



Chiffre d'affaires 3e trimestre 2025/26
Communiqué - Paris, 16 avril 2026

UNE DYNAMIQUE QUI S'AMELIORE, SOUTENUE PAR UN CHIFFRE D'AFFAIRES STABLE EN ORGANIQUE AU T3 DANS UN CONTEXTE VOLATIL

CHIFFRE D'AFFAIRES T3 2025/26 +0,1% EN ORGANIQUE (-14,6% EN PUBLIÉ)
CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS -4,4% EN ORGANIQUE (-14,8% EN PUBLIÉ)

Comme attendu, nous enregistrons au troisième trimestre une amélioration séquentielle du chiffre d'affaires en organique par rapport au premier semestre, avec un retour à la croissance des volumes totaux à +4 % et une progression de +3 % des volumes des Marques Stratégiques Internationales. Hors les marchés américain et chinois, en contraction respectivement de -12 % et -7 % sur ce trimestre, le chiffre d'affaires du Reste du Monde affiche une forte croissance de +5 % en organique au T3. Le chiffre d'affaires s'améliore sur cette période dans des marchés présents sur l'ensemble des régions, porté par un fort dynamisme dans les marchés émergents et une poursuite de la croissance dans plusieurs marchés matures.

Nous tirons parti de l'évolution des tendances de consommation pour saisir la croissance, à travers des actions répondant aux tendances et aux besoins des consommateurs, notamment :

- Répondre aux enjeux de pouvoir d'achat par nos initiatives de *Revenue Growth Management*, des formats plus petits, ainsi que par notre proposition en standard et premium,
- Les expériences consommateurs, avec des activations lors de festivals de musique,
- La recherche croissante de praticité (*convenience*) notamment au travers des boissons prêtes à boire (*RTD*) et d'activations ciblées en points de vente,
- L'extension des moments de consommation, avec le lancement de produits sans alcool et à faible degré.

Nous agissons activement sur les leviers que nous contrôlons, en allouant nos ressources avec agilité, en déployant notre programme d'efficacités, en faisant évoluer notre organisation de manière à soutenir notre croissance future et à optimiser la génération de cash.

Le chiffre d'affaires du **3^e trimestre 2025/26 s'élève à 1 945 M€**, en croissance organique de +0,1% et en recul de -14,6% en publié.

Le chiffre d'affaires sur **neuf mois 2025/26 s'élève à 7 199M€**, en recul organique de -4,4% et de -14,8% en publié, avec un effet de change défavorable de -515M€ principalement dû au dollar américain, à la roupie indienne et à la livre turque - et un effet de périmètre de -393M€ principalement lié à la cession des vins et de la division Imperial Blue.

Par région, (Chiffre d'Affaires Organique T3/9 mois):

- **Amériques -8% / -10%**,
 - **États-Unis -12% / -14%**,
 - L'écart en valeur entre nos ventes aux consommateurs (*sell-out*) et le marché¹ s'est maintenu à environ 2 points,
 - Après une période d'Octobre-Novembre-Décembre mitigée, les performances du marché¹ au T3 s'améliorent à -4%, en légère amélioration depuis le début de l'année, avec un circuit On-Trade plus performant que le Off-Trade,

¹ Le marché des spiritueux en format bouteille



- De nombreuses innovations ont permis de recruter de nouveaux consommateurs et d'entretenir la désirabilité de nos marques, avec notamment Jameson Triple Triple, Absolut Tabasco et Malibu Pink.
 - **Canada** : solide croissance sur 9 mois, croissance à deux chiffres au T3 avec une forte progression des boissons prêtes à boire (RTD), du whisky canadien et de Jameson.
 - **Brésil** : retour à la croissance au T3, avec l'atténuation des effets de la crise du méthanol.

- **Asie-Reste du monde +6% / -2%,**
 - **Inde +11% / +6%,**
 - Le marché des spiritueux continue de bénéficier de fondamentaux consommateurs dynamiques,
 - Le T3 bénéficie d'une forte demande des consommateurs, d'une poursuite de la premiumisation et de la cession de la division d'Imperial Blue,
 - L'ensemble du portefeuille est en croissance, avec une forte progression à deux chiffres pour les spiritueux importés, notamment Jameson, Absolut et les marques de Scotch,
 - Forte croissance des marques locales, en particulier grâce à Blenders Pride, et au lancement de la nouvelle gamme de spiritueux « Xclamat!on ».

