

Chiffre d'affaires et Résultats S1 2024/25
Communiqué - Paris, 6 février 2025

PLEINEMENT MOBILISES AVEC RESILIENCE ET AGILITE FACE AUX DIFFICULTES CYCLIQUES ACTUELLES

CHIFFRE D'AFFAIRES S1 2024/25 -4% EN ORGANIQUE (-6% EN PUBLIE) RESULTAT OPERATIONNEL COURANT S1 2024/25 - 2% EN ORGANIQUE (-7% EN PUBLIE)

Hausse de la marge opérationnelle courante au premier semestre malgré une baisse du Chiffre d'Affaires et face à des difficultés de natures différentes aux Etats-Unis et en Chine.

- ✓ **Chiffre d'Affaires en recul de -4% en organique au S1 2024/25.** Amélioration séquentielle au T2 avec de bonnes performances dans certains marchés matures et émergents qui compensent partiellement un recul aux Etats-Unis – où les tendances toutefois s'améliorent – et un marché toujours très difficile en Chine.
- ✓ Volumes en hausse avec un effet mix-prix négatif de -6% principalement lié au mix-marchés.
- ✓ **Marge opérationnelle courante en hausse de +65 pdb** grâce au *Revenue Growth Management* et à notre agilité sur les dépenses marketing, renforcée par nos *Key Digital Programs* ainsi que par des gains d'efficacités opérationnelles et une très grande discipline sur les coûts.
- ✓ **Poursuite des initiatives d'efficacités**, totalisant 900 M€¹ depuis l'exercice 2022/23, contribuant à la progression de la marge opérationnelle courante.
- ✓ **Investissements pour soutenir notre croissance durable à long terme** en Capex et en stocks à vieillissement, qui ont atteint leur pic durant l'exercice 2023/24.
- ✓ Amélioration du **Free Cash Flow à 440 M€**.
- ✓ Impact de change défavorable de 110 M€ sur le résultat opérationnel courant au S1. Des effets de change positifs sont anticipés au S2, permettant une amélioration sur l'ensemble de l'exercice par rapport au S1.

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le Chiffre d'Affaires du premier semestre 2024/25 s'élève à 6 176 M€, en recul de -4% en organique et de -6% en publié, impacté par un effet de change négatif de -177M€, principalement dû au Peso argentin, à la Livre turque et au Naira nigérian. Cet impact est en partie compensé par un effet de périmètre positif de +29M€.

Par regions :

- **Amériques -4%,**
 - **Etats-Unis -7%,**
 - Croissance du marché des spiritueux d'environ +1% (incluant les *RTD*, boissons prêtées à boire)
 - Ventes aux consommateurs (*sell out*) des marques Pernod Ricard à -6% environ

¹ Estimation incluant les prévisions pour l'exercice 2024/25

- Sell out sur la période 'OND' (octobre, novembre, décembre) en amélioration sur les marques clés, notamment Jameson
- Poursuite de l'amélioration du sell out attendue au second semestre
- **Canada** : bonne croissance, en particulier pour les RTD et gains de parts de marché
- **Brésil** : en croissance, sur des bases de comparaison favorables, et avec une amélioration de la demande consommateurs. Gains de parts de marché.
- **Mexique** : en baisse malgré une stabilisation du sell out, et gains de parts de marché dans le off-trade.
- **Asie-Reste du Monde -5%**,
 - **Inde +6%**,
 - Croissance forte et diversifiée, reflétant la bonne demande sous-jacente du marché
 - Très forte croissance de Jameson et bonne performance de Ballantine's, The Glenlivet et Royal Salute
 - Bonne croissance des whiskies Seagram's, notamment Royal Stag
 - Poursuite attendue d'une dynamique forte au S2
 - **Chine -25%**,
 - Environnement macro-économique toujours difficile et faible demande consommateurs
 - Forte baisse de Martell et Royal Salute. Bonne croissance des marques premium Absolut, Olmeca et Jameson
 - Premières tendances indiquant un Nouvel An Chinois très faible, forte baisse des présents ('gifting')
 - Conduisant à une baisse plus importante qu'initialement prévue pour l'ensemble de l'exercice
 - Haussse de prix d'environ mid-single-digit pour Martell après le Nouvel An Chinois.
 - Très bonne croissance au Japon et au Vietnam, avec gains de parts de marché. Ventes en recul sur le marché taiwanais malgré des gains de parts de marché. Recul en Corée du Sud, en Chiffre d'Affaires et en parts de marché
 - Très solide performance en Turquie avec Chivas et Ballantine's, en organique et publié
 - Afrique du Sud en légère croissance et gain de parts de marché, dans des conditions macro-économiques difficiles
- **Europe -2% (hors Russie +1%)**,
 - Ventes résilientes en Europe (hors Russie) tirées par la Pologne, la France et l'Irlande
 - Espagne en léger repli, gain de parts de marché sur le Off-Trade
 - Gain de parts de marché en Allemagne malgré une baisse importante dans un contexte de pression accrue sur le pouvoir d'achat
 - Bonnes performances de Bumbu, Ballantine's, Kahlúa, Absolut, Jameson et Chivas accompagnées d'une solide performance des RTD
- **Global Travel Retail -9%**,
 - Croissance en Europe, grâce au trafic aérien, et aux Amériques, grâce aux croisières
 - Faiblesse accrue en Chine, qui s'accélère du fait des mesures techniques dites *anti-dumping* en vigueur depuis début décembre 2024, ayant pour effet la suspension du régime *duty free* pour le Cognac. Important impact négatif attendu au S2.

