



Bon 3^{ème} trimestre 2010/11 dans la continuité du 1^{er} semestre de l'exercice Confirmation de l'objectif d'une croissance interne du résultat opérationnel courant proche de +7% pour l'ensemble de l'exercice 2010/11

Communiqué - Paris, 5 mai 2011

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 4 mai 2011 sous la présidence de Patrick Ricard, a examiné l'activité du Groupe sur le troisième trimestre 2010/11 et confirmé les objectifs pour l'ensemble des exercices 2010/11 et 2011/12.

Le chiffre d'affaires consolidé (hors droits et taxes) s'établit à **5 902 M€ sur les neuf premiers mois de l'exercice 2010/11** (du 1^{er} juillet 2010 au 31 mars 2011) contre 5 326 M€ sur la même période de l'exercice précédent, soit une progression de +11% qui s'explique par :

- une croissance interne de +7%, dans la continuité du 1^{er} semestre 2010/11,
- un effet devises de +7% principalement lié à la hausse du dollar américain,
- un effet périmètre de -3% principalement dû aux cessions de certains actifs scandinaves, espagnols et néo-zélandais.

Sur cette période, le chiffre d'affaires progresse de +16%* sur les **marchés émergents**** et de +2%* sur les **marchés matures**.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires consolidé atteint 1 620 M€ en croissance de +5% par rapport au 3^{ème} trimestre 2009/10, soit une croissance interne de +5%, un effet devises de +3% et un effet périmètre de -2%. Cette évolution résulte de la poursuite d'une croissance soutenue sur nos marques stratégiques. Les marchés émergents** présentent une croissance interne de +15% et les marchés matures sont stables*.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2010/11,

- les **14 marques stratégiques spiritueux et champagnes – Top 14** (59% du chiffre d'affaires) progressent de +7% en volume et de +11%* en valeur, avec un effet mix/prix qui reste très favorable. Douze de ces 14 marques sont en progression*, dont 5 affichent une croissance interne à deux chiffres : Royal Salute (+26%*), Martell (+25%*), Jameson (+22%*), Perrier-Jouët (+21%*) et The Glenlivet (+15%*). Ces performances témoignent de la poursuite du succès de Jameson aux Etats-Unis et de Martell en Asie, mais aussi du rebond de nos marques de Scotch et de Champagne.
- les **4 marques de Vins Premium Prioritaires** (5% du chiffre d'affaires du Groupe) progressent de +1%* en valeur, avec des volumes stables.
- les **18 marques-clé locales de spiritueux** (17% du chiffre d'affaires du Groupe) s'inscrivent dans la tendance observée au 1^{er} semestre avec une croissance de +5% en volume et de +2%* en valeur.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Toutes les régions contribuent à l'accélération de la croissance interne du Groupe :

- **L'Asie/Reste du Monde** reste la région la plus dynamique, avec une activité en progression de +23% à 2 156 M€, soit une croissance interne de +15%. La part de cette région dans l'activité du Groupe progresse à 37% sur les 9 premiers mois de l'exercice 2010/11, contre 33% sur la même période de l'exercice précédent :
 - ✓ Le premier relai de croissance reste Martell, suivi des whiskies indiens, des Scotchs et d'ABSOLUT.
 - ✓ La Chine et l'Inde continuent d'afficher des croissances remarquables. De même, d'autres marchés émergents comme le Vietnam, l'Afrique et la Turquie sont en plein essor.
 - ✓ L'activité Duty Free reste dynamique et enregistre une croissance à deux chiffres.
 - ✓ La Corée du Sud progresse sur les 9 premiers mois de l'exercice malgré un recul de l'activité au 3^{ème} trimestre dans un marché en légère baisse.
 - ✓ La situation est difficile en Thaïlande, en Australie et, plus récemment, au Japon.

