



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Chiffre d'affaires et Résultats S1 2025/26  
Communiqué - Paris, 19 février 2026

## **AGILITÉ, DISCIPLINE ET CONVICTION STRATÉGIQUE DANS UNE ANNÉE DE TRANSITION**

**CHIFFRE D'AFFAIRES S1 2025/26 EN BAISSE DE -5,9% EN ORGANIQUE (-14,9% EN PUBLIÉ)  
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (ROC)<sup>1</sup> S1 2025/26 EN BAISSE DE -7,5% (-18,7% EN PUBLIÉ)**

Alexandre Ricard, Président-Directeur Général, déclare :

*« Nos priorités sont claires : renforcer la désirabilité de nos marques, qui constitue le socle d'une croissance durable à long terme, impulser toujours plus d'efficacités dans l'ensemble de l'organisation, et accroître la génération de cash.*

*Notre présence géographique équilibrée, notre portefeuille diversifié et l'engagement fort de nos équipes nous placent dans une position unique pour naviguer dans un environnement contrasté et saisir les opportunités. Nous restons pleinement déterminés à faire preuve d'agilité et de discipline dans l'exécution afin de répondre à l'évolution des besoins des consommateurs et capter la croissance.*

*Dans la continuité du chemin engagé en 2023, nous avons réalisé des avancées significatives sur notre programme d'efficacités opérationnelles de 1 milliard d'euros sur les exercices 2025/26 à 2028/29, avec notamment le déploiement de notre modèle opérationnel Fit for Future. Un tiers des efficacités cibles sera réalisé cette année et nous avons accéléré la normalisation de nos investissements stratégiques.*

*Je reste confiant dans les fondamentaux attractifs de notre industrie, dans la stratégie de Pernod Ricard, et dans la résilience de notre modèle opérationnel pour créer de la valeur durable dans le temps. »*

- ✓ **Un premier semestre en déclin dans un environnement contrasté**, globalement stable hors États-Unis et Chine, où le recul est amplifié par des ajustements de stocks, avec une croissance dans de nombreux marchés, dans toutes les régions.
- ✓ **La trajectoire du deuxième trimestre est en amélioration**, notamment dans le Global Travel Retail (GTR) et avec une accélération en Inde.
- ✓ Au premier semestre, impact défavorable des taux de change, tandis que les effets de périmètre sont relatifs pour la marge opérationnelle.
- ✓ **Défense de la marge opérationnelle organique**, fortement soutenue par notre programme d'efficacités opérationnelles, avec des droits de douane et de l'inflation sur les coûts, notamment sur les matières premières agricoles, partiellement compensée par des leviers opérationnels.
- ✓ **Forte réduction des coûts de structure de -10 %**, portée par la mise en œuvre du modèle opérationnel Fit For Future et par la poursuite d'une forte discipline sur les coûts.
- ✓ **Amélioration significative du Free Cash Flow de +9,5%** malgré la baisse du ROC, conduisant à une meilleure conversion de ce dernier en cash grâce à la normalisation des investissements stratégiques et à une gestion disciplinée du besoin en fonds de roulement.
- ✓ **Gestion active du portefeuille**, avec notamment la cession de l'activité Imperial Blue.

<sup>1</sup> Résultat Opérationnel Courant (ROC)



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## CHIFFRE D'AFFAIRES

**Le chiffre d'affaires du premier semestre 2025/26 s'élève à 5 253 M€**, en baisse de -5,9 % en organique et de -14,9 % en publié, avec un impact négatif des taux de change de -356 M€ principalement lié au dollar américain, à la roupie indienne, et à la livre turque, ainsi qu'un effet périmètre négatif de -217 M€ principalement dû aux cessions de marques.

**La performance du chiffre d'affaires des régions, dont les marchés *Must-Win*, est la suivante :**

- **Amériques -12 %,**
  - **États-Unis -15 %,**
    - Les conditions de marché des spiritueux demeurent modérées
    - L'écart en valeur entre nos ventes aux consommateurs (*sell-out*) et le marché<sup>2</sup> s'est réduit à environ 2 points, témoignant d'une solide exécution
    - Les marques clés, dont Jameson, Kahlúa et The Glenlivet, surperforment leurs concurrents au S1
    - Le chiffre d'affaires du S1 est impacté par des ajustements de stocks, qui devraient affecter l'ensemble de l'exercice
  - **Canada:** croissance solide, bonne dynamique du portefeuille de boissons prêtes à boire (RTD) et d'Absolut
  - **Brésil:** en recul, impact temporaire de la crise du méthanol, retour à la croissance attendu au S2
  - **Mexique:** en recul, confronté à des conditions de marché difficiles dans un contexte macro-économique incertain
- **Asie-Reste du monde -4 %,**
  - **Inde +4 % (+8% hors Imperial Blue),**
    - Croissance dynamique, amélioration séquentielle au deuxième trimestre malgré l'impact que continue d'avoir le changement de politique d'accise dans l'État du Maharashtra. La demande sous-jacente reste forte, les tendances de premiumisation se poursuivent.
    - Croissance à deux chiffres pour les marques internationales stratégiques, en particulier Jameson, Ballantine's et Absolut, et croissance *mid-single-digits* sur Royal Stag et Blenders Pride
    - Programmes d'innovation soutenus, avec en particulier le lancement de Xclamatlon, une gamme de spiritueux locaux premium
    - Poursuite de cette forte dynamique attendue au S2
  - **Chine -28 %,**
    - Un environnement réglementaire durci affecte le segment haut de gamme dans le circuit *on trade*. Faiblesse persistante de l'environnement macro-économique et de la confiance des consommateurs
    - Martell et Chivas affectés négativement par les conditions de marché, les marques premium comme Absolut et Jameson progressent fortement
    - Impact des ajustements de stocks; ainsi que d'une base de comparaison défavorable au T2 dû au calendrier plus tardif du Nouvel An chinois, qui devrait s'inverser au S2
    - Prudence commerciale élevée à l'approche du Nouvel An chinois.

