



**Forte croissance de l'activité et des résultats avec
l'intégration rapide et relative de Vin&Sprit**

Résultat net courant part du Groupe supérieur à 1 milliard d'euros

Désendettement rapide et significatif

- **Chiffre d'affaires : 7 203 M€ (+9%, croissance interne stable)**
- **Résultat opérationnel courant : 1 846 M€ (+21%, croissance interne +4%)**
- **Résultat net courant part du Groupe : 1 010 M€ (+13%)**
- **Résultat net part du Groupe : 945 M€ (+13%)**
- **Baisse du ratio Dette Nette / EBITDA à 5,3⁽¹⁾ au 30 juin 2009**

Communiqué - Paris, 3 septembre 2009

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 2 septembre 2009 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes de l'exercice 2008/09, clos au 30 juin 2009.

Dans un environnement difficile, marqué par une crise économique et financière majeure, Pernod Ricard a réalisé une très bonne performance avec :

- ✓ Une croissance soutenue du chiffre d'affaires, grâce à l'apport d'Absolut.
- ✓ Une très forte amélioration de la marge opérationnelle (résultat opérationnel courant / chiffre d'affaires) qui atteint 25,6% (+250 pdb).
- ✓ Une vive progression du résultat net courant part du Groupe (+13%) confortée par le succès de l'intégration d'Absolut et la maîtrise du coût moyen de la dette.
- ✓ Une forte réduction de la dette et une amélioration significative des ratios d'endettement.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires annuel s'élève à 7 203 M€ (hors droits et taxes), soit une **progression de +9%**, qui résulte des facteurs suivants :

- une **croissance interne très légèrement négative** (-0,4%), dans un environnement difficile et en dépit d'un fort déstockage de la distribution.
- un effet devises de - 2% essentiellement lié à la baisse de la livre sterling, du won coréen, de la roupie indienne et du dollar australien.
- un fort effet périmètre de +12%, principalement lié à **l'intégration de Vin&Sprit** à compter du 23 juillet 2008.



Les 14 marques stratégiques (hors Absolut), reculent de -4% en volume et sont stables en valeur⁽²⁾. 5 parmi ces 14 marques stratégiques ont poursuivi leur croissance interne en valeur : **Martell (+ 12 %), Jameson (+ 8 %), The Glenlivet (+ 7 %), Mumm (+ 3 %) et Havana Club (+ 3 %)**. En revanche, **Perrier-Jouët (- 11 %)** a été fortement impactée par son implantation aux États-Unis où le marché du champagne a été particulièrement difficile. Les ventes de **Montana (- 13 %)** reflètent un fort effet de déstockage, alors que la consommation de la marque progresse sur ses principaux marchés.

On peut par ailleurs noter les très beaux succès sur de nombreuses marques locales dont les volumes progressent fortement : **Royal Stag en Inde (+22%), Something Special en Amérique Latine (+18%), Wyborowa en Pologne (+17%) et Clan Campbell en France (+8%)**.

Le chiffre d'affaires additionnel lié à Vin&Sprit atteint 915 M€ sur onze mois et sept jours. Aux États-Unis, la marque Absolut est en repli, impactée par une année de transition avec des changements de distributeurs, le déstockage des détaillants et la chute du « on-trade » où la marque réalise une part importante de ses ventes. Absolut confirme en revanche sa forte croissance dans de nombreux autres pays : Espagne, Royaume-Uni, Pologne, Brésil, France, Allemagne, Grèce, Italie, Australie, et gagne des parts de marché.

Au 4^{ème} trimestre 2008/09, le chiffre d'affaires consolidé s'établit à **1 646 M€**, en augmentation de +10%, soit une croissance interne de -3%, un effet devises de +2% et un effet périmètre de +11%. Le recul limité à -3%⁽²⁾ sur ce trimestre, après un troisième trimestre qui avait été fortement impacté par le déstockage des grossistes et des distributeurs à -12%⁽²⁾, témoigne de la force et de la résistance du portefeuille et du réseau commercial de Pernod Ricard. L'effet devises, devenu positif à +2% sur le quatrième trimestre résulte principalement de la revalorisation du dollar américain et du yuan chinois par rapport au quatrième trimestre de l'exercice précédent.