- **En Amérique**, le chiffre d'affaires accélère sa progression au troisième trimestre et atteint 1 564 M€ sur 9 mois, en hausse de +14% (croissance interne de +6%) grâce au dynamisme du Top 14 (+9%*). Jameson, ABSOLUT et Chivas Regal, mais aussi Ballantine's et Havana Club sont les principaux relais de cette forte croissance.
 - ✓ Aux Etats-Unis, le marché se redresse progressivement (Nielsen et NABCA 9 mois 2010/11 à +2% et +3%) avec une reprise plus marquée sur les marques premium*** et une consommation améliorée dans le on-trade. Dans ce contexte, Pernod Ricard bénéficie du positionnement premium de son portefeuille.
 - ✓ L'activité au Canada progresse légèrement, avec les fortes hausses d'ABSOLUT, de Jameson, d'Havana Club et de Graffigna.
 - ✓ La croissance est soutenue au Mexique grâce à la très bonne performance des whiskies.
 - ✓ L'Amérique Centrale et du Sud affiche une croissance à deux chiffres avec de bonnes progressions sur la plupart des marchés (Brésil, Argentine, pays andins, Cuba, Amérique Centrale) mais un fort repli au Venezuela.

- **En Europe (hors France)**, l'activité des 9 premiers mois est stable en croissance interne à 1 633 M€ (soit un recul de -3%, suite aux cessions de certains actifs en Espagne et en Scandinavie). Cette stabilité constitue une nette amélioration de tendance par rapport aux -6%* constatés sur la même période de l'exercice précédent. La situation reste globalement difficile en Europe de l'Ouest (notamment en Espagne), mais la croissance se confirme en Europe Centrale et de l'Est, en particulier grâce à la Russie et l'Ukraine.

- **En France**, la croissance interne reste solide à +4%, avec un chiffre d'affaires qui atteint 549 M€ grâce à la bonne performance des marques du Top 14 (+6%*) tirée par Ricard, ABSOLUT, Chivas Regal, Mumm, Perrier-Jouët, Jameson, Ballantine's et Havana Club. Ricard bénéficie notamment du lancement de la nouvelle bouteille et progresse de +2,5% dans la grande distribution sur les 9 premiers mois, dans un marché en recul de -2,1%.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Conclusion et perspectives

La tendance à l'amélioration de l'activité se confirme au 3^{ème} trimestre 2010/11, avec sur les 9 premiers mois de l'exercice :

- ✓ Une forte croissance sur les marchés émergents** (+16%*)
- ✓ Une reprise sur les marchés matures (+2%*)
- ✓ Une premiumisation du portefeuille confirmée par :
 - la hausse de +11%* du Top 14 avec un effet mix/prix élevé à +4%,
 - une croissance des marques premium*** de +9%* (celles-ci représentent 71% du chiffre d'affaires au 31 mars 2011 contre 69% un an plus tôt)

En commentant ces chiffres, Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard, a déclaré : « Le 3^{ème} trimestre 2010/11 confirme l'amélioration de l'activité constatée depuis le début de l'exercice et renforce notre confiance dans l'atteinte de nos objectifs : une croissance interne du résultat opérationnel courant pour l'ensemble de l'exercice 2010/11 proche de +7% et un ratio Dette Nette / EBITDA**** à un niveau proche de 4 pour la clôture au 30 juin 2012 ».

* Croissance interne

** PNB annuel par habitant < 10 000 USD

*** PVC aux US >= 17 USD pour les spiritueux et > 5 USD pour le vin

**** Convertis aux taux de change moyens de l'exercice, méthode du crédit syndiqué

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 081 millions d'euros en 2009/2010. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka ABSOLUT, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute 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, Brancott Estate (ex-Montana), Campo Viejo et Graffigna. Le Groupe compte près de 18 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 70 « Sociétés de distribution » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs-clé qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et sens éthique. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémono : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40. Pour plus d'informations, connectez-vous sur www.pernod-ricard.com

Prochains rendez-vous

Conférence téléphonique régionale sur la région Europe - jeudi 23 juin 2011 (une conférence téléphonique sur la région Amérique est prévue le jeudi 15 décembre 2011)

Chiffre d'affaires et résultats annuels 2010/11 : jeudi 1^{er} septembre 2011

Contacts Pernod Ricard

Denis FIEVET / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs	T : +33 (0)1 41 00 41 71
Stéphanie SCHROEDER / Directrice Adjointe Communication Externe	T : +33 (0)1 41 00 42 74
Alison DONOHOE / Relations Investisseurs	T : +33 (0)1 41 00 42 14
Florence TARON / Responsable Relations Presse	T : +33 (0)1 41 00 40 88