<sup>2</sup> Le marché des spiritueux en format bouteille

- **Turquie:** performance toujours très solide, avec l'ensemble du portefeuille en bonne croissance
- **Afrique du Sud:** croissance solide, forte performance de Martell
- **Japon:** forte croissance, avec une progression à deux chiffres pour Perrier-Jouët
- **Australie:** performance résiliente, bonne dynamique des RTD et de Jameson
- **Corée du Sud:** ralentissement du déclin
- **Europe -3 %,**
  - Légère contraction du marché en France, avec un séquencement défavorable des ventes
  - Allemagne et Espagne en recul, pénalisées par des faibles conditions de marché
  - Royaume-Uni résilient avec des signes de stabilisation du marché
  - Pologne en croissance, amplifiée par le séquencement des ventes avant les hausses de taxes d'accise
  - Jameson et Absolut en croissance, forte progression de Perrier-Jouët et Bumbu
- **Global Travel Retail -3 %,**
  - Rebond au deuxième trimestre avec la reprise des ventes de Martell en duty-free en Chine
  - L'Asie hors Chine continue de montrer des signes de faiblesse, notamment en Corée du Sud
  - Bonne croissance des ventes aux consommateurs (*sell-out*) en Europe et Amériques, avec une dynamique soutenue dans le canal croisières
  - Un chiffre d'affaires globalement stable sur GTR est attendu sur l'exercice 2025/26

**Par marques :**

- **Marques Stratégiques Internationales -7 %,**
  - Martell en fort recul en raison de la performance en Chine, mais la marque enregistre une forte croissance en Afrique du Sud, au Nigeria et aux États-Unis
  - Jameson en recul aux États-Unis malgré une amélioration du *sell-out*, notamment avec une solide croissance en Inde et en Allemagne
  - Absolut en forte croissance en Inde, en Chine, en Turquie et au Canada
  - Performance exceptionnelle de Perrier Jouët, en croissance à deux chiffres dans toutes les régions
- **Marques Stratégiques Locales -2 %,** avec Royal Stag et Blenders Pride en croissance *mid-single-digits*, compensés par un déclin sur Imperial Blue
- **Marques Specialty -7 %,** avec Bumbu en forte croissance, compensé par le déclin d'Aberlour en France et la baisse de Lillet en Allemagne
- **RTDs +12 %,** avec une dynamique largement répartie sur l'ensemble du portefeuille

## **RÉSULTATS**

**Le ROC du 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice 2025/26 s'élève à 1 614 M€,** en déclin organique de -7,5 %, et de -18,7 % en publié.

- Marge brute en recul organique de -216 pdb, impactée par un effet prix et mix légèrement négatif (c.50 pdb), une hausse des tarifs (c.70 pdb) aux États-Unis et en Chine, et une hausse nette *low-single-digits* des coûts, tirée par l'inflation des matières premières agricoles, une moindre absorption des coûts fixes et des économies sur les matières sèches. Les coûts bénéficient fortement des gains d'efficacité opérationnelle.
- Les frais publi-promotionnels représentent 13 % du chiffre d'affaires, avec une accélération attendue sur le second semestre

- La mise en œuvre rapide de la simplification de l'organisation et d'une discipline rigoureuse se traduit par une forte réduction des coûts de structure à -10 %, qui se poursuivront au second semestre.
- Marge opérationnelle en contraction organique de -55 pdb, et de -142 pdb en publié, à 30,7%
- Effet périmètre<sup>3</sup> relatif sur la marge opérationnelle
- Effet de change défavorable de -187 M€, dû principalement au dollar américain, à la livre turque, à la roupie indienne et au yuan chinois

Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 1 018 M€, en baisse de -20%. L'optimisation des coûts financiers se traduit par une baisse des charges financières courantes, avec un coût moyen de la dette passant de 3,4 % à 3,2 %. Charge d'impôts sur les opérations courantes en baisse, en ligne avec le résultat opérationnel courant.

Le résultat net part du Groupe ressort à 975 M€, en baisse de -18%. Les charges opérationnelles non courantes incluent principalement les coûts de réorganisation du Groupe, et les produits et charges liées aux cessions.

Le BPA recule de -20 % à 4,04 €, reflétant la baisse du résultat net courant part du Groupe et un effet de change défavorable.

### **FREE CASH FLOW ET DETTE**

**Le Free Cash-Flow s'élève à 482 M€, +42 M€ (+9,5%) vs S1 2024/25**, grâce à l'optimisation des investissements stratégiques et une gestion rigoureuse du BFR opérationnel, conduisant à une amélioration de la conversion cash.

Baisse de **la dette nette** sur 12 mois à fin décembre d'environ -900 M€, à 11 168 M€, avec une hausse de +441 M€ au S1 par rapport à juin 2025. Le **ratio dette nette/EBITDA** à taux moyen<sup>4</sup> ressort à 3,8x au 31 décembre 2025, reflétant un EBITDA plus faible (en tenant compte des effets de change) et le calendrier des versements du dividende.