Forte amélioration de la contribution des marques

La marge brute (après coûts logistiques) atteint 4 208 M€, en progression de +12%, soit 3 points de croissance de plus que celle du chiffre d'affaires. **Le ratio marge brute / chiffre d'affaires**, s'améliore très fortement, à **58,4% en 2008/09** contre 57,2% sur l'exercice précédent (+120 pdb), principalement grâce aux effets positifs de l'intégration d'Absolut, marque à forte rentabilité, et à l'évolution favorable du cours des devises. La poursuite de la mise en œuvre de la stratégie de valeur sur l'ensemble du portefeuille a permis de compenser les effets de la hausse de certaines matières premières.

Les investissements publi-promotionnels sont en hausse de + 5% à 1 237 M€. Ceci résulte en particulier de l'apport d'Absolut. Sur le périmètre historique, nous avons réduit nos investissements publi-promotionnels sur le second semestre, en tirant partie de la baisse du coût des médias, de la réduction de l'activité dans le on-trade et des efforts entrepris pour accroître l'efficacité et le ciblage des investissements. Ceci a permis de réduire légèrement le **ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires du Groupe à 17,2% en 2008/09** contre 17,9% sur l'exercice précédent, tout en maintenant un fort engagement derrière les 15 marques stratégiques.

Au total, la **contribution après frais publi-promotionnels progresse de +15%** à 2 971 M€, et représente 41,2% du chiffre d'affaires, en hausse de + 190 pdb, par rapport à l'exercice précédent.



Amélioration du ratio frais de structure / chiffre d'affaires

Les frais de structure enregistrent une progression de +6%, à 1 125 M€, mais sont stables à change et périmètre constants, ce qui témoigne de la gestion maîtrisée de ces frais dans un environnement difficile. Ceci, combiné à la mise en œuvre accélérée des synergies liées à l'acquisition de Vin&Sprit, permet de **réduire de nouveau le ratio frais de structure / chiffre d'affaires qui s'établit à 15,6%**, soit une diminution de - 60 pdb par rapport à l'exercice précédent.

Remarquable progression du résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant progresse de +21% à 1 846 M€ et le taux de marge opérationnelle s'élève à 25,6%, en amélioration de 250 pdb par rapport à l'exercice précédent.

Toutes les régions ont connu une croissance de leur résultat opérationnel courant :

- ✓ Croissance remarquable de +17% en **Asie/Reste du Monde** (croissance interne de +7%) qui résulte notamment du dynamisme de Martell en Chine, des marques locales en Inde et des bonnes performances en Australie, en Afrique du Sud et au Moyen-Orient.
- ✓ Progression spectaculaire de +51% de la région **Amériques**, liée à l'intégration d'Absolut et à l'effet devises favorable. L'activité aux Etats-Unis a été pénalisée par le déstockage de la distribution et par la baisse de la consommation dans le CHR. L'Amérique Latine et le Canada enregistrent en revanche une excellente année.
- ✓ Progression de 1% **en Europe** qui reflète une situation difficile en Europe de l'Ouest et une bonne performance en Europe de l'Est. Toutefois, cette dernière a connu un fort renversement de tendance à partir du second semestre et un effet devises défavorable lié à la dévalorisation du rouble.
- ✓ Remarquable progression de +19% **en France**, liée aux performances commerciales de Ballantine's, Mumm et Clan Campbell, mais aussi à la forte hausse de la marge opérationnelle, grâce à la réduction des coûts et à un effet devises positif sur le prix de revient des whiskies écossais (baisse de la livre sterling).

