en une ou plusieurs fois, pour un montant maximal de cinq milliards de francs, ou sa contre-valeur en devises, sous les formes et aux époques, taux et conditions d'émission, d'amortissement, qu'il jugera convenables.

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration, en vue de la réalisation de ce ou de ces emprunts, et précise qu'il aura toute latitude pour fixer les caractéristiques des obligations qui pourront notamment comporter un taux d'intérêt variable et une prime de remboursement, au-dessus du pair, fixe ou variable, ladite prime s'ajoutant au montant maximal de cinq milliards de francs ci-dessus fixé.

L'autorisation objet de la présente résolution est valable pour la durée légale de cinq ans à compter de ce jour, 7 Mai 1996.

NEUVIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, en application des dispositions des 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 2 819 333 actions Pernod Ricard au prix maximum de F. 600,00, et les vendre en bourse au prix minimum de F. 210,00 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 4 Mai 1995.

DIXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au 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.

Renseignements de caractère général concernant l'émetteur et son capital

1. RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GÉNÉRAL CONCERNANT L'ÉMETTEUR

- Dénomination : PERNOD RICARD

- Siège Social : 142, boulevard Haussmann - 75008 PARIS

PERNOD RICARD est une Société Anonyme à Conseil d'Administration régie par la loi sur les Sociétés Commerciales (24 juillet 1966)

Pernod Ricard est une Société Anonyme de droit français à Conseil d'Administration, soumise à la Loi sur les Sociétés Commerciales (24.07.1966).

Elle a été constituée à compter du 13 juillet 1939 pour une durée de 99 années qui prendra fin à pareille époque de l'année 2038.

L'objet social, tel que mentionné dans l'article 2 des statuts, peut être ainsi résumé :

"Directement ou indirectement la fabrication, l'achat et la vente de tous vins, spiritueux et liqueurs, ainsi que de l'alcool et de tous produits et denrées d'alimentation. La prise d'intérêts dans toute Société industrielle, commerciale, agricole, immobilière, financière ou autres."

La société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n° PARIS B 582041943 (58 B 4194).

Les documents juridiques (statuts, procès verbaux d'Assemblées Générales, rapports des contrôleurs légaux....) peuvent être consultés au Siège Social de : **PERNOD RICARD** - 142, Boulevard Haussmann, 75008 PARIS

L'exercice social commence le premier janvier et finit le trente et un décembre.

Répartition statutaire des bénéfices

- Sur les bénéfices nets, diminués le cas échéant des pertes antérieures, 5 % à la réserve légale tant que celle-ci n'a pas atteint le plafond légal ;
- Sur le complément 6 % à titre de premier dividende ;
- Sur l'excédent disponible, selon décision de l'Assemblée, ou report à nouveau ou dotation à tous fonds de réserve ;
- Le solde est réparti aux actionnaires à titre de dividende complémentaire ;

L'Assemblée Générale Ordinaire est autorisée à prélever sur les réserves non obligatoires qui auraient été constituées sur les exercices antérieurs, toutes sommes qu'elle jugerait bon pour être :

- soit distribuées aux actionnaires ou affectées à l'amortissement total ou partiel des actions ;

- soit capitalisées ou affectées au rachat et à l'annulation d'actions.

L'Assemblée statuant sur les comptes de l'exercice a la faculté d'accorder à chaque actionnaire, pour tout ou partie du dividende mis en distribution, ou des acomptes sur dividende, une option entre le paiement en numéraire ou en actions.

L'option du paiement du dividende en actions n'a pas à ce jour été proposée.

Assemblées Générales

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital social qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis dix ans au moins, et ce à compter du 12 mai 1986 inclusivement, au nom du même actionnaire (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

Chaque membre de l'Assemblée a autant de voix qu'il possède et représente d'actions, dans la limite de 30 % des droits de vote. Le mandataire d'un actionnaire dispose des voix de son mandant dans les mêmes conditions et la même limite (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

Toute personne physique ou morale qui vient à posséder un pourcentage de participation supérieur à 0,5% du capital social, est tenu d'informer la société du nombre total d'actions qu'elle possède, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, dans un délai de quinze jours à compter de la date à laquelle ce seuil a été dépassé. Cette notification devra être renouvelée, dans les mêmes conditions, en cas de franchissement de chaque seuil contenant la fraction retenue de 0,5% jusqu'au seuil de 4,5% inclus (Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1988).

