

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2019/20
Communiqué - Paris, 17 octobre 2019

CROISSANCE MODEREE AU T1, EN LIGNE AVEC LES ATTENTES, SUIVANT UN T1 18/19 TRES FORT A +10,4%

CROISSANCE INTERNE DU CHIFFRE D'AFFAIRES : +1,3% (FACIALE : +4,0%)

**CONFIRMATION DE L'OBJECTIF 2019/20¹ :
CROISSANCE INTERNE DU ROC² ENTRE +5% ET +7%**

Le chiffre d'affaires pour le 1^{er} trimestre 2019/20 s'élève à 2 483 M€, avec une croissance interne de +1,3% :

- **Bon démarrage aux Etats-Unis : +6%**
 - en particulier grâce à l'innovation et favorisé par des ventes anticipées
- **Chine +6% et Inde +3%**
 - bonne croissance avec une base de comparaison très élevée
- **Global Travel Retail : -6%**
 - après un très fort T1 2018/19
- **Bonne croissance en Europe : +3%**
 - grâce à de fortes ventes en Europe de l'Est et un retour à la croissance en Europe de l'Ouest.

La croissance faciale s'élève à +4,0% avec un effet de change positif sur la période, principalement dû au Dollar américain. **Pour l'ensemble de l'exercice 2019/20, un impact de change sur le ROC significativement positif** est attendu³.

Par catégorie, la croissance provient :

- des **Marques Stratégiques Internationales : +3%**, avec une modération de la croissance liée à une forte base de comparaison pour Martell et le Scotch, mais une accélération de Jameson, Beefeater, Malibu et Havana Club
- des **Marques Stratégiques Locales : +2%**, avec une croissance plus modérée due à un T1 2018/19 très fort pour les whiskies indiens Seagram's
- des **Marques « Specialty » : +15%**, poursuite d'une performance très dynamique, particulièrement pour Lillet, Monkey 47, Del Maguey et Altos
- des **Vins Stratégiques : -2%**, léger déclin en raison de la poursuite de la mise en œuvre de la stratégie valeur de Jacob's Creek
- **de l'effet prix : +2%** pour les Marques Stratégiques.

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

« la croissance au T1 est modérée, conformément à nos attentes. Dans un contexte qui demeure particulièrement incertain, nous confirmons notre objectif de croissance interne du Résultat Opérationnel Courant pour l'année 2019/20 de +5% à +7%. »

En outre, Pernod Ricard avait annoncé le 29 août 2019 son intention de mettre en œuvre un programme de rachat d'actions jusqu'à 1Md€ sur les exercices 2019/20 et 2020/21. Dans cette perspective, Pernod Ricard va conclure un contrat d'achat d'actions avec un prestataire de services d'investissements, portant sur une première tranche correspondant à un montant maximal de 150 M€, à un cours n'excédant pas en toute hypothèse le prix maximum fixé par la 12^{ème} résolution adoptée

¹ Objectifs donnés au marché le 29 août 2019

² ROC : Résultat Opérationnel Courant

³ Sur la base de taux projetés au 1^{er} octobre 2019, notamment un taux EUR/USD de 1,09

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2019/20

Communiqué - Paris, 17 octobre 2019

par l'Assemblée Générale des actionnaires du 21 novembre 2018. Il est prévu que la période de rachat débute le 18 octobre 2019 pour une durée pouvant aller jusqu'au 18 décembre 2019 au plus tard. Les actions ainsi rachetées seront annulées.

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

Une présentation détaillée du chiffre d'affaires T1 2019/20 est disponible sur notre site internet : www.pernod-ricard.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 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 9 182 millions d'euros en 2018/19. 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, qui possède 16 marques dans le top 100 des marques de spiritueux, dispose de l'un des portefeuilles les plus prestigieux du secteur avec notamment 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. Les marques de Pernod Ricard sont distribuées à travers plus de 160 marchés, et dans 73 pays par ses propres forces de vente. L'organisation décentralisée du groupe permet à ses 19 000 employés d'agir en tant que véritables ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique à trois ans « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour tous ses actionnaires. Le groupe reste fidèle à ses trois valeurs fondatrices : l'esprit entrepreneur, la confiance mutuelle et un fort sens de l'éthique. Comme illustré par notre feuille de route à 2030 qui soutient les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies, « nous préservons pour partager ». En reconnaissance de son engagement constant en faveur du développement durable et la consommation responsable, Pernod Ricard a reçu la médaille d'or d'Ecovadis et est classé n°1 du secteur boissons par Vigeo Eiris. Pernod Ricard est également une entreprise membre du LEAD Global Compact des Nations Unies. 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
Adam RAMJEAN / Responsable Relations Investisseurs	+33 (0)1 41 00 41 59
Fabien DARRIGUES / Directeur de la Communication Externe	+33 (0)1 41 00 44 86
Emmanuel VOUIN / Responsable Relations Presse	+33 (0)1 41 00 44 04
Alison DONOHOE / Responsable Relations Presse	+33 (0)1 41 00 44 63

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2019/20
Communiqué - Paris, 17 octobre 2019

ANNEXES

Chiffre d'affaires T1 2019/20 par Région

'Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	T1 2018/19		T1 2019/20		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
	Chiffre	%	Chiffre	%	Chiffre	%	Chiffre	%	Chiffre	%	Chiffre	%
Amérique	636	28,7%	674	27,1%	37	6%	14	2%	2	0%	21	3%
Asie / Reste du Monde	1 084	41,1%	1 116	44,9%	32	3%	(4)	0%	4	0%	32	3%
Europe	667	30,2%	694	27,9%	27	4%	21	3%	2	0%	4	1%
Monde	2 387	100%	2 483	100%	96	4%	31	1%	8	0%	57	2%

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

Impact de change au T1 2019/20 sur le Chiffre d'affaires

Effet devises T1 2019/20 (en millions d'euros)	Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires
	T1 2018/19	T1 2019/20	%	
Dollar américain USD	1,16	1,11	-4,4%	29
Livre sterling GBD	0,89	0,90	1,1%	(1)
Yuan chinois CNY	7,92	7,80	-1,4%	5
Roupie indienne INR	81,65	78,31	-4,1%	12
Livre turque TRL	6,60	6,31	-4,4%	1
Autres devises				11
TOTAL				57

Prochaines communications

Date ¹	Événement
Vendredi 8 novembre 2019	Assemblée Générale
Jeudi 28 novembre 2019	Conférence téléphonique EMEA & LATAM
Jeudi 13 février 2020	Chiffre d'affaires et résultats S1 2019/20

1. Les dates ci-dessus sont indicatives et sujettes à changement