- Faiblesse en Corée du Sud, en raison de la crise politique et d'un environnement macro-économique dégradé

Par marques:

- **Marques stratégiques internationales -6%,**
 - Martell, en fort déclin contribuant à environ 90% de la baisse totale des ventes du Groupe, du fait de la Chine et du Global Travel Retail
 - Ventes de Jameson stables avec des volumes positifs et une forte croissance en Inde
 - Effet de halo positif des *RTD* sur Absolut, en bonne croissance en Europe
 - Forte performance des marques de whisky écossais Ballantine's et Chivas Regal
- **Marques stratégiques locales +2%,**
 - Bonne progression des whiskies Seagram's, tirée par Royal Stag
 - Kalhúa en croissance dynamique dans l'ensemble des régions
 - Olmeca en croissance à deux chiffres, sur une base de comparaison peu élevée
- **Marques *Specialty* -5%,**
 - Forte hausse de Bumbu, mais catégorie impactée par son exposition aux Etats-Unis
- **RTD +15%,**
 - Bonne croissance de l'ensemble du portefeuille, tirée par les *RTD* Absolut

RESULTATS

Le ROC du premier semestre s'élève à 1 985 M€, en baisse organique de -2%, et de -7% en publié.

- Marge brute en recul de -20 pdb en organique, impactée par un effet mix-marché négatif, une augmentation des promotions, et ce malgré une baisse des coutants grâce aux programmes d'efficacités opérationnelles
- Frais publi-promotionnels à environ 14% du chiffre d'affaires, ajustés aux conditions de marché moins favorables en Chine
- Stricte discipline et amélioration continue des coûts de structure, en baisse de -2% en organique
- Marge opérationnelle courante en hausse de +65 pdb en organique mais en recul de -39 pdb en publié à 32,1%
- Marge opérationnelle courante en publié impactée par un effet de change négatif de -110 M€, un effet périmètre de -2 M€ avec une hyper inflation compensée par les cessions de Clan Campbell et de Becherovka
- Effet de change largement lié à la Livre turque, au Naira nigérian et au Peso argentin. Effet de change positif attendu au S2.

Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 1 274 M€, en baisse de -11%. Taux d'intérêts plus élevés entraînant une augmentation des charges financières courantes, avec un coût moyen de la dette de 3,4%. Impôt sur les opérations courantes en baisse, en ligne avec le résultat opérationnel courant.

Le résultat net part du Groupe de 1 190 M€, en baisse de -24%, incluant des charges d'exploitation non courantes relatives aux projets de transformation du Groupe et des coûts de réorganisation.

Le bénéfice par action (EPS) recule de -11% à 5,06 €, reflétant la baisse du résultat net courant part du Groupe et la hausse des charges financières.

FREE CASH FLOW ET DETTE

Le Free Cash Flow s'élève à 440 M€, en hausse de +139 M€ par rapport au S1 2023/24, bénéficiant d'une amélioration du besoin en fonds de roulement, avec une moindre hausse des créances clients et une amélioration continue de la gestion des stocks de produits finis. Légère réduction des investissements en stocks stratégiques et normalisation des Capex après le pic atteint l'année dernière. Capex principalement centrés sur l'accroissement des capacités de production en Irlande, aux Etats-Unis et en Ecosse, et sur les capacités de stockage (fûts et entrepôts de vieillissement).