En cas de non respect de l'obligation mentionnée à l'alinéa qui précède, les actions excédant la fraction non déclarée sont privées du droit de vote à la demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5% au moins du capital social, pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'ex-

piration du délai fixé par l'Article 356-4 de la loi du 24 juillet 1966 suivant la date de régularisation de la notification (Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1988).

D'autres informations concernant les Assemblées Générales se trouvent en rubrique Carnet de Bord de l'Actionnaire.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

Les conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et les droits des actions sont en tous points conformes aux prescriptions légales. Les statuts ne prévoient pas de dispositions dérogatoires et n'imposent pas de contingences particulières.

En vue de l'identification des détenteurs de titres, l'article 10 des statuts autorise la société, à tout moment, à interroger la SICOVAM afin de demander les renseignements prévus à l'article L 263-1 al 1 du 30/12/1981.

Montant de capital souscrit

Le capital est fixé à la somme de UN MILLIARD CENT VINGT SEPT MILLIONS SEPT CENT TRENTE TROIS MILLE DEUX CENTS FRANCS (1.127.733.200 Francs).

Il est divisé en cinquante six millions trois cent quatre vingt six mille six cent soixante (56.386.660) actions de vingt francs de nominal unitaire, toutes de même catégorie.

Toutes les actions composant le capital sont entièrement libérées.

On trouvera ci-dessous le rappel des résolutions adoptées en Assemblée Générale Extraordinaire et autorisant le Conseil d'Administration à augmenter le capital social :

Date A.G.E.	N° de Résolution	Objet	Durée
19.05.94	1	**Autorisation d'augmenter le capital social** Sans renonciation du droit préférentiel de souscription A concurrence de 2 Mds de F	5 ans
19.05.94	3	**Autorisation à émettre** Par émission d'actions en numéraire Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94 Modifiée par l'AGE du 4/05/95 afin de tenir compte des modifications apportées par la loi	3 ans
19.05.94	4	**Autorisation à émettre** Toutes valeurs mobilières autres que Résolutions 1 et 3 Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94 Modifiée par l'AGE du 4/05/95 afin de tenir compte des modifications apportées par la loi	2 ans
4.05.95	1	**Autorisation à émettre** Bons de Souscription d'Actions Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	1 an
4.05.95	2	**Autorisation à émettre** Obligations convertibles en actions Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
4.05.95	3	**Autorisation à émettre** Obligations avec B S A Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
4.05.95	6	**Autorisation à émettre** Résolutions 1,2,3 de l'A G E du 04/05/95 et Résolution 1 de l'A G E du 19/05/94 rendues possibles en cas d'O P A et d'O P E	1 an

Il n'existe pas, à ce jour, de titres non représentatifs du capital.

PERNOD RICARD n'a pas, à ce jour, émis de valeurs mobilières quelles qu'elles soient, donnant droit par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon, ou de toute autre manière, à l'attribution, à tout moment, ou à date fixe, de titres qui seront émis en représentation d'une quotité du capital social.

Tableau d'évolution du capital

Capital avant	Titres	Nominal	Année	Nature de l'opération	Quotité	Prise d'effet	Titres créés	Titres au capital	Capital après	Nominal
783 148 080	9789351	80	1990	Attribution gratuite	1 pour 5	26/02/90	1957870	11747221	939 777 680	80
939 777 680	11747221	80	1992	Division par 4 du nominal	4 pour 1	1/07/92	35241663	46988884	939 777 680	20
939 777 680	46988884	20	1994	Attribution gratuite	1 pour 5	1/07/94	9397776	56386660	1 127 733 200	20

3. RÉPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

Les informations rapportées ci-dessous ont été recueillies au 31 décembre 1995 :

