

BONNE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS : +4% INTERNE (FACIALE : +3%)

T3 : +3% CROISSANCE INTERNE

TENDANCES SOUS-JACENTES EN LIGNE AVEC CELLES DU S1

CONFIRMATION DE L'OBJECTIF FY17¹ :

CROISSANCE INTERNE DU ROC² ENTRE +2% ET +4%

Chiffre d'affaires 9 mois

Le chiffre d'affaires pour les 9 premiers mois de l'exercice 2016/17 s'élève à 7 047 M€, avec une croissance interne de +4%. La croissance a été tirée par :

- ✓ **Forte croissance en Amérique : +7%**
 - **Etats-Unis : +5%** avec Jameson, Martell et Altos en croissance à deux chiffres, Absolut en baisse (mais forte campagne de lancement d'Absolut Lime) et l'impact positif des mesures d'efficacité. Expéditions en avance sur les *depletions*.
 - Travel Retail Amérique : retour à la croissance
 - Amérique Latine : forte croissance sur l'ensemble de la région mais recul au Brésil
- ✓ **Croissance modérée en Asie-Reste du Monde : +1%**
 - **Inde : +1%, avec une décélération temporaire de la croissance liée à certains changements réglementaires.** T2 et T3 impactés par la démonétisation et impact attendu du *highway ban* sur les ventes du T4 2016/17 et du S1 2017/18. Pernod Ricard confirme sa position de *leader* des whiskies locaux et internationaux premium.
 - **Amélioration en Chine, désormais stable.** Retour à une bonne croissance volume et valeur de Martell.
 - Corée : toujours en forte baisse
 - Travel Retail Asie : retour à la croissance
 - Afrique Moyen-Orient : ralentissement de la croissance lié au contexte macroéconomique et géopolitique
- ✓ **Forte croissance en Europe : +4%**, avec une bonne croissance des marchés matures et une reprise dynamique en Europe de l'Est
 - **France : légère croissance** en retraitant l'impact technique³
 - **Espagne : +4%**, consolidant sa position de leader dans un marché en plus forte croissance
 - Royaume-Uni : croissance dynamique favorisée par l'avancée des expéditions liée à l'augmentation des prix
 - Russie : forte croissance et gains de parts de marché
 - Travel Retail Europe : déclin dans un environnement difficile

¹ Objectif donné au marché le 1^{er} septembre 2016

² ROC : Résultat Opérationnel Courant

³ Décalage des expéditions de juillet à juin 2015 en anticipation de la mutualisation des *back-office* de Pernod et Ricard au 1^{er} juillet 2015



Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2016/17
Communiqué - Paris, 20 avril 2017

- ✓ **Diversification des sources de croissance :**
 - **Marques Stratégiques Internationales : +4%**, avec 11 des 13 marques en croissance
 - **Innovation** représentant ¼ de la croissance du chiffre d'affaires
- ✓ **Mix positif** (vs négatif en FY16) mais *pricing* toujours limité

Les Marques Stratégiques Internationales (+4%) contribuent largement à l'amélioration de la croissance du chiffre d'affaires du Groupe, avec une croissance soutenue de Jameson, une bonne progression de Ballantine's et une amélioration pour Absolut et Martell.

Les Marques Stratégiques Locales sont stables, compte tenu de la décélération temporaire de la croissance des whiskies indiens.

Les Vins Stratégiques ont une croissance dynamique de +7%, tirée par Campo Viejo.

La croissance faciale s'élève à +3% avec un effet de change légèrement négatif sur la période.

Chiffre d'affaires T3

Le chiffre d'affaires pour le 3^e trimestre 2016/17 affiche une croissance légèrement plus modérée, comme anticipé, essentiellement en raison du décalage du NAC¹. Il s'élève à 1 987 M€ avec une croissance interne de +3% et faciale de +7%. Cela résulte de :

- ✓ **Bonne croissance en Amérique : +8%**, avec une amélioration en Amérique Latine et les Etats-Unis en croissance malgré une base de comparaison défavorable
- ✓ **Recul en Asie-Reste du Monde : -2%**, dû au décalage du NAC¹ et à l'impact final de la démonétisation en Inde, comme anticipé
- ✓ **Poursuite d'une bonne croissance en Europe : +7%**, avec une solide croissance en Europe de l'ouest et un dynamisme en Europe de l'est.

A cette occasion, **Alexandre Ricard**, Président-Directeur Général, déclare :

« La croissance de nos ventes de +4% lors des 9 premiers mois de l'exercice 2016/17 est bonne. Dans un environnement incertain, notre stratégie reste cohérente et délivre des résultats tangibles, notamment en termes de diversification de nos sources de croissance.