L'évolution des devises est défavorable au niveau du chiffre d'affaires, mais favorable au niveau du résultat, principalement du fait de la baisse des cours des devises de deux de nos principaux pays de production : livre sterling et dollar australien. **Sur l'ensemble de l'exercice 2008/09, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant s'établit à +67 M€.**

L'intégration des activités de Vin&Sprit a généré sur onze mois et sept jours **+272 M€** au niveau du résultat opérationnel courant de l'exercice 2008/09 contribuant ainsi fortement à la croissance du Groupe.

Résultat net courant

Le résultat financier courant est une charge de (619) M€ : (581) M€ correspondent aux frais financiers payés sur la dette auxquels s'ajoutent (15) M€ liés aux frais de structuration du financement, soit un coût moyen de la dette d'environ 4,8%, et (23) M€ à d'autres charges financières.

L'impôt sur les éléments courants est une charge de (204) M€, soit un taux de 16,6% en ligne avec nos anticipations. Enfin, **la part des minoritaires et divers** s'établit à (13) M€.

Au total, **le résultat net courant part du Groupe atteint 1 010 M€**, soit une progression de +13% par rapport à l'exercice 2007/08.



Résultat net

Les **autres produits et charges opérationnels s'établissent à (89) M€** avec des plus values nettes sur cessions de + 225 M€, principalement liées à la vente de Wild Turkey, des dépréciations d'actifs incorporels de (146) M€, essentiellement relatives aux marques de vins espagnols et des charges liées à l'intégration de Vin&Sprit, dont (48) M€ dus aux sorties anticipées des contrats de distribution et (117) M€ relatifs aux coûts d'acquisition et d'intégration. Les **éléments financiers non courants constituent une charge de (71) M€** et sont notamment liés à des effets de change, à l'impact de la volatilité sur la valeur temps des couvertures de taux d'intérêts et à l'amortissement accéléré de commissions. Enfin, **l'impôt non courant est un produit de + 96 M€**, principalement lié à la déduction des charges non courantes et à l'impact favorable des évolutions des taux des devises (pertes de changes déductibles).

En conséquence, **le résultat net part du Groupe atteint 945 M€, en progression de +13%** par rapport à l'exercice 2007/08.

Endettement et coût de la dette

La dette nette au 30 juin 2009 s'établit à 10 888 M€ Sur l'exercice, l'évolution de la dette a été principalement impactée par :

- **L'acquisition de Vin&Sprit** et la sortie des contrats de distribution Maxxium et Future Brands
- **L'effet de la hausse du dollar** (€/\$= 1,41 au 30 juin 2009 contre 1,58 au 30 juin 2008)
- **La forte génération de free cash flow courant** sur l'exercice, **1 275 M€**, dont 351 M€ liés à la mise en place de programmes d'affacturage de créances commerciales
- **L'augmentation de capital de 1 milliard d'€** réalisée le 14 mai 2009
- **Le lancement réussi d'un programme de cession d'actifs**
- **Le paiement des dividendes** relatifs à l'exercice 2007/08

Notons par ailleurs que le Groupe a lancé avec succès un emprunt obligataire de 800 M€, finalisé le 15 juin 2009.

Le Groupe confirme que sa priorité reste aujourd'hui son désendettement, avec la poursuite du programme de cession d'actifs de 1 milliard d'euros (700 M€ réalisés à ce jour, incluant la vente de Tia Maria pour 125 M€ intervenue au mois de juillet 2009), et la génération d'un **free cash flow courant cumulé de l'ordre de 3 milliards d'€ sur les 3 années** de 2008/09 à 2010/11.

Le **coût moyen de la dette** s'est établi à **4,8% sur l'ensemble de l'exercice 2008/09** et l'objectif est de le réduire à un niveau proche de **4,5% sur l'exercice 2009/10**.