**Nous nous concentrons activement sur la génération de cash afin de préserver un bilan solide**, avec une normalisation des investissements stratégiques – en baisse après un pic historique -, la poursuite des initiatives d'amélioration du besoin en fonds de roulement opérationnel, le retour à la croissance du ROC et une gestion dynamique du portefeuille.

---

<sup>3</sup> Effets de périmètre négatifs sur le PRO de -39 M€, principalement liés aux cessions des marques de vin, des marques finlandaises et d'un mois d'Imperial Blue.

<sup>4</sup> Sur la base d'un taux de change moyen EUR/USD de 1,13 ; calcul effectué sur la moyenne des douze derniers mois

### **Perspectives 2025/26**

Dans un contexte qui demeure volatil et incertain, nous restons concentrés sur l'exploitation des opportunités de croissance. À ce titre, nous réaffirmons que l'exercice 2025/26 sera une année de transition avec une amélioration des tendances en chiffre d'affaires organique, se matérialisant au deuxième semestre.

Nous poursuivons nos investissements pour accroître la désirabilité de nos marques grâce à une allocation de ressources optimisée, une efficacité renforcée, des innovations et des expériences, avec un ratio de frais publi-promotionnels maintenu à environ 16%.

Nous préserverons notre marge opérationnelle organique autant que possible, notamment grâce à un strict contrôle des coûts et à l'exécution de notre programme FY26 à FY29 d'efficacités opérationnelles pour un montant de 1Md€, et la mise en place d'une organisation adaptée aux enjeux de demain.

Notre ambition est de continuer à délivrer une forte génération de cash, avec des investissements stratégiques maintenant révisés à c.750 M€, et une optimisation du besoin en fonds de roulement

Nous visons une conversion cash d'environ 80% et plus à partir de l'exercice 2025/26.

Nous prévoyons un impact de change significativement négatif<sup>5</sup>

### **Moyen Terme 2026/27-2028/29**

Tirant profit de notre position géographique unique, étendue et équilibrée et de notre portefeuille diversifié de marques de spiritueux premium internationaux

Amélioration attendue de notre croissance organique du chiffre d'affaires dans une fourchette comprise, en moyenne, entre +3% et +6% p.a<sup>6</sup>., ainsi qu'une progression de notre marge opérationnelle organique.

Hausse de la marge opérationnelle organique soutenue par des mesures d'efficacité de 1 Md€ entre 2025/26 et 2028/29, générée par l'optimisation des Opérations et la mise en place d'une organisation adaptée aux enjeux de demain.

Maintien des investissements conséquents au service de nos marques avec un ratio investissements publi-promotionnels/CA d'environ 16%, avec agilité et réactivité afin de maximiser les opportunités au niveau des marques comme des marchés.

Forte génération de cash visant un ratio de conversion d'environ 80% et au-delà pour financer les priorités de notre politique financière, dont nos investissements stratégiques qui se normalisent à hauteur maximale d'environ 800 M€ par an

Nous sommes confiants dans notre stratégie, dans notre modèle opérationnel et dans l'engagement de nos équipes pour générer une croissance durable de la valeur sur le long terme.

---

<sup>5</sup> Basé sur les taux Spots actuels

<sup>6</sup> Per annum

Toutes les données de croissance indiquées dans ce communiqué font référence à la croissance organique, sauf mention contraire. Les chiffres peuvent faire l'objet d'arrondis.

Une présentation détaillée du chiffre d'affaires et des résultats semestriel 2025/26 est disponible sur notre site internet : [www.pernodricard.com](http://www.pernodricard.com)

## Définitions et rapprochement des indicateurs alternatifs de performance avec les indicateurs IFRS

Le processus de gestion de Pernod Ricard repose sur les indicateurs alternatifs de performance suivants, choisis pour la planification et le reporting. La direction du Groupe estime que ces indicateurs fournissent des renseignements supplémentaires utiles pour les utilisateurs des états financiers pour comprendre la performance du Groupe. Ces indicateurs alternatifs de performance doivent être considérés comme complémentaires des indicateurs IFRS et des mouvements qui en découlent.

### Croissance organique

- La croissance interne est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change, des acquisitions et cessions, des changements dans les principes comptables applicables ainsi que de l'hyperinflation.
- L'impact des taux de change est calculé en convertissant les résultats de l'exercice en cours aux taux de change de l'exercice précédent et en ajoutant la variation des écarts de change reportés dans l'exercice en cours et dans l'exercice précédent.
- Pour les acquisitions de l'exercice en cours, les résultats post-acquisition sont exclus des calculs de croissance interne. Pour les acquisitions de l'exercice précédent, les résultats post acquisition sont inclus sur l'exercice précédent, mais sont inclus dans le calcul de la croissance organique sur l'exercice en cours seulement à partir de la date anniversaire d'acquisition.
- L'impact de l'hyperinflation sur le résultat opérationnel courant réalisé en Turquie et Argentine est exclu de la croissance interne en plafonnant les hausses de prix et coûts unitaires locaux à un maximum de + 26 % par an, équivalent à + 100 % sur 3 ans.
- Lorsqu'une activité, une marque, un droit de distribution de marque ou un accord de marque d'agence a été cédé ou résilié, sur l'exercice précédent, le Groupe, pour le calcul de la croissance interne, exclut les résultats de cette activité sur l'exercice précédent. Pour les cessions ou résiliations de l'exercice en cours, le Groupe exclut les résultats de cette activité sur l'exercice précédent à partir de la date de cession ou résiliation.
- Cet indicateur permet de se concentrer sur la performance du Groupe commune aux deux exercices, performance que le management local est plus directement en mesure d'influencer.

