



Chiffre d'affaires T3 2023/24  
Communiqué – Paris, 25 avril 2024

**PERFORMANCE SOLIDE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS,  
AMELIORATION DE LA DYNAMIQUE AU T3  
CHIFFRE D'AFFAIRES DU T3 STABLE EN ORGANIQUE ET -2% EN FACIAL  
CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS -2% EN ORGANIQUE ET -6% EN FACIAL**

Cette performance solide reflète la force de notre portefeuille de spiritueux internationaux et premiums large et diversifié, ainsi que de notre exposition géographique équilibrée entre marchés émergents et matures. Ces atouts modèrent en grande partie l'impact du ralentissement de nos activités en Chine, en raison d'un contexte macro-économique difficile, ainsi qu'aux Etats-Unis, dans un contexte d'ajustements des stocks. Le groupe enregistre une bonne performance notamment sur les marchés clés que sont l'Inde et le Global Travel Retail, ainsi qu'au Japon, en Allemagne et en Turquie. L'amélioration de la dynamique au T3 est également notable en particulier en Espagne, au Brésil et en Afrique du Sud.

**Chiffre d'affaires T3 2023/24 de €2,347m**, stable en organique, (+2% hors Russie) et -2% en facial

**Chiffre d'affaires 9M 2023/24 de €8,937**, en recul de -2% en organique (-1% hors Russie) et -6% en facial, avec un effet devises négatif de -€699m<sup>1</sup>, dont environ la moitié est compensée par un effet périmètre positif de +€354m<sup>2</sup>

**Les volumes sont en croissance d'environ +1% au T3, après 4 trimestres consécutifs de baisse. Les volumes sont en recul de -4% sur 9 mois**

**L'effet prix/mix s'établit à +2% sur 9 mois**, avec un fort effet prix de +6% qui toutefois se modère, partiellement compensé par un mix marché négatif

**Par région, (T3/9 mois)**

- **Amériques -7%/-7%:**
  - **Etats-Unis -11%/-8%, accélération des activations des marques, notamment Jameson et des marques récemment acquises**
    - Chiffre d'affaires 9 mois en recul de -8%, avec des ventes des distributeurs (*depletions*) de c.-7% et des sorties consommateurs (*sell-out*) à c.-3% dans une dynamique du marché des spiritueux identique à celle du premier semestre, et la poursuite des ajustements de stocks au T3
    - Gains de parts de marché pour Jameson Original sur ses concurrents directs, avec un investissement marketing record à l'occasion de la fête de la Saint Patrick
    - Bonnes sorties consommateurs (*sell-out*) pour Kahlua, Codigo et Jeffersons
  - **Canada:** globalement stable sur 9 mois et forte croissance au T3 de Jameson, Kahlua & Bumbu

<sup>1</sup> Essentiellement du fait de la dépréciation contre Euro du peso argentin, de la livre turque, du dollar américain, du yuan chinois et de la rupee indienne

<sup>2</sup> Principalement hyperinflation en Turquie et en Argentine, et acquisitions des marques Sovereign Brands, Skrewball, ACE Beverage Group et Código



- **Brésil:** fort rebond au T3 avec une base de comparaison favorable et une demande en amélioration. Croissance de Ballantine's, Absolut et Beefeater
- **Mexique:** léger déclin sur 9 mois, notamment du fait d'une activité touristique moins soutenue impactant le *On-Trade*
- **Europe -6%/-5%, une croissance particulièrement résiliente de +4%/+1% hors Russie**, après un premier semestre 2022/23 en forte croissance, et principalement tirée par l'Allemagne et l'Europe de l'Est
  - **France:** modeste déclin sur 9 mois, avec un T3 en croissance, essentiellement grâce à la bonne performance de Ricard et Bumbu
  - **Espagne:** globalement stable sur 9 mois, T3 en croissance solide bénéficiant d'une base de comparaison favorable, après un premier semestre 2023/2024 impacté par une base de comparaison défavorable liée à la reprise du *On-trade*. Bonne croissance sur 9 mois de Ballantine's, Jameson et Chivas Regal
  - **Allemagne:** forte croissance à deux chiffres sur 9 mois, portée par Absolut, Jameson et Ballantine's avec une base de comparaison plus favorable au T3
  - **Royaume-Uni:** performance en léger déclin sur 9 mois, bonne croissance de Jameson, Kahlua et Malibu
  - **Pologne:** forte croissance sur 9 mois, en particulier grâce à Ballantine's et Jameson
- **Asie et Reste du monde +8%/+2% : Performance dynamique et qui s'accélère** en Asie hors Chine et en Afrique
  - **Inde +8%/+5%, performance forte, diversifiée et en accélération**
    - Forte demande des consommateurs pour les spiritueux
    - Chiffre d'affaires en accélération avec une progression continue des tendances de premiumisation
    - Forte croissance sur 9 mois des marques stratégiques internationales avec Jameson, Absolut et The Glenlivet
    - Forte croissance des marques de whiskies indiens, en particulier Royal Stag et Blenders Pride
  - **Chine -12%/-9% dans un contexte macro-économique difficile**
    - Chiffre d'affaires en recul du fait d'une demande consommateur modérée, conduisant à une performance faible pour le Nouvel An chinois
    - Performance solide de Martell Noblige
    - Forte croissance des marques premiums internationales Jameson, Absolut, Olmeca, Beefeater
  - **Japon:** croissance à deux chiffres sur 9 mois, portée par Perrier-Jouët, Chivas Regal, The Glenlivet and Martell, bénéficiant d'un effet de phasage favorable au T3
  - **Corée du Sud:** en déclin sur 9 mois, meilleure performance au T3 portée par Jameson et Ballantine's
  - **Autre Asie:** forte croissance sur 9 mois du marché taiwanais
  - **Afrique et Moyen-Orient:** forte croissance à deux chiffres sur 9 mois et au T3, en particulier grâce à la Turquie dont les performances de Chivas Regal, Ballantine's et Olmeca sont exceptionnelles ; à l'**Afrique du Sud** avec Jameson et les RTDs et au **Nigeria** qui confirme une très forte croissance avec Martell et Jameson