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Annexes Chiffre d'affaires à fin mars 2011

Détail du chiffre d'affaires par région

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2009/10	Semestre 1 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	397 10,5%	415 9,7%	18 5%	18 5%	(0) 0%	0 0%
Europe hors France	1 247 32,9%	1 235 28,8%	(12) -1%	24 2%	(68) -5%	31 2%
Amérique	1 000 26,4%	1 151 26,9%	151 15%	38 4%	(4) 0%	117 12%
Asie / Reste du Monde	1 145 30,2%	1 481 34,6%	336 29%	191 17%	(33) -3%	178 16%
Monde	3 789 100,0%	4 282 100,0%	493 13%	272 7%	(104) -3%	325 9%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 3 2009/10	Trimestre 3 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	128 8,3%	133 8,2%	5 4%	5 4%	(0) 0%	(0) 0%
Europe hors France	439 28,6%	399 24,6%	(41) -9%	(25) -6%	(21) -5%	6 1%
Amérique	369 24,0%	413 25,5%	44 12%	40 11%	(0) 0%	5 1%
Asie / Reste du Monde	601 39,1%	675 41,6%	74 12%	59 10%	(17) -3%	32 5%
Monde	1 537 100,0%	1 620 100,0%	82 5%	78 5%	(38) -2%	43 3%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Cumul 9 mois 2009/10	Cumul 9 mois 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	525 9,9%	549 9,3%	23 4%	23 4%	(0) 0%	0 0%
Europe hors France	1 686 31,7%	1 633 27,7%	(53) -3%	(1) 0%	(89) -5%	36 2%
Amérique	1 369 25,7%	1 564 26,5%	196 14%	77 6%	(4) 0%	122 9%
Asie / Reste du Monde	1 746 32,8%	2 156 36,5%	409 23%	250 15%	(50) -3%	209 12%
Monde	5 326 100,0%	5 902 100,0%	575 11%	350 7%	(143) -3%	368 7%



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Croissance interne des marques stratégiques

	Croissance interne des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires	Effet mix / prix
Absolut	7%	7%	0%
Chivas Regal	9%	9%	1%
Ballantine's	7%	9%	2%
Ricard	0%	3%	4%
Jameson	20%	22%	2%
Malibu	1%	-2%	-3%
Beefeater	3%	3%	0%
Kahlua	-3%	-3%	0%
Havana Club	14%	8%	-6%
Martell	14%	25%	11%
The Glenlivet	14%	15%	1%
Royal Salute	24%	26%	2%
Mumm	6%	6%	1%
Perrier Jouët	17%	21%	4%
Top 14	7%	11%	4%



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Détail de l'effet devises

Effet devises à fin mars 2010/11 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires
		2009/10	2010/11	%	
Dollar américain	USD	1,43	1,34	-6,4%	78
Yuan chinois	CNY	9,77	8,93	-8,6%	49
Roupie indienne	INR	67,23	60,94	-9,4%	30
Won coréen	KRW	1,69	1,53	-9,6%	20
Rouble russe	RUB	43,23	40,42	-6,5%	9
Dollar canadien	CAD	1,52	1,36	-11,0%	18
Peso mexicain	MXN	18,65	16,62	-10,9%	19
Rand sud-africain	ZAR	10,88	9,48	-12,9%	7
Real brésilien	BRL	2,58	2,28	-11,5%	15
Baht thaïlandais	THB	47,78	41,11	-14,0%	14
Dollar taïwanais	TWD	46,28	40,73	-12,0%	7
Franc suisse	CHF	1,50	1,31	-12,2%	5
Dollar singapourien	SGD	2,02	1,76	-13,1%	7
Lire turque	TRL	2,14	2,03	-5,2%	2
Livre sterling	GBP	0,89	0,85	-4,4%	13
Dollar australien	AUD	1,62	1,39	-14,5%	24
Couronne suédoise	SEK	10,24	9,15	-10,6%	6
Autres devises					46
Total					368

Détail de l'effet périmètre

Effet périmètre à fin mars 2010/11 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires
Actifs scandinaves	(64)
Autres	(78)
Total effet périmètre	(143)