Pour l'ensemble de l'exercice 2024/25, nous anticipons des Capex d'environ 700 M€ et une augmentation des stock stratégiques comparable à celle de l'année dernière.

La dette nette augmente de 1 099M€ par rapport au 30 juin 2024 à **12 050 M€**. Le ratio **Dette Nette/EBITDA** au taux moyen² s'élève à **3,5x** au 31 décembre 2024, reflétant la baisse du ROC en publié et la hausse de la dette nette. Une amélioration du ratio d'endettement est attendue avec la normalisation de la croissance du ROC publié et des investissements stratégiques, après le pic atteint l'an dernier, ainsi qu'avec les produits de cessions annoncées. L'activité M&A du S1 comprend principalement l'acquisition de vignobles pour Sainte Marguerite en Provence et l'exercice d'options sur des acquisitions récentes. Impact cash positif attendu sur S2 avec l'encaissement des produits des cessions déjà annoncées.

Perspectives pour l'exercice 2024/25 et mise à jour de notre ambition de moyen terme

Dans un environnement macro-économique difficile et des incertitudes géopolitiques accrues qui impactent le marché des spiritueux, en particulier un contexte qui continue à se dégrader en Chine et dans le Travel Retail Asie pénalisant Martell, nous révisons nos perspectives pour l'exercice 2024/25 et au-delà.

Nous anticipons une baisse organique *low single digit* du chiffre d'affaires 2024/25 tout en stabilisant notre marge opérationnelle organique.

En fonction de l'amplitude des hausses potentielles de tarifs douaniers, l'exercice 2025/26 devrait être une année de transition, avec une amélioration de tendance du chiffre d'affaires en organique. Dans un contexte sans précédent de tensions commerciales, nous nous focalisons sur la protection autant que possible de notre marge opérationnelle organique. Amélioration de la conversion cash.

Sur les exercices allant de 2026/27 à 2028/29, nous anticipons une amélioration de notre croissance organique du chiffre d'affaires dans une fourchette comprise, en moyenne, entre +3% et +6%, ainsi qu'une progression de notre marge opérationnelle organique.

Les initiatives d'efficacités opérationnelles seront poursuivies, afin d'optimiser nos opérations et de simplifier notre organisation, pour un total d'environ 1 Md€ de 2025/26 à 2028/29.

Durant cette période, nous visons à maintenir les investissements en faveur de nos marques, avec un taux de frais publi-promotionnels d'environ 16% du chiffre d'affaires, tout en restant agiles et réactifs pour maximiser les opportunités de croissance par marques et par marchés.

Notre ambition est de continuer à délivrer une forte génération de cash, visant un taux de conversion d'environ 80% et plus pour financer notre politique financière, avec des investissements stratégiques³ qui se normalisent autour de 1Md€ à partir de l'exercice 2025/26.

Nous sommes confiants dans notre stratégie, dans l'agilité de notre modèle opérationnel pour créer de la valeur, ainsi que dans la mobilisation de nos équipes, face aux défis cycliques actuels.

² Basé sur le taux moyen EUR/USD: 1.082 sur l'année calendaire 2024 ³Investissements stratégiques = Capex et hausse des stocks stratégiques



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard s'est réuni le 5 février 2025. Il a examiné les données financières relatives au premier semestre de l'exercice fiscal 2024/2025 et validé le présent communiqué de presse. Ces données financières sont préliminaires, les comptes semestriels devant être arrêtés par le Conseil d'Administration du 12 février 2025. Les procédures d'examen limité par les Commissaires aux Comptes sont en cours.

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 Tresarieu	/ 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)	Evénement
13 février 2025	Publication des comptes audités S1 2024/25
17 avril 2025	Chiffre d'affaires T3 2024/25
15 Mai 2025	Diffusion Web du marché américain
28 Août 2025	Résultats de l'exercice 2025

Traduction

Must-Win markets : marchés clés

On-trade : cafés, hotels, restaurants, clubs

Off-trade : principalement grande distribution

Détails de connexion pour la conférence du 6 Février 2025

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