### Résultat Opérationnel Courant

Le Résultat opérationnel courant correspond au résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels non courants

## A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est un leader de l'industrie des vins et spiritueux, associant des savoir-faire uniques dans la fabrication de ses produits, la construction de ses marques et leur distribution mondiale. Notre prestigieux portefeuille, allant du premium au luxe, compte notamment la vodka Absolut, le pastis Ricard, les scotch whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute et The Glenlivet, le whisky irlandais Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, la liqueur Malibu ou les champagnes Mumm et Perrier-Jouët. Notre mission est d'assurer le développement à long terme de nos marques, dans le respect des individus et de l'environnement, tout en permettant à nos employés dans le monde entier d'être les ambassadeurs de notre authentique culture de la convivialité, porteuse de sens, inclusive et responsable. Le chiffre d'affaires consolidé de Pernod Ricard s'est élevé à 10 959 millions d'euros au cours de l'exercice fiscal 2024/25. Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnemo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'index CAC 40.

## Contacts

Joelle Ferran	/ Global VP, Investors Relations & Financial Communication	+33 (0) 1 70 93 25 37
Edward Mayle	/ Investor Relations Director	+33 (0) 6 76 85 00 45
Ines Lo Franco	/ Investor Relations Manager	+33 (0) 1 70 93 17 13
Emmanuel Vouin	/ Head of External Engagement	+33 (0) 1 70 93 16 34

## Annexes

### Marchés émergents

Asie-Reste du Monde	Amérique	Europe
Angola	Malaisie	Argentine
Bénin	Maldives	Barbade
Burkina Faso	Mali	Bermudes
Cambodge	Maurice	Bolivie
Cameroun	Mongolie	Brésil
Cap-Vert	Maroc	Chili
Chine	Mozambique	Colombie
Congo	Myanmar	Costa Rica
Rép. Dém du Congo	Namibie	Cuba
Égypte	Népal	République dominicaine
Guinée équatoriale	Niger	Équateur
Éthiopie	Nigéria	Guatemala
Gabon	Philippines	Mexique
Ghana	Rwanda	Panama
Guinée-Bissau	Sénégal	Paraguay
Inde	Sierra Leone	Pérou
Indonésie	Afrique du Sud	El Salvador
Irak	Sri Lanka	St-Martin & St Barthélémy
Côte d'Ivoire	Syrie	Uruguay
Jordanie	Tanzanie	Venezuela
Kenya	Thaïlande	
Liban	Togo	
	Tunisie	
	Turquie	
	Ouganda	
	Vietnam	
	Zambie	
	Zimbabwe	

### Croissance interne des Marques Stratégiques Internationales

	Volumes S1 2025/2026 (en millions de caisses de 9 litres)	Croissance interne du chiffre d'affaires S1 2025/2026	Dont volumes	Dont effet mix-prix
<b>Absolut</b>	<b>6.7</b>	<b>-3%</b>	<b>0%</b>	<b>-3%</b>
<b>Jameson</b>	<b>6.0</b>	<b>-7%</b>	<b>-2%</b>	<b>-5%</b>
<b>Ballantine's</b>	<b>5.2</b>	<b>-6%</b>	<b>-1%</b>	<b>-5%</b>
<b>Chivas Regal</b>	<b>2.6</b>	<b>0%</b>	<b>-3%</b>	<b>3%</b>
<b>Ricard</b>	<b>2.2</b>	<b>-7%</b>	<b>-5%</b>	<b>-2%</b>
<b>Malibu</b>	<b>2.0</b>	<b>-12%</b>	<b>-8%</b>	<b>-4%</b>
<b>Beefeater</b>	<b>1.8</b>	<b>-3%</b>	<b>-4%</b>	<b>2%</b>
<b>Havana Club</b>	<b>1.5</b>	<b>-16%</b>	<b>-11%</b>	<b>-6%</b>
<b>Martell</b>	<b>1.0</b>	<b>-17%</b>	<b>-8%</b>	<b>-9%</b>
<b>The Glenlivet</b>	<b>0.7</b>	<b>-3%</b>	<b>-2%</b>	<b>-1%</b>
<b>Mumm</b>	<b>0.4</b>	<b>-3%</b>	<b>-2%</b>	<b>-1%</b>
<b>Perrier-Jouët</b>	<b>0.2</b>	<b>25%</b>	<b>27%</b>	<b>-2%</b>
<b>Royal Salute</b>	<b>0.1</b>	<b>-19%</b>	<b>-15%</b>	<b>-4%</b>
<b>Strategic International Brands</b>	<b>30.4</b>	<b>-7%</b>	<b>-3%</b>	<b>-4%</b>



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## Chiffre d'affaires par période et par région

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	T1 2024/25		T1 2025/26		Variation		Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises	
Americas	787	28%	641	27%	(146)	(19)%	(89)	(12)%	(11)	(1)%
Asia / Rest of World	1,181	42%	991	42%	(190)	(16)%	(85)	(7)%	(14)	(1)%
Europe	816	29%	752	32%	(63)	(8)%	(29)	(4)%	(29)	(4)%
Group	2,783	100%	2,384	100%	(399)	(14)%	(202)	(8)%	(54)	(2)%
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	T2 2024/25		T2 2025/26		Variation		Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises	
Americas	952	28%	759	26%	(192)	(20)%	(108)	(12)%	(20)	(2)%
Asia / Rest of World	1,438	42%	1,190	41%	(248)	(17)%	(25)	(2)%	(82)	(6)%
Europe	1,003	30%	919	32%	(84)	(8)%	(13)	(1)%	(62)	(6)%
Group	3,393	100%	2,869	100%	(524)	(15)%	(147)	(5)%	(164)	(5)%
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	S1 2024/25		S1 2025/26		Variation		Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises	
Americas	1,738	28%	1,400	27%	(338)	(19)%	(197)	(12)%	(31)	(2)%
Asia / Rest of World	2,619	42%	2,181	42%	(438)	(17)%	(110)	(4)%	(96)	(4)%
Europe	1,819	29%	1,672	32%	(147)	(8)%	(42)	(3)%	(91)	(5)%
Group	6,176	100%	5,253	100%	(923)	(15)%	(349)	(6)%	(217)	(4)%