 - **Chine -7% / -24%,**
 - Le contexte macroéconomique demeure difficile avec un faible moral des consommateurs et dans un environnement réglementaire durci,
 - Le chiffre d'affaires au T3 a bénéficié d'un Nouvel an chinois plus tardif, même si la performance sous-jacente est restée faible, en ligne avec la prudence commerciale élevée qui prévalait en amont des célébrations,
 - Recul du chiffre d'affaires sur 9 mois de Martell et des Scotch whiskies, mais dynamique positive pour les marques premium.

 - **Corée du Sud** : retour à la croissance au T3,
 - **Japon** poursuite d'une solide dynamique sur 9 mois, avec une croissance à deux chiffres pour Perrier-Jouët,
 - **Afrique et Moyen Orient**: croissance à deux chiffres sur 9 mois, portée par la Türkiye, le Nigéria et l'Afrique du Sud. Nous suivons de près l'évolution du conflit au Moyen-Orient, et nous anticipons un impact sur le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'exercice.

- **Europe +1% / -2%,**
 - Retour à la croissance au T3, solide performance de Bumbu, Perrier-Jouët et Jameson,
 - **France** : recul sur 9 mois, atténué au T3,
 - **Espagne** : forte croissance au T3, bénéficiant d'un calendrier de Pâques avancé,
 - **Allemagne** : recul sur 9 mois, dans un marché atone mais en amélioration,
 - **Pologne** : globalement stable sur 9 mois, T3 impacté par le séquençage des ventes.

- **Global Travel Retail +11% / +2%,**
 - Le trafic passager poursuit sa croissance dans toutes les régions, au-delà des niveaux pré-Covid,



- Rebond du chiffre d'affaires grâce à la reprise des ventes de Cognac dans le duty free chinois,
- Croissance du *sell-out* à deux chiffres pour Martell lors du Nouvel an chinois en Asie duty free, soutenu par une forte activation marketing,
- La dynamique du *sell-out* reste positive en Europe et aux Amériques, notamment dans le canal croisières en Amérique,
- Le chiffre d'affaires du Global Travel Retail est désormais attendu en légère baisse sur l'exercice 2025/26, en raison d'un trafic passager perturbé lié au conflit au Moyen-Orient.

Par marques (Chiffre d'Affaires Organique T3/9 mois):

- **Marques stratégiques internationales +2% / -5%** avec une forte croissance de Ballantine's, Royal Salute et Malibu au T3, tandis que Perrier-Jouët poursuit une performance exceptionnelle sur 9 mois.
- **Marques stratégiques locales +1% / -1%** avec une solide croissance de Royal Stag, Blenders Pride et 100 Pipers sur 9 mois,
- **Marques "specialty" -9% / -8%** avec une croissance à deux chiffres pour Bumbu et Codigo sur 9 mois, contrebalancée par la faible performance de Lillet,
- **Marques prêtes à boire (RTD) +26% / +16%** avec une croissance solide et diversifiée géographiquement sur l'ensemble du portefeuille.

Perspectives 2025/26

Dans un contexte qui demeure volatil et incertain, nous réaffirmons que l'exercice 2025/26 est une année de transition avec une amélioration des tendances au deuxième semestre. Comme attendu, le chiffre d'affaires s'est nettement amélioré au T3.

Nous anticipons désormais une baisse du chiffre d'affaires en organique comprise entre -3 % et -4 % sur l'ensemble de l'exercice, en raison du conflit en cours au Moyen-Orient.

Nous poursuivons nos investissements pour accroître la désirabilité de nos marques grâce à une allocation de ressources optimisée, une efficacité renforcée, des innovations et des expériences, avec un ratio de frais publi-promotionnels maintenu à environ 16%.