- **Global Travel Retail +38%/+9%: Amélioration de la demande consommateur (*sell-out*), amplifiée par un effet de phasage et une base de comparaison favorable au T3**
  - Bonne croissance de l'ensemble du portefeuille, notamment de Jameson, Martell et des marques de Scotch
  - Poursuite de la reprise graduelle des voyageurs chinois
  - Effet de phasage favorable au T3, en particulier Travel Retail Asie

#### Par catégories:

- **Marques stratégiques internationales +1%/-3%**, les ajustements des stocks aux Etats-Unis ainsi qu'une performance ralentie en Chine pèsent sur la performance sur 9 mois des marques stratégiques internationales. Parmi les principaux points forts se détachent Martell au Nigeria, Jameson en Inde, en Allemagne et en Corée du Sud, Absolut en Allemagne, en Chine, en Inde et en Turquie ; Chivas Regal en Turquie, au Japon et en Europe occidentale ; Ballantine's en Turquie, en Allemagne et en Pologne; The Glenlivet en Inde, à Taiwan et au Japon; et Royal Salute sur le marché taiwanais
- **Marques stratégiques locales +5%/+4%**, bonne dynamique des whiskies indiens, de Kahlua aux Etats-Unis et au Royaume-Uni et d'Olmecca à travers le monde
- **Marques Specialty -7%/-6%**, impactées par l'ajustement des stocks aux Etats-Unis. Bonnes performances de Bumbu, du Scotch Deacon lancé récemment et de la Tequila Altos
- **Vins stratégiques -9%/-10%**, en raison surtout d'un recul aux Etats-Unis et au Royaume-Uni

#### Perspectives

Suite à la très bonne performance de l'exercice 2022/23 et aux résultats solides des neuf premiers mois 2023/24, Pernod Ricard reste confiant dans son ambition moyen terme, qui vise une croissance du chiffre d'affaires dans le haut d'une fourchette comprise entre +4% et +7% et une expansion de la marge opérationnelle courante de +50 à +60 points de base.

Dans un environnement complexe, Pernod Ricard anticipe pour l'exercice 2023/24 :

- Un chiffre d'affaires dynamique pour le quatrième trimestre, en amélioration par rapport aux neuf premiers mois ; et sur l'ensemble de l'exercice un chiffre d'affaires en organique globalement stable par rapport à l'exercice précédent
- Une priorisation forte des initiatives de *Revenue Growth Management* et d'efficacités opérationnelles
- Un ratio de frais publi-promotionnels sur chiffre d'affaires d'environ 16% et une discipline très stricte sur les frais de structure
- Une croissance interne de la marge opérationnelle courante, avec un ROC en croissance interne de c.1%
- Un effet de change défavorable, partiellement compensé par l'effet périmètre
- Des niveaux d'investissements en stocks stratégiques similaires à l'exercice précédent et des investissements significatifs en CAPEX d'environ 800M€
- Un Free Cash Flow qui reflète le déclin du ROC en facial et l'augmentation des investissements stratégiques
- Rachat d'actions d'environ 300M€ pour l'année 2023/24, avec une première tranche de 150M€ déjà exécutée au premier semestre

#### Dividende

**Un acompte sur dividende de 2,35€ par action** sera détaché le 17 juillet 2024 et **mis en paiement le 19 juillet 2024**. Le montant du dividende final sera soumis au vote des actionnaires réunis en Assemblée générale le 08 novembre 2024.



Pernod Ricard  
Créateurs de convivialité

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.

Ce communiqué est également disponible sur notre site internet : [www.pernod-ricard.com](http://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, des acquisitions et cessions ainsi que des changements dans les principes comptables applicables.
- 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.
- L'impact de l'hyperinflation sur le résultat opérationnel courant réalisé en Turquie 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.
- 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 mondial du secteur des vins et spiritueux, associant des savoir-faire uniques dans la fabrication de ses produits, le développement 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 la croissance 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 12 137 millions d'euros au cours de l'exercice fiscal 2023. Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie des indices CAC 40 et Eurostoxx 50.

## Contacts

Florence Tresarrieu /	Global SVP Relations Investisseurs & Trésorerie	+33 (0) 1 70 93 17 03
Edward Mayle /	Directeur Relations Investisseurs	+33 (0) 6 76 85 00 45
Ines Lo Franco /	Responsable Relations Investisseurs	+33 (0) 6 49 10 33 54
Emmanuel Vouin /	Head of External Engagement	+33 (0) 1 70 93 16 34



Pernod Ricard  
Créateurs de convivialité

## Annexes

Les Tableaux Financiers peuvent être consultés sur [www.pernod-ricard.com](http://www.pernod-ricard.com)

### Prochaines communications<sup>1</sup>

Date	Evènement
16 Mai 2024 15.00 CET	S&R conférence téléphonique
29 Aout 2024 09.00 CET	Chiffre d'affaires et résultats 2023/24

1. Ces dates sont indicatives et susceptibles de changer

### Traduction

**Must-Win markets** : marchés clés

**On-trade** : cafés, hotels, restaurants, clubs

**Off-trade** : principalement grande distribution