Note : les Spiritueux en vrac sont alloués par région en fonction du poids des Régions dans le Groupe

## Compte de résultat consolidé synthétique

(En millions d'euros)	S1 2024/25	S1 2025/26	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>6,176</b>	<b>5,253</b>	<b>(15)%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>3,773</b>	<b>3,114</b>	<b>(17)%</b>
Frais publi-promotionnels	(857)	(701)	(18)%
<b>Contribution après frais publi- promotionnels</b>	<b>2,916</b>	<b>2,413</b>	<b>(17)%</b>
Frais de structure	(931)	(799)	(14)%
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>1,985</b>	<b>1,614</b>	<b>(19)%</b>
Résultat financier courant	(240)	(221)	(8)%
Impôt sur les bénéfices courants	(438)	(349)	(20)%
Résultat net des activités abandonnées, participations ne donnant pas le contrôle et quote-part du résultat net des entreprises associées	(34)	(26)	(21)%
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>1,274</b>	<b>1,018</b>	<b>(20)%</b>
Résultat opérationnel non courant	(88)	(23)	(74)%
Résultat financier non courant	(8)	(11)	+41%
Impôt sur les bénéfices non courant	6	(8)	(242)%
Participations ne donnant pas le contrôle (non courant)	6	(1)	(116)%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>1,190</b>	<b>975</b>	<b>(18)%</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	24	28	+14%
<b>Résultat net</b>	<b>1,214</b>	<b>1,003</b>	<b>(17)%</b>



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

## Résultat opérationnel courant par région

Monde

(en millions d'euros)	S1 2024/25		S1 2025/26		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Chiffre d'affaires	6,176	100.0%	5,253	100.0%	(923)	(15)%	(349)	(6)%	(217)	(4)%	(356)	(6)%
Marge brute après coûts logistiques	3,773	61.1%	3,114	59.3%	(658)	(17)%	(338)	(9)%	(66)	(2)%	(254)	(7)%
Frais publi-promotionnels	(857)	13.9%	(701)	13.3%	+156	(18)%	+103	(12)%	+15	(2)%	+37	(4)%
Contribution après PP	2,916	47.2%	2,413	45.9%	(503)	(17)%	(235)	(8)%	(51)	(2)%	(217)	(7)%
Résultat opérationnel courant	1,985	32.1%	1,614	30.7%	(371)	(19)%	(145)	(8)%	(39)	(2)%	(187)	(9)%

Amérique

(en millions d'euros)	S1 2024/25		S1 2025/26		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Chiffre d'affaires	1,738	100.0%	1,400	100.0%	(338)	(19)%	(197)	(12)%	(31)	(2)%	(110)	(6)%
Marge brute	1,155	66.4%	875	62.5%	(280)	(24)%	(178)	(16)%	(17)	(1)%	(85)	(7)%
Frais publi-promotionnels	(322)	18.5%	(231)	16.5%	+90	(28)%	+75	(23)%	+1	(0)%	+15	(5)%
Contribution après PP	833	47.9%	644	46.0%	(189)	(23)%	(103)	(13)%	(16)	(2)%	(70)	(8)%
Résultat opérationnel courant	547	31.5%	422	30.1%	(125)	(23)%	(58)	(11)%	(8)	(1)%	(60)	(11)%

Asie / Reste du Monde

(en millions d'euros)	S1 2024/25		S1 2025/26		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Chiffre d'affaires	2,619	100.0%	2,181	100.0%	(438)	(17)%	(110)	(4)%	(96)	(4)%	(232)	(9)%
Marge brute	1,523	58.1%	1,219	55.9%	(304)	(20)%	(119)	(8)%	(19)	(1)%	(166)	(11)%
Frais publi-promotionnels	(297)	11.3%	(254)	11.7%	+42	(14)%	+15	(5)%	+8	(3)%	+19	(6)%
Contribution après PP	1,226	46.8%	965	44.2%	(261)	(21)%	(104)	(9)%	(11)	(1)%	(146)	(12)%
Résultat opérationnel courant	892	34.1%	679	31.1%	(213)	(24)%	(73)	(8)%	(10)	(1)%	(129)	(15)%

Europe

(en millions d'euros)	S1 2024/25		S1 2025/26		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Chiffre d'affaires	1,819	100.0%	1,672	100.0%	(147)	(8)%	(42)	(3)%	(91)	(5)%	(14)	(1)%
Marge brute	1,095	60.2%	1,020	61.0%	(75)	(7)%	(42)	(4)%	(29)	(3)%	(4)	(0)%
Frais publi-promotionnels	(238)	13.1%	(216)	12.9%	+23	(10)%	+14	(6)%	+6	(2)%	+3	(1)%
Contribution après PP	857	47.1%	805	48.1%	(52)	(6)%	(27)	(3)%	(24)	(3)%	(1)	(0)%
Résultat opérationnel courant	546	30.0%	513	30.7%	(33)	(6)%	(14)	(3)%	(21)	(4)%	+2	+0%