Ainsi, nous confirmons notre objectif² de croissance interne du Résultat Opérationnel Courant de +2% à +4% pour l'exercice fiscal 2016/17³.»

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

Une présentation détaillée du chiffre d'affaires T3 2016/17 est disponible sur notre site internet : www.pernod-ricard.com

¹ Nouvel An Chinois (NAC) : 28 janvier 2017 vs 8 février 2016

² Objectif donné au marché le 1^{er} septembre 2016

³ Pour l'ensemble de l'exercice 2016/17, l'impact de change est estimé à environ +80 M€ sur le Résultat Opérationnel Courant basé sur les taux moyens de change projetés au 31 mars 2017, notamment un taux EUR/USD de 1,07

Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2016/17

Communiqué - Paris, 20 avril 2017

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 interne

La croissance interne est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change ainsi que des acquisitions et cessions.

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.

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.

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 le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 682 millions d'euros en FY16. 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, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood. Le Groupe compte 18 500 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de Marques » et 85 « Sociétés de Marché » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique.

Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Contacts Pernod Ricard

Julia Massies / Directrice, Communication Financière & Relations Investisseurs	+33 (0)1 41 00 41 07
Sylvie Machenaud / Directrice Communication Externe	+33 (0)1 41 00 42 74
Adam Ramjean / Responsable Relations Investisseurs	+33 (0)1 41 00 41 59
Emmanuel Vouin / Responsable Relations Presse	+33 (0)1 41 00 44 04
Apolline Celeyron / Chargée de Relations Presse	+33 (0)1 41 00 40 97

Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2016/17
Communiqué - Paris, 20 avril 2017

Annexes

Maison des Marques effective au 1er juillet 2016

Marques Stratégiques Internationales



Marques Stratégiques Locales



Vins Stratégiques



A compter du 1^{er} juillet 2016 :

- (1) La segmentation ci-dessus est utilisée pour les communications financières. La même segmentation a été appliquée à FY16 à des fins de comparaison.
- (2) Les Spiritueux en vrac sont alloués par Région en fonction du poids des Régions dans le Groupe.

Chiffre d'affaires 9 mois par Région

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2015/16		Semestre 1 2016/17		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Amérique	1 369	27,6%	1 431	28,3%	62	4%	95	7%	(5)	0%	(28)	-2%
Asie / Reste du Monde	2 019	40,7%	2 040	40,3%	22	1%	52	3%	(0)	0%	(30)	-1%
Europe	1 570	31,7%	1 589	31,4%	19	1%	50	3%	10	1%	(41)	-3%
Monde	4 958	100,0%	5 061	100,0%	103	2%	197	4%	4	0%	(99)	-2%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 3 2015/16		Trimestre 3 2016/17		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Amérique	529	28,5%	602	30,3%	73	14%	43	8%	(0)	0%	31	6%
Asie / Reste du Monde	822	44,3%	837	42,1%	15	2%	(15)	-2%	(0)	0%	30	4%
Europe	504	27,2%	547	27,5%	43	9%	33	7%	(1)	0%	11	2%
Monde	1 855	100,0%	1 987	100,0%	131	7%	61	3%	(1)	0%	72	4%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Fin mars 2015/16		Fin mars 2016/17		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Amérique	1 899	27,9%	2 033	28,9%	135	7%	138	7%	(6)	0%	3	0%
Asie / Reste du Monde	2 841	41,7%	2 878	40,8%	37	1%	37	1%	(1)	0%	1	0%
Europe	2 074	30,4%	2 136	30,3%	62	3%	83	4%	9	0%	(30)	-1%
Monde	6 813	100,0%	7 047	100,0%	234	3%	258	4%	3	0%	(27)	0%

A compter du 1^{er} juillet 2016, les Spiritueux en vrac sont alloués par Région en fonction du poids des Régions dans le Groupe.



Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2016/17
Communiqué - Paris, 20 avril 2017

Impact de change 9 mois 2016/17 sur le Chiffre d'affaires

Effet devises à fin mars 2016/17 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires
		2015/16	2016/17	%	
Dolar américain	USD	1,10	1,09	-1,5%	26
Peso argentin	ARS	12,41	16,68	34,4%	(26)
Yuan chinois	CNY	7,07	7,38	4,4%	(28)
Livre sterling	GBP	0,74	0,86	16,7%	(56)
Autres devises					58
Total					(27)