- Le nombre total de droits de vote ressort à 69.325.447 ;
- Le nombre approximatif d'actionnaires est de 100.000 ;
- Détiennent au moins 5 % du capital les différents actionnaires suivants :
  - * S.A. PAUL RICARD, entièrement détenue par la famille Ricard, possède 6.975.548 actions dont 6.524.286 avec vote double, soit 12,4 % du capital et w19,5 % des droits de vote ;
  - * SOCIETE IMMOBILIERE ET FINANCIERE POUR L'ALIMENTATION (S.I.F.A.) détient 5.743.299 actions, dont 5.273.400 avec vote double, soit 10,2 % du capital et 15,9 % des droits de vote ;
    La S.I.F.A. est détenue à hauteur de 55 % de son capital par le Groupe SOCIETE GENERALE.
- Actions propres détenues directement ou indirectement dans les Sociétés du Groupe : 4.500, soit 0,01 %.
- Le personnel, par l'intermédiaire d'organismes de placement collectif, détient 2,5 % du capital et 4,3 % des droits de vote.

Il n'y a pas de pacte d'actionnaire au sens de la loi 89-531 du 2 août 1989.

Il n'y a pas eu de modification significative dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices.

L'organigramme du Groupe est présenté en pages 6-7.

4. MARCHÉ DES TITRES DE L'ÉMETTEUR

Indication des Bourses

Les actions PERNOD RICARD sont actuellement négociées sur les Marchés Officiels de :

- BOURSE DE PARIS (règlement mensuel) ;
- BOURSE DE FRANCFORT (Allemagne).

Autres Marchés

- Les actions PERNOD RICARD se négocient également sur le SEAQ International de Londres.
- PERNOD RICARD a émis en 1993 un programme d'ADR (American Depositary Receipt) sous couvert de la Bank of New York (marché OTC).

5. OPTIONS D'ACHAT D'ACTIONS

Des options d'achat d'actions ont été attribuées aux cadres à haut niveau de responsabilité des sociétés du Groupe.

Les plans d'options en vigueur au cours de l'exercice écoulé présentent les caractéristiques suivantes :

Date de l'attribution par le Conseil d'Administration	Echéance	Nombre d'options	Nombre de bénéficiaires*	Prix d'exercice	Nombre d'options exercées en 1995	Options non exercées au 31.12.95
18.07.88	17/07/1998	46224	6	136,11	17150	9171
15.12.89	14/12/1999	114164	3	202,30	92852	21312
4.10.94	04/10/2004	74340	11	307,34	0	74340

** Il s'agit des directeurs de Pernod Ricard S.A. Pour ces trois plans, le nombre total de bénéficiaires est respectivement de 162 ,28 et 218.*

Le prix d'exercice ainsi que le nombre d'options ont été ajustés à la suite des différentes modifications intervenues sur le capital depuis la date d'attribution.

Rémunération brute annuelle allouée aux directeurs salariés de la société Pernod Ricard SA en 1995 (11 personnes) au titre de l'ensemble des fonctions exercées dans le Groupe : 16 226 843 F (ces 11 personnes incluent les 2 mandataires sociaux et les 9 directeurs salariés de Pernod Ricard S.A.).

Responsable du document de référence
Responsables du contrôle des comptes

1 RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

M. Patrick Ricard,

Président Directeur Général.

2 ATTESTATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

A notre connaissance, les données du présent prospectus sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Pernod Ricard ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

Le Président Directeur Général

Patrick RICARD

3 NOMS ET ADRESSES DES CONTRÔLEURS LÉGAUX

Les commissaires aux comptes de Pernod Ricard sont :

- la Compagnie Consulaire d'expertise comptable Jean Delquié, nommée en Assemblée Générale du 12 mai 1993, pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998,
- la Société d'Expertise Comptable A & L Genot, nommée pour la première fois en Assemblée Générale du 11 juin 1987 et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998,
- le Cabinet Robert Mazars, nommé pour la première fois en Assemblée Générale du 11 juin 1987 et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1997.