*Les Spiritueux en vrac sont alloués par Région en fonction du poids des Régions dans le Groupe*

## Effet devises au S1 2025/26 sur le chiffre d'affaires

Effet devises S1 2025/26 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
		2024/25	2025/26	%		
US Dollar	USD	1.08	1.17	(7.7)%	(95)	(52)
Chinese Yuan	CNY	7.77	8.30	(6.9)%	(26)	(16)
Indian Rupee	INR	91.07	102.83	(12.9)%	(87)	(33)
British Pound	GBP	0.84	0.87	(3.9)%	(8)	+12
Canadian Dollar	CAD	1.50	1.62	(8.1)%	(13)	(5)
Australian Dollar	AUD	1.64	1.78	(8.6)%	(9)	(5)
Brazilian Real	BRL	6.16	6.32	(2.6)%	(3)	(1)
Japanese Yen	JPY	163.17	175.81	(7.7)%	(10)	(6)
Turkish Lira	TRY	36.88	48.42	(31.3)%	(59)	(51)
Polish Zloty	PLN	4.29	4.25	+1.1%	+1	+1
South Korean Won	KRW	1,490.25	1,653.58	(11.0)%	(4)	(3)
South African Rand	ZAR	19.42	20.26	(4.3)%	(3)	(1)
New Zealand Dollar	NZD	1.80	2.00	(11.1)%	(3)	(1)
Hong Kong Dollar	HKD	8.43	9.09	(7.8)%	(3)	(1)
Argentinean Peso	ARS	1,049.94	1,612.94	(53.6)%	(15)	(4)
Kazakhstani Tenge	KZT	529.58	617.92	(16.7)%	(6)	(5)
Swedish Krone	SEK	11.47	11.04	+3.8%	+1	(3)
Ukrainian Hryvnia	UAH	44.68	48.63	(8.8)%	(3)	(3)
Vietnam Dong	VND	27,205.00	30,661.00	(12.7)%	(2)	(1)
Other Currencies					(10)	(1)
dont impact de conversion					(356)	(179)
dont impact de transaction						(8)
<b>Total FX impact</b>					<b>(356)</b>	<b>(187)</b>

## Sensibilité du résultat et de la dette à la parité EUR/USD

Impact estimé d'une **appréciation de 1% de l'USD**

Impact sur le compte de résultat <sup>(1)</sup>	M€
Résultat opérationnel courant	12.0
Frais financiers	(0.9)
<b>Résultat courant avant impôts</b>	<b>11.2</b>

Impact sur le bilan	M€
Augmentation/(diminution) de la dette nette	31.4

(1) Effet année pleine



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## Bilan

Actif (En millions d'euros)	30/06/2025	31/12/2025
<b>(En valeurs nettes)</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	17,921	17,702
Immobilisations corporelles et autres actifs	5,284	5,287
Actifs d'impôt différé	1,518	1,526
<b>Actifs non courants</b>	<b>24,722</b>	<b>24,515</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et en-cours	8,418	8,371
<i>dont en-cours de biens vieillis</i>	7,062	7,077
<i>dont en-cours de biens non vieillis</i>	114	113
<i>dont autres stocks</i>	1,242	1,181
Créances clients (*)	1,484	1,772
<i>dont créances d'exploitation</i>	1,377	1,701
<i>dont autres créances</i>	108	71
Autres actifs courants	444	427
<i>dont actifs courants d'exploitation</i>	395	382
<i>dont actifs courants d'immobilisation et autres</i>	49	44
Actif d'impôt exigible	99	61
Trésorerie, équivalents de trésorerie et dérivés courants	1,847	2,412
<b>Actifs courants</b>	<b>12,292</b>	<b>13,043</b>
Actifs destinés à être cédés	65	118
<b>Total actifs</b>	<b>37,080</b>	<b>37,676</b>
(*) après cessions de créances de :	1,122	1,381

Passif (En millions d'euros)	30/06/2025	31/12/2025
<b>Capitaux propres Groupe</b>	<b>15,212</b>	<b>15,475</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	1,014	1,054
<i>dont résultat tiers</i>	48	28
<b>Capitaux propres</b>	<b>16,226</b>	<b>16,529</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3,626	3,606
Emprunts obligataires part non courante	10,339	11,530
Dettes locatives non courantes	344	331
Dettes financières et dérivés non courants	96	65
<b>Total passifs non courants</b>	<b>14,405</b>	<b>15,533</b>
Provisions courantes	147	185
Dettes fournisseurs	2,711	2,474
Autres passifs courants	1,555	963
<i>dont passifs courants d'exploitation</i>	859	891
<i>dont passifs courants d'immobilisation et autres</i>	696	72
Passif d'impôt exigible	203	290
Emprunts obligataires part courante	1,241	1,235
Dettes locatives courantes	91	88
Dettes financières et dérivés courants	495	361
<b>Total passifs courants</b>	<b>6,442</b>	<b>5,596</b>
Passifs destinés à être cédés	7	18
<b>Total passifs</b>	<b>37,080</b>	<b>37,676</b>



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## Analyse du besoin en fonds de roulement