Nous préserverons notre marge opérationnelle organique autant que possible, notamment grâce à un strict contrôle des coûts et à l'exécution de notre programme FY26 à FY29 d'efficacités opérationnelles pour un montant de 1Md€, et la mise en place d'une organisation adaptée aux enjeux de demain. Nous prévoyons de réaliser un tiers de notre programme d'efficacités d'ici la fin de l'exercice 2025/26.

Notre ambition est de continuer à délivrer une forte génération de cash, avec des investissements stratégiques maintenant révisés à c.700 M€, et une optimisation du besoin en fonds de roulement

Nous visons une conversion cash d'environ 80% et plus à partir de l'exercice 2025/26.

Nous prévoyons un impact de change significativement négatif²

Moyen Terme 2026/27-2028/29

Tirant profit de notre position géographique unique, étendue et équilibrée et de notre portefeuille diversifié de marques de spiritueux premium internationaux

Amélioration attendue de notre croissance organique du chiffre d'affaires dans une fourchette

² Basé sur les taux Spots actuels



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

comprise, en moyenne, entre +3% et +6% p.a³, ainsi qu'une progression de notre marge opérationnelle organique.

Hausse de la marge opérationnelle organique soutenue par des mesures d'efficacité de 1 Md€ entre 2025/26 et 2028/29, générée par l'optimisation des Opérations et la mise en place d'une organisation adaptée aux enjeux de demain.

Maintien des investissements conséquents au service de nos marques avec un ratio investissements publi-promotionnels/CA d'environ 16%, avec agilité et réactivité afin de maximiser les opportunités au niveau des marques comme des marchés.

Forte génération de cash visant un ratio de conversion d'environ 80% et au-delà pour financer les priorités de notre politique financière, dont nos investissements stratégiques⁴ qui se normalisent à hauteur maximale d'environ 800 M€ par an.

Notre objectif est de réduire notre levier d'endettement et de ramener notre ratio de Dette Bette/EBITDA sous le seuil de 3 d'ici l'exercice fiscal 2028/29.

Nous sommes confiants dans notre stratégie, dans notre modèle opérationnel et dans l'engagement de nos équipes pour générer une croissance durable de la valeur sur le long terme.

Dividende

Un acompte sur dividende de 2,35€ par action sera détaché le 22 juillet 2026 pour une mise en paiement le 24 juillet 2026. Le dividende final sera soumis au vote des actionnaires lors de l'Assemblée générale du 20 novembre 2026.

³ Par an

⁴ Investissements stratégiques = Capex + Stocks stratégiques



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 interne est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change, des acquisitions et cessions, des changements dans les principes comptables applicables ainsi que de l'hyperinflation.
- 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 et en ajoutant la variation des écarts de change reportés dans l'exercice en cours et dans 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.
- 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.
- 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

Conversion Cash

La cash conversion est calculée en divisant le « Cash Flow » opérationnel courant par le résultat opérationnel courant. Le « Cash Flow » opérationnel courant correspond à la capacité d'autofinancement courante avant intérêts financiers et impôts, augmentée de la variation du besoin en fonds de roulement opérationnel courant, de la variation des stocks stratégiques, ainsi que des « Capex ».

Ratio Dette Nette sur EBITDA

L'endettement financier correspond au total de l'endettement financier brut tenant compte des dettes locatives, diminué de la trésorerie et équivalents de trésorerie.

L'EBITDA est calculé à partir du résultat opérationnel courant et en retraitant les dépréciations et les dotations nettes aux amortissements sur actifs immobilisés.

Le ratio dette nette sur EBITDA est calculée à partir de l'EBITDA sur les douze derniers mois glissants et de la Dette Nette convertie aux taux de change moyens des douze derniers mois.



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

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 10 959 millions d'euros au cours de l'exercice fiscal 2024/25. Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'index CAC 40.

Contacts

Joelle Ferran	/ Global VP, Investors Relations & Financial Communication	+33 (0) 1 70 93 25 37
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)	Événements
28 Mai 2026	US Market Webcast
27 Août 2026	Résultats de l'exercice 2025/26

Traduction

Must-Win markets : marchés clés
On-trade : cafés, hotels, restaurants, clubs
Off-trade : principalement grande distribution

Détails de connexion pour la conférence du 16 avril 2026

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