4 ATTESTATION DES RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

Nous avons procédé à la vérification des informations financières et comptables données dans le présent Document de Référence en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Les comptes annuels et les comptes consolidés des exercices 1993 à 1995 ont fait l'objet d'un audit par nos soins.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations financières et comptables présentées. Les rapports de l'exercice 1995 sont repris dans le présent document.

Les Commissaires aux Comptes

C.C.C. Jean DELQUIÉ	Société d'Expertise	Cabinet Robert MAZARS
M. Jean DELQUIÉ	Comptable A & L GENOT	M. Frédéric ALLILAIRE
	MM. Alain et Louis GENOT	M. Xavier CHARTON

Carnet de bord de l'Actionnaire

COMMENT PARTICIPER AUX ASSEMBLÉES ?

Les actionnaires sont informés des réunions par avis publiés au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO) et dans un journal habilité à recevoir les annonces légales pour le département du Siège Social. Publication est également faite dans la presse économique et financière d'audience nationale.

Les actionnaires titulaires de titres nominatifs (depuis un mois au moins à la date de l'insertion de l'avis de convocation) sont convoqués à toutes assemblées par lettre ordinaire.

Les actionnaires, quel que soit le nombre d'actions dont ils disposent, peuvent assister aux Assemblées, s'y faire représenter ou voter par correspondance après avoir immobilisé leurs titres, sauf s'ils sont inscrits au nominatif.

Les propriétaires d'actions au porteur désirant se faire représenter ou voter par correspondance doivent faire immobiliser leurs titres, cinq jour francs avant la date des Assemblées auprès de la Société Pernod Ricard, 142, Boulevard Haussmann, 75008 Paris, ou auprès des établissements ci-après(*).

Les titulaires d'actions nominatives, depuis cinq jours au moins avant la date des Assemblées, peuvent y assister, s'y faire représenter ou voter par correspondance sans aucune formalité.

Les formulaires de vote par correspondance peuvent être obtenus au Siège de la Société.

Les votes par correspondance ne sont pris en compte que pour les formulaires parvenus à la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ou au Siège de la Société PERNOD RICARD dans un délai de trois jours au moins avant les Assemblées.

Les cartes d'admission aux Assemblées sont adressées à tout actionnaire qui en fait la demande au Siège de la Société 142, Boulevard Haussmann, 75008 Paris, ou dans un des établissements bancaires qui précèdent, en produisant, si les titres sont au porteur, une attestation d'immobilisation dans les conditions indiquées ci-dessus.

(*) SOCIÉTÉ GÉNÉRALE,29, Boulevard Haussmann, 75009 PARIS • BANQUE NATIONALE DE PARIS,16, Boulevard des Italiens, 75009 PARIS • CRÉDIT LYONNAIS, 19, Boulevard des Italiens, 75002 PARIS • CRÉDIT DU NORD, 6 et 8, Boulevard Haussmann, 75009 PARIS • CRÉDIT COMMERCIAL DE FRANCE, 103, Av. Champs-Elysées, 75008 PARIS • SOCIÉTÉ MARSEILLAISE DE CRÉDIT, 75, rue de Paradis, 13006 MARSEILLE • BANQUE INDOSUEZ, 96, Boulevard Haussmann, 75008 PARIS • CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATIONS, 56, rue de Lille, 75007 PARIS • CAISSE NATIONALE DE CRÉDIT AGRICOLE, 91-93, Bld Pasteur, 75015 PARIS • BANQUE PARIBAS, 3, rue d'Antin, 75002 PARIS, et dans toutes les Agences de Paris et de Province de ces établissements, ou auprès de l'établissement financier dépositaire des titres.

NOUVEAU SERVICE AUX ACTIONNAIRES EN NOMINATIF PUR

Désormais, les actionnaires au nominatif pur peuvent passer directement leurs ordres d'achat ou de vente auprès de la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE à qui a été confiée la gestion de ces positions.

