



**DEBUT D'ANNEE EN REcul DE -5,9% EN ORGANIQUE ET -8,5% EN PUBLIE,
LARGEMENT IMPACTE PAR LES BAISSSES EN CHINE ET AUX ETATS-UNIS**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre de l'exercice 2024/25 s'élève à 2 783 M€, en recul de -5,9% en organique et -8,5% en publié, impacté par un effet de change négatif de -103M€, principalement dû au peso argentin, à la livre turque, et au naira nigérian, en partie compensé par un impact périmètre positif de +22 M€.

Le début d'année démarre modestement, avec notamment une forte baisse en Chine, où le contexte macroéconomique pèse sur la demande des consommateurs, et une baisse aux Etats-Unis, reflétant la performance des ventes des distributeurs aux consommateurs (*sell-out*) amplifiée par des ajustements de stocks. Le chiffre d'affaires trimestriel est plus faible qu'attendu, le contexte macroéconomique de la Chine affectant également le Travel Retail en Asie. En outre, l'Inde, dont la croissance sous-jacente reste toujours aussi dynamique, a été impactée au premier trimestre par un effet temporaire de séquençement des ventes qui devrait totalement s'inverser au deuxième trimestre. Enfin, les marchés en Europe ont connu une météo mitigée cet été, affectant la performance de ces marchés.

Notre exposition géographique équilibrée nous permet d'enregistrer de solides performances dans plusieurs marchés dans toutes les régions, atténuant ainsi partiellement ces baisses. Ces marchés sont notamment le Japon, le Canada, la Pologne, le Brésil, la Turquie, le Nigeria et le Travel Retail en Europe et en Amérique.

Dans l'ensemble, les volumes sont stables, avec un effet mix/prix de -6% dans un environnement d'effet prix modéré et un mix marché négatif, principalement en raison de la performance aux États-Unis et en Chine.

La performance du chiffre d'affaires des régions, dont les marchés *Must-Win*, est la suivante :

- **Amerique -5%,**
 - **Etats-Unis -10%,**
 - Le marché des spiritueux continue de se normaliser
 - Ventes des distributeurs aux consommateurs (*sell-out*) d'environ -5%, avec le chiffre d'affaires reflétant les ajustements de stocks
 - La performance de Jameson est globalement en ligne avec celle de ses concurrents directs
 - Solides plans d'activation et protection des investissements marketing sur nos marques clés, à l'approche des fêtes de fin d'année
 - Pour l'année, nous prévoyons une amélioration progressive de nos ventes des distributeurs aux consommateurs (*sell-out*)
 - **Canada:** forte croissance, tirée par les boissons prêtes à consommer (RTD) récemment acquises
 - **Brésil:** solide performance, avec une base de comparaison favorable
 - **Mexique:** recul du chiffre d'affaires, en raison notamment d'une activité touristique plus faible impactant le réseau *On-trade* (restaurants, bars, hôtels ..)
- **Asie-Reste du Monde -8%,**
 - **Inde +2%,**
 - Croissance solide, impactée par un séquençement des ventes, qui devrait totalement s'inverser au deuxième trimestre
 - Forte croissance sous-jacente des ventes aux consommateurs (*sell-out*), dans un marché bénéficiant toujours de fondamentaux consommateurs porteurs



- Performance supérieure à celle de l'industrie, consolidant notre position de leader
- Forte performance de Royal Stag, Blenders Pride, Jameson, tous en croissance à deux chiffres
- Une forte croissance est attendue pour l'année entière
- **Chine -26%,**
 - Forte baisse du chiffre d'affaires dans un contexte macroéconomique difficile et une faible demande des consommateurs pendant l'été et lors du *Mid Autumn Festival*
 - Baisse du chiffre d'affaires sur le cognac Martell et les whiskies écossais, tandis que les marques premium, dont Jameson, Beefeater, Kahlúa et Olmeca, enregistrent une forte croissance
 - Suite à l'annonce du MOFCOM de la mise en œuvre de droits de douanes temporaires à compter du vendredi 11 octobre, des mesures sont prises pour en atténuer l'impact sur la performance du groupe
 - Compte tenu du faible contexte économique, nous prévoyons un recul du chiffre d'affaires plus prononcé que celui de l'exercice précédent
- Gains de parts de marché et très bonne croissance au Japon, déclin en Corée du Sud dans un contexte macroéconomique plus faible
- Forte croissance en Afrique et au Moyen-Orient, notamment en Turquie avec Chivas Regal et Ballantine's
- **Europe -3% (hors Russie +1%),**
 - Solide performance en Europe hors Russie, malgré l'impact d'une météo mitigée cet été en Europe de l'Ouest
 - Gains de parts de marché en France, Allemagne et Pologne
 - Solide performance de Ballantine's, Mumm et des boissons prêtes à consommer (RTD)
- **Global Travel Retail +3%,**
 - Forte croissance dans toutes les régions, à l'exception de l'Asie, avec une bonne croissance pour Absolut, Jameson et Ballantine's
 - Le contexte macroéconomique difficile en Chine affecte les dépenses des voyageurs chinois, tendance qui devrait se poursuivre sur l'année entière

Par marques :

- **Marques stratégiques internationales -10%**, principalement dû à Martell en Chine, Royal Salute en Corée du Sud et The Glenlivet aux Etats-Unis
- **Marques stratégiques locales +1%**, avec une poursuite de la bonne dynamique du portefeuille de whiskies Seagram's et de Kahlúa
- **Marques Specialty -9%**, une baisse liée aux Etats-Unis, mais avec de bons résultats pour Bumbu, Redbreast et les whiskeys irlandais Spot Range
- **RTD** : forte croissance à deux chiffres des boissons prêtes à consommer, portée par Absolut et Ace Beverage

Perspectives

Fort de notre portefeuille diversifié et de notre présence géographique équilibrée, nous réitérons avec confiance notre ambition de moyen terme qui vise une croissance organique du chiffre d'affaires dans le haut d'une fourchette comprise entre +4% et +7% et une croissance organique de la marge opérationnelle courante de +50 à +60 points de base.

Pour 2024/25, nous prévoyons un retour à la croissance organique du chiffre d'affaires, avec une reprise continue des volumes, et le maintien de la marge opérationnelle organique.



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

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 organique

- La croissance organique 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 et Argentine 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 de l'industrie des vins et spiritueux, associant des savoir-faire uniques dans la fabrication de ses produits, la construction 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 le développement 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 11 598 millions d'euros au cours de l'exercice fiscal 2023/24. 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 Investor Relations and Treasury	+33 (0) 1 70 93 17 03
Edward Mayle	/ Investor Relations Director	+33 (0) 6 76 85 00 45
Ines Lo Franco	/ Investor Relations Manager	+33 (0) 1 70 93 17 13
Emmanuel Vouin	/ Head of External Engagement	+33 (0) 1 70 93 16 34



Annexes

Les Tableaux Financiers peuvent être consultés sur www.pernod-ricard.com

Prochaines communications

Date (susceptible de changer)	Evenement
8 novembre 2024	Assemblée Générale
13 février 2025	Chiffre d'affaires et résultats S1 2024/25
17 avril 2025	Chiffre d'affaires T3 2024/25

Traduction

Must-Win markets : marchés clés

On-trade : cafés, hotels, restaurants, clubs

Off-trade : principalement grande distribution

Détails de connexion pour la conférence du 17 Octobre 2024

Mis à disposition dans la section média du site internet Pernod Ricard