Dividende : 0,50 € / action – Distribution actions gratuites

Conformément à la communication du 8 avril 2009, annonçant l'augmentation de capital de 1 milliard d'€, le Conseil proposera à l'Assemblée Générale du 2 novembre 2009, le versement d'un **dividende de 0,50 €/action au titre de l'exercice 2008/09** et la **distribution d'une action gratuite pour 50** dans le cadre d'une augmentation de capital par incorporation de réserve **d'ici la fin de l'année civile 2009**.

Le retour à la politique habituelle de distribution en numéraire d'environ 1/3 du résultat net courant est prévu dès le dividende de l'exercice 2009/10.



Conclusion et perspectives

L'exercice 2008/09 a de nouveau illustré la force de la stratégie de Pernod Ricard avec :

- ✓ Une bonne résistance de l'activité, qui témoigne de la force du portefeuille et du réseau commercial de Pernod Ricard
- ✓ L'intégration rapide et relative de Vin&Sprit et d'Absolut Vodka
- ✓ Une progression remarquable des marges et des résultats en maintenant un investissement publi-promotionnel soutenu derrière les couples marque / marché stratégiques
- ✓ Un désendettement rapide et significatif

Pour 2009/10, Pernod Ricard anticipe un environnement économique général encore difficile, avec une stagnation globale du secteur des Vins & Spiritueux et des situations contrastées selon les pays et catégories. La base de comparaison du premier semestre, et en particulier celle du premier trimestre seront défavorables, compte tenu des très bonnes performances enregistrées au premier semestre de l'exercice 2008/09. En revanche, la base de comparaison du second semestre 2009/10 sera favorable, car le second semestre 2008/09 a été pénalisé par l'impact de la crise et par un fort phénomène de déstockage.

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général du Groupe : « Malgré un environnement particulièrement difficile **le Groupe a réalisé** au cours de l'exercice écoulé **une performance très satisfaisante** : celle-ci traduit l'efficacité et la robustesse de notre stratégie, mais aussi l'engagement et la réactivité de nos équipes à travers le monde. **Nous abordons l'année 2009/10 avec confiance et détermination : nos priorités sont claires, poursuivre le désendettement du Groupe et renforcer les investissements sur nos marques stratégiques.**»

Pernod Ricard, conformément à sa pratique, communiquera ses **objectifs de résultats pour l'exercice en cours lors de l'Assemblée Générale Annuelle, qui se tiendra le 2 novembre prochain.**

(1) Selon méthode Crédit Syndiqué

(2) Croissance interne



A propos de Pernod Ricard

Né du rapprochement de Ricard et Pernod en 1975, Pernod Ricard s'est développé tant par croissance interne qu'externe. Les acquisitions de Seagram (2001), d'Allied Domecq (2005) et celle récente de Vin & Sprit (2008) ont fait du Groupe le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 203 millions d'euros en 2008/09. Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka Premium ABSOLUT, le pastis Ricard, les scotch whiskies Ballantine's, Chivas Regal et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, les liqueurs Kahlúa et Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek et Montana. Pernod Ricard s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 filiales «Propriétaires de Marques» et de 70 filiales de «Distribution» présentes sur chaque marché-clé, représentant près de 19 000 collaborateurs. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémon : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Prochain rendez-vous : Chiffre d'affaires 1^{ère} trimestre 2009/10 – jeudi 22 octobre 2009