Un numéro vert (appel gratuit) est à votre disposition : 05.11.97.57.

Dès réception, par téléphone par fax ou courrier, les ordres sont passés directement sur le marché (RM). Ils sont réputés valables jusqu'au terme du mois boursier (liquidation).

Dans le cas d'un premier achat (nouvel actionnaire), la couverture est assurée par virement d'un montant de 50 % de l'ordre. Si vous êtes déjà actionnaire en nominatif pur vous pouvez acquérir, sans provision espèces préalable, dans la limite du double de vos avoirs et de 50.000 F. Au delà vous devrez assurer une couverture en espèce selon le même principe que précédemment.

L'avis d'opéré vous est adressé dès exécution de l'ordre pour règlement le dernier jour ouvré du mois.

Dans le cas d'une vente, les ordres sont acceptés dans la limite du nombre de titres effectivement inscrits en nominatif pur. L'avis d'opéré est adressé dès exécution de l'ordre et le règlement intervient, par chèque ou par virement bancaire, à J + 2 pour un ordre exécuté en Règlement Immédiat (commission complémentaire), le dernier jour ouvré du mois pour un ordre au Règlement Mensuel.

Des courtages préférentiels ont été négociés avec la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE.

Pour tous renseignements sur cette nouvelle procédure et pour obtenir les imprimés d'ordres vous pouvez prendre contact avec :

- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - Département des Titres
  32, avenue du Champ de Tir - 44024 NANTES
  Cedex 01 - Tél. : 05.11.97.57 (numéro vert)
- PERNOD RICARD
  Direction Financière : Antoine PERNOD
  Tél. : 40.76.77.78 - Fax 45.62.22.75
  Direction de la Communication : Claude RISAC
  Tél. : 40.76.77.78 - Fax : 45.62.59.40

PERNOD RICARD SUR LE MINITEL

• **3615 CLIFF** (1,29 F/mn)
Présentation du Groupe, chiffre-clés, actualité, informations actionnaires.

• **3615 COB** (1,01 F/mn)
Les communiqués de presse économiques et financiers émis par PERNOD RICARD diffusés in extenso, en temps réel, à la disposition du grand public (RUBRIQUE : Information des Sociétés cotées).

• **3611 LES PAGES ZOOM** (3 mn gratuites puis 0,37 F/mn)
Les marques et les coordonnées de toutes les filiales du Groupe en France et dans le monde. Suivre la flèche à partir de PERNOD RICARD - Paris.

3611 LES PAGES ZOOM ► PERNOD RICARD PARIS 75

Tableau de Concordance

Sections	Rubriques	Pages
1.1.	Nom et fonctions du responsable du document	78
1.2.	Attestation des responsables	78
1.3.	Noms et adresses des contrôleurs légaux	38
3.1.	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur	74-75
3.2.	Renseignements de caractère général concernant le capital	75-76
3.3.	Répartition actuelle du capital et des droits de vote	76
3.4.	Marché des titres de l'émetteur	76
3.5.	Dividendes	68
4.1.	Présentation de la société et du groupe	1-8-9 et 31
4.3.	Faits exceptionnels et litiges	51
4.4.	Effectifs	34 à 36
4.5.	Politique d'investissement	50
5.1.	Comptes de l'émetteur	43 à 70
6.2.	Intérêts des dirigeants dans le capital	76
7.1.	Evolution récente	39 à 41
7.2.	Perspectives d'avenir	2-3-13 et 4

COB

La présent document de référence

a été enregistré auprès de

la Commission des Opérations de Bourse

le 15 avril 1996

sous le numéro R.96-068

Pernod Ricard :

142, boulevard Haussmann

75008 Paris

Tél.: (33 1) 40.76.77.78

CONCEPTION, RÉALISATION :

Olympe : 24, rue Fortuny - 75017 Paris

Tél.: (33 1) 45.72.33.66

DIRECTION ARTISTIQUE : Avenue A, Paris

ILLUSTRATIONS : Daniel Dewalle,

Sociétés du Groupe et

Service Photographique Pernod Ricard.