(En millions d'euros)	Juin 2024	Décembre 2024	June 2025	Décembre 2025	S1 2024/25 variation de BFR*	S1 2025/26 variation de BFR*
En-cours de biens vieillis	6,616	6,951	7,062	7,077	230	162
Avances fournisseurs pour biens vieillis	20	19	16	19	2	4
Dettes fournisseurs associées	(163)	(181)	(122)	(171)	(32)	(55)
<b>En-cours de biens vieillis nets des fournisseurs et des avances</b>	<b>6,474</b>	<b>6,790</b>	<b>6,956</b>	<b>6,926</b>	<b>201</b>	<b>111</b>
Créances clients avant affacturage/titrisation	2,649	3,754	2,499	3,081	1,100	612
Avances clients	(33)	(36)	(30)	(27)	(2)	4
Autres créances et autres actifs courants	439	456	487	435	1	(37)
Autres stocks	1,506	1,337	1,242	1,181	(166)	6
En-cours de biens non vieillis	133	135	114	113	5	(2)
Dettes fournisseurs et autres	(3,624)	(3,450)	(3,418)	(3,167)	175	182
<b>Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement</b>	<b>1,070</b>	<b>2,196</b>	<b>894</b>	<b>1,616</b>	<b>1,113</b>	<b>765</b>
Créances clients affacturées/titrisées	(1,124)	(1,617)	(1,122)	(1,381)	(478)	(266)
<b>Besoin Opérationnel en Fonds de Roulement Net</b>	<b>(53)</b>	<b>579</b>	<b>(228)</b>	<b>235</b>	<b>636</b>	<b>498</b>
<b>Besoin en Fonds de Roulement</b>	<b>6,420</b>	<b>7,369</b>	<b>6,728</b>	<b>7,161</b>	<b>836</b>	<b>610</b>
* aux taux de change moyens						
			dont variation courante		<b>843</b>	<b>614</b>
			dont variation non courante		<b>(6)</b>	<b>(4)</b>

## Dette Nette

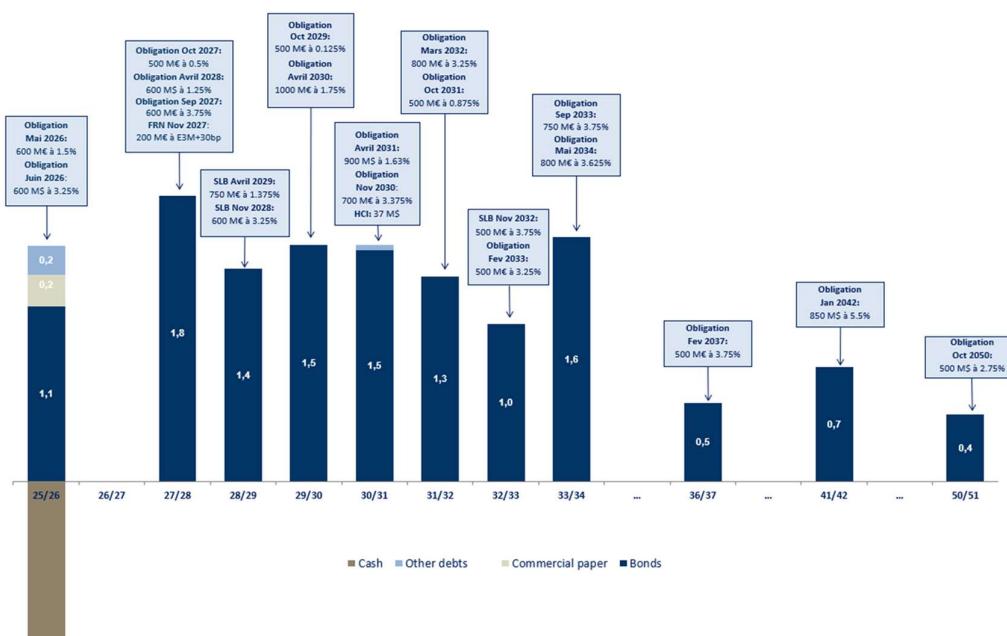
(En millions d'euros)	30/06/2025			31/12/2025		
	Courant	Non courant	Total	Courant	Non courant	Total
Emprunts obligataires	1 241	10 339	11 579	1 235	11 530	12 766
Billets de trésorerie	379	-	379	200	-	200
Autres emprunts et dettes financières	99	96	195	153	65	218
Autres passifs financiers	478	96	574	353	65	418
<b>ENDETTEMENT FINANCIER BRUT</b>	<b>1 718</b>	<b>10 434</b>	<b>12 153</b>	<b>1 588</b>	<b>11 595</b>	<b>13 183</b>
Instruments dérivés actifs en couverture de juste valeur	-	-	-	-	-	-
Instruments dérivés passifs en couverture de juste valeur	4	-	4	2	-	2
<b>Instruments dérivés en couverture de juste valeur</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
Instruments dérivés actifs en couverture d'investissement net	-	(36)	(36)	(1)	(37)	(38)
Instruments dérivés passifs en couverture d'investissement net	-	-	-	-	-	-
<b>Instruments dérivés en couverture d'investissement net</b>	<b>-</b>	<b>(36)</b>	<b>(36)</b>	<b>(1)</b>	<b>(37)</b>	<b>(38)</b>
<b>ENDETTEMENT FINANCIER APRES COUVERTURES</b>	<b>1 723</b>	<b>10 398</b>	<b>12 121</b>	<b>1 589</b>	<b>11 559</b>	<b>13 147</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 829)	-	(1 829)	(2 398)	-	(2 398)
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET HORS DETTES LOCATIVES</b>	<b>(106)</b>	<b>10 398</b>	<b>10 292</b>	<b>(810)</b>	<b>11 559</b>	<b>10 749</b>
Dettes locatives	91	344	435	88	331	419
<b>ENDETTEMENT FINANCIER NET</b>	<b>(16)</b>	<b>10 743</b>	<b>10 727</b>	<b>(722)</b>	<b>11 891</b>	<b>11 168</b>