Retrouver le diaporama sur l'exercice 2008/09 sur www.pernod-ricard.com

Contacts Pernod Ricard

Olivier CAVIL / Directeur de la Communication

T : +33 (0)1 41 00 40 96

Denis FIEVET / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs

T : +33 (0)1 41 00 41 71

Florence TARON / Responsable Relations Presse

T : +33 (0)1 41 00 40 88



CROISSANCE INTERNE DES MARQUES STRATEGIQUES

	Volumes à fin juin 2007/08 (Millions de caisses de 9 litres)	Volumes à fin juin 2008/2009 (Millions de caisses de 9 litres)	Croissance des volumes (*)	Croissance interne du chiffre d'affaires (*)
Absolut		(**) 10,2		
Chivas Regal	4,5	4,2	-5%	-2%
Ballantine's	6,4	6,2	-4%	-5%
Ricard	5,6	5,4	-3%	-2%
Martell	1,6	1,5	-6%	12%
Malibu	3,7	3,4	-9%	-7%
Kahlua	2,1	1,8	-15%	-15%
Jameson	2,6	2,7	2%	8%
Beefeater	2,4	2,3	-5%	-1%
Havana Club	3,2	3,4	5%	3%
The Glenlivet	0,6	0,6	5%	7%
Jacob's Creek	8,0	7,8	-2%	0%
Mumm	0,7	0,7	-4%	3%
Perrier Jouet	0,2	0,2	-13%	-11%
Montana	1,4	1,2	-9%	-13%
15 Marques Stratégiques	42,9	51,5	-4%	0%

(*) Croissance des volumes et du chiffre d'affaires calculée sur 14 marques stratégiques (hors Absolut)

(**) Volumes 12 mois reconstitués (du 1er juillet 2008 au 30 juin 2009)



COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SYNTHETIQUE

(En millions d'euros)	30/06/2008	30/06/2009	Variation
Chiffre d'affaires	6 589	7 203	9,3%
Marge brute après coûts logistiques	3 766	4 208	11,7%
Frais publi-promotionnels	(1 178)	(1 237)	5,1%
Contribution après frais publi- promotionnels	2 588	2 971	14,8%
Frais commerciaux et généraux	(1 066)	(1 125)	5,5%
Résultat opérationnel courant	1 522	1 846	21,3%
Autres produits et charges opérationnels	(81)	(89)	N/A
Résultat opérationnel	1 441	1 757	21,9%
Résultat financier courant	(333)	(619)	85,9%
Eléments financiers non courants	(16)	(71)	N/A
Impôt sur les bénéfices	(224)	(108)	-51,6%
Résultat net part des minoritaires	(29)	(21)	-25,5%
Résultat des activités abandonnées	-	8	
Résultat net part du Groupe	840	945	12,5%



EFFET DEVICES

Effet devises à fin juin 2008/09 (en millions d'euros)	Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
	A07/08	A08/09	%		
Dollar américain USD	1,47	1,37	-6,7%	72,7	37,3
Livre sterling GBP	0,73	0,86	16,7%	(68,7)	20,9
Won coréen KRW	1,40	1,75	24,5%	(52,6)	(14,4)
Roupie indienne INR	59,08	65,19	10,3%	(23,6)	(6,7)
Dollar australien AUD	1,64	1,85	13,1%	(27,5)	5,2
Dollar néo-zélandais NZD	1,91	2,28	19,1%	(20,5)	0,0
Dollar canadien CAD	1,48	1,59	7,4%	(13,4)	(3,4)
Baht thaïlandais THB	46,20	47,52	2,9%	(4,1)	(0,9)
Rand sud-africain ZAR	10,72	12,32	14,9%	(6,9)	(2,9)
Peso mexicain MXN	15,80	17,39	10,1%	(14,0)	(3,0)
Real brésilien BRL	2,60	2,84	9,0%	(11,7)	(2,3)
Rouble russe RUB	35,97	40,16	11,6%	(16,9)	(10,1)
Zloty polonais PLN	3,61	4,01	11,0%	(6,9)	(0,0)
Yuan chinois CNY	10,69	9,38	-12,3%	56,9	28,6
Autres devises				20,4	18,9
Total				(116,5)	67,1



BILAN CONSOLIDE

Actif (En millions d'euros)	30/06/2008	30/06/2009
En valeurs nettes		
Actifs non courants		
Immobilisations incorporelles et goodwill	10 341	16 199
Immobilisations corporelles et autres actifs	1 822	1 940
Actifs d'impôt différé	722	1 111
Actifs non courants	12 885	19 250
Actifs courants		
Stocks et créances	5 125	4 926
Trésorerie et équivalents de trésorerie	421	520
Actifs courants	5 546	5 446
Actifs destinés à être cédés		178
Total actifs	18 431	24 875