## Variation de la dette

	(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Résultat opérationnel	1,897	1,591	
Dotations aux amortissements d'immobilisations	211	203	
Variation nette des pertes de valeur sur goodwill et immobilisations corporelles et incorporelles	0	186	
Variation nette des provisions	(30)	14	
Variations de juste valeur des dérivés commerciaux et actifs biologiques	1	2	
Résultat des cessions d'actifs	(7)	(310)	
Charges liées aux plans de stocks options	22	10	
Dividendes reçus des mises en équivalence	0	0	
<b>Capacité d'autofinancement avant intérêts financiers et impôts</b>	<b>2,094</b>	<b>1,696</b>	
Diminution / (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(836)	(610)	
Intérêts financiers, impôts nets versés et autres	(453)	(388)	
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et autres	(365)	(217)	
<b>Free Cash Flow</b>	<b>440</b>	<b>482</b>	
<b>donc Free Cash Flow courant</b>	<b>534</b>	<b>595</b>	
Acquisitions nettes d'immobilisations financières et d'activités et autres	(141)	298	
Augmentation de capital et autres variations des capitaux propres	4	0	
Dividendes et acomptes versés	(1,194)	(1,197)	
(Acquisition) / cession de titres d'auto-contrôle et autres	(11)	(10)	
<b>Diminution / (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>(903)</b>	<b>(427)</b>	
Incidence des écarts de conversion et autre effet non cash	(104)	26	
Effet non cash sur les dettes locatives	(92)	(40)	
<b>Diminution / (augmentation) de l'endettement (après effet devises et effet non cash sur dettes locatives)</b>	<b>(1,098)</b>	<b>(441)</b>	
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10,951)	(10,727)	
Endettement net à la clôture de l'exercice	(12,050)	(11,168)	

## Echéancier de la dette nette au 31 décembre 2025

Mds €





Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## Détail des emprunts obligataires au 31 décembre 2025

Devise	Nominal	Coupon	Date d'émission	Date d'échéance
EUR	600 M€	1.500%	17/05/2016	18/05/2026
	1000 M€ dont :			
	500 M€	0.500%	24/10/2019	24/10/2027
	500 M€	0.875%		24/10/2031
	1000M€	1.750%	06/04/2020	08/04/2030
	500 M€	0.125%	04/10/2021	04/10/2029
	750 M€	1.375%	07/04/2022	07/04/2029
	1100 M€ dont :			
	600 M€	3.250%	02/11/2022	02/11/2028
	500 M€	3.750%		02/11/2032
	1350 M€ dont			
	600 M€	3.750%	15/09/2023	15/09/2027
	750 M€	3.750%		15/09/2033
USD	1500 M€ dont			
	700 M€	3.375%	07/05/2024	07/11/2030
	800 M€	3.625%		07/05/2034
	800 M€	3.250%	03/03/2025	03/03/2032
	1200 M€ dont			
	500 M€	3.250%	04/11/2025	04/02/2033
	500 M€	3.750%		04/02/2037
	200 M€	EURIBOR 3M + 30bp		04/11/2027
	850 M\$	5.500%	12/01/2012	15/01/2042
	600 M\$	3.250%	08/06/2016	08/06/2026
	2000 M\$ dont			
	600 M\$	1.250%	01/10/2020	01/04/2028
	900 M\$	1.625%		01/04/2031
	500 M\$	2.750%		01/10/2050

## Evolution du ratio Dette nette / EBITDA

Taux moyen <sup>(1)</sup>		
Taux EUR/USD: Juin 2024/25 -> Dec 2025/26		1.09 -> 1.13
<b>Ratio au 30/06/2025</b>		<b>3.3</b>
EBITDA & cash génération de cash hors effets périmètre et change		0.4
Effets périmètre et change		0.1
<b>Ratio au 31/12/2025</b>		<b>3.8</b>

(1) Taux moyen des douze derniers mois de la clôture



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

## Bénéfice Par Action (BPA) après dilution

(x 1 000)	S1 2024/25	S1 2025/26	
Nombre d'actions en circulation à la clôture	252,269	252,269	
Nombre moyen d'actions pondéré (pro rata temporis)	253,243	252,269	
Nombre moyen d'actions auto-détenues (pro rata temporis)	-1,771	-610	
Effet dilutif des stock options et actions de performance	445	438	
<b>Nombre d'actions pour le calcul du BPA après dilution</b>	<b>251,918</b>	<b>252,097</b>	
(M€) et (€/action)	S1 2024/25	S1 2025/26	faciale △
Résultat net courant part du Groupe	1,274	1,018	-20.1%
<b>Résultat net courant part du Groupe par action dilué</b>	<b>5.06</b>	<b>4.04</b>	<b>-20.1%</b>

## Prochaines communications

Date (susceptible de changer)	Evènement
<b>16<sup>th</sup> avril 2026</b>	Chiffre d'affaires T3 2025/26
<b>28<sup>th</sup> mai 2026</b>	Diffusion Web du marché américain
<b>27<sup>th</sup> aout 2026</b>	Résultats de l'exercice 2025/26

## Traduction

**Must-Win markets** : marchés clés

On-trade : cafés, hotels, restaurants, clubs

Off-trade : principalement grande distribution

## Détails de connexion pour la conférence du 19 février 2026

*Mis à disposition dans la section média du site internet Pernod Ricard*