Passif (En millions d'euros)	30/06/2008	30/06/2009
Capitaux propres Groupe	6 420	7 431
Intérêts minoritaires	177	185
Dont résultat tiers	29	21
Capitaux propres	6 597	7 615
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 073	3 142
Emprunts obligataires	2 352	2 540
Dettes financières et dérivés non courants	3 262	8 742
Total passifs non courants	8 687	14 425
Provisions courantes	287	312
Dettes d'exploitation et dérivés	1 910	2 096
Dettes financières	950	366
Total passifs courants	3 147	2 774
Passifs destinés à être cédés		60
Total passifs et capitaux propres	18 431	24 875



VARIATION DE LA DETTE NETTE

<i>En millions d'euros</i>	30/06/2008 12 mois	30/06/2009 12 mois
Capacité d'autofinancement	1 537	1 782
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(533)	246
Résultat Financier et impôts cash	(501)	(794)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(188)	(197)
Free Cash Flow	315	1 037
Cessions/acquisitions actifs financiers et divers	(277)	373
Incidence des variations du périmètre de consolidation	-	(5 933)
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(71)	700
Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)	(34)	(3 823)
Incidence des écarts de conversion	405	(922)
Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)	372	(4 746)
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(6 515)	(6 143)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(6 143)	(10 888)



DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

(En millions d'euros)	Cumul à fin Juin 2007/08		Cumul à fin juin 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	711	10,8%	735	10,2%	24	3,4%	17	2,4%	8	1,1%	(0)	0,0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	2 171	33,0%	2 417	33,6%	246	11,3%	(60)	-2,9%	396	18,2%	(90)	-4,1%
Vins & Spiritueux Amériques	1 700	25,8%	2 027	28,1%	327	19,3%	(17)	-1,1%	308	18,1%	36	2,1%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	2 007	30,5%	2 023	28,1%	16	0,8%	34	1,7%	45	2,2%	(63)	-3,1%
Vins & Spiritueux Monde	6 589	100,0%	7 203	100,0%	614	9,3%	(26)	-0,4%	757	11,5%	(117)	-1,8%

(En millions d'euros)	S2 2007/08		S2 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	314	10,9%	331	11,1%	16	5,2%	12	3,9%	4	1,3%	(0)	0,0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	910	31,6%	920	30,8%	10	1,2%	(92)	-10,5%	154	16,9%	(51)	-5,7%
Vins & Spiritueux Amériques	729	25,4%	846	28,3%	117	16,0%	(52)	-8,2%	112	15,3%	57	7,9%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	922	32,1%	893	29,9%	(29)	-3,1%	(66)	-7,2%	23	2,5%	15	1,6%
Vins & Spiritueux Monde	2 876	100,0%	2 991	100,0%	115	4,0%	(198)	-7,2%	292	10,2%	21	0,7%

(En millions d'euros)	T4 2007/08		T4 2008/09		Variation		Dont Croissance Interne		Effet périmètre		Effet devises	
Vins & Spiritueux France	187	12,5%	202	12,3%	15	8,0%	13	6,9%	2	1,2%	0	0,0%
Vins & Spiritueux Europe hors France	477	31,8%	510	31,0%	33	6,9%	(22)	-4,8%	77	16,1%	(22)	-4,5%
Vins & Spiritueux Amériques	420	28,0%	499	30,3%	80	18,9%	(19)	-5,0%	68	16,2%	30	7,2%
Vins & Spiritueux Asie / Reste du Monde	414	27,7%	435	26,4%	20	4,9%	(13)	-3,1%	12	2,8%	22	5,2%
Vins & Spiritueux Monde	1 498	100,0%	1 646	100,0%	148	9,9%	(41)	-2,9%	159	10,6%	30	2,0%