

Chiffre d'affaires 1^{er} Trimestre 2025/26
Communiqué - Paris, 16 octobre 2025

DEBUT D'ANNEE EN RECUIL COMME ANTICIPE DE -7,6% EN ORGANIQUE ET -14,3% EN PUBLIE, IMPACTE PAR LES BAISSSES EN CHINE ET AUX ETATS-UNIS

Le chiffre d'affaires du premier trimestre de l'exercice 2025/26 s'élève à 2 384 M€, impacté par un effet de change négatif de -143M€, principalement dû au dollar américain, à la roupie indienne et à la lire turque, et à l'impact périmètre négatif de -54 M€ principalement lié à la cession des vins.

La performance des ventes des distributeurs aux consommateurs (*sell-out*) aux Etats-Unis qui se rapproche de celle du marché, constitue un signal encourageant. Le chiffre d'affaires aux Etats-Unis est en recul au T1, amplifié par des ajustements de stocks. Le chiffre d'affaires en Chine a fortement reculé, dans un contexte macroéconomique qui pèse sur le moral et la demande consommateurs, auquel se sont rajoutés des ajustements de stocks. En Inde, la croissance sous-jacente reste toujours aussi dynamique à l'exception de l'État du Maharashtra, où la demande est impactée par le changement des droits d'accises. Le chiffre d'affaires du Global Travel Retail est en déclin, avec le bénéfice de la reprise de nos ventes de Cognac dans le Duty Free chinois attendu au T2.

Notre exposition géographique équilibrée nous permet d'enregistrer de solides performances sur plusieurs marchés dans la plupart des régions, que ce soit en Asie, Afrique, Moyen-Orient, Amérique du Nord ou en Europe. Ces performances positives contribuent à atténuer partiellement le recul observé sur nos marchés principaux. Les marchés en croissance au T1 sont notamment le Canada, la Turquie, le Japon et l'Afrique du Sud.

L'effet mix/prix est fortement impacté par le mix marché défavorable. Les volumes sont en déclin dans certains marchés clés, notamment les Etats-Unis et la Chine en raison d'ajustements de stocks ; et en Inde, en raison du changement des droits d'accises dans l'État du Maharashtra.

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

- **Amériques -12%,**
 - **Etats-Unis -16%,**
 - Ventes des distributeurs aux consommateurs (*sell-out*) résiliente, avec notre performance qui continue de se rapprocher de celle du marché
 - Le marché des spiritueux reste atone
 - Les marques clés telles que Jameson, Absolut et Kahlúa performant mieux que leurs concurrents
 - Solides plans d'activation et investissements marketing soutenus sur nos marques clés, à l'approche des fêtes de fin d'année
 - **Canada:** forte croissance, tirée en particulier par les boissons prêtes à boire (*RTD*) récemment acquises, ainsi que Jameson et Absolut
 - **Brésil:** en déclin, impacté principalement par un séquençement des ventes
 - **Mexique:** fort recul du chiffre d'affaires, en raison d'une faible demande consommateur
- **Asie-Reste du Monde -7%,**
 - **Inde +3%,**
 - Performance soutenue par une demande consommateur dynamique, mais le chiffre d'affaires est impacté par le changement de politique d'accise dans l'État du Maharashtra entré en vigueur en juillet
 - L'augmentation de 50% des droits d'accises impacte significativement la demande consommateur
 - Forte croissance des ventes de Royal Stag et des marques internationales, avec Jameson en tête



- Pour l'année, nous prévoyons que le changement des droits d'accises dans l'État du Maharashtra continue à peser sur la performance du chiffre d'affaires, malgré la poursuite des tendances sous-jacentes favorables et dynamiques
- **Chine -27%,**
 - Les ventes se sont contractées dans un contexte macroéconomique difficile
 - Faible demande des consommateurs pendant l'été et en amont du *Mid Autumn Festival*
 - Le canal *On-Trade* est particulièrement impacté
 - Le chiffre d'affaires est également impacté par des ajustements de stocks comme anticipé
 - Le chiffre d'affaires sur le cognac reste en forte baisse, tandis que les marques premium continuent de croître au T1, notamment Jameson
 - Nous restons prudents quant à la demande consommateur, à l'approche de la période importante du Nouvel An chinois
- Le **Japon** continue sa forte croissance. Ralentissement du déclin en **Corée du Sud**. Forte baisse sur le **marché taiwanais** dans un contexte macro-économique difficile
- Forte croissance en Afrique et au Moyen-Orient, notamment en **Turquie** avec Ballantine's et Chivas Regal, et en **Afrique du Sud** avec Martell
- **Europe -4%,**
 - Retour à la stabilité en **Espagne**, le déclin de l'**Allemagne** s'est atténué, la **France** et le **Royaume-Uni** diminuent légèrement
 - Performances exceptionnelles de Perrier-Jouët et Bumbu, Kahlúa en forte croissance
- **Global Travel Retail -15%,**
 - A la suite de la résolution en juillet de l'enquête antidumping sur le Cognac, la suspension des ventes du Cognac dans le duty free chinois a été résolue, avec une amélioration du chiffre d'affaires attendue à partir du T2
 - Le Travel Retail en Asie, en dehors de la Chine, reste faible, notamment en Corée du Sud, qui est affecté par la faiblesse du marché domestique
 - En Europe et aux Amériques, forte croissance de la performance sous-jacente pendant l'été, tandis que le chiffre d'affaires est impacté par le séquençage des ventes
 - Retour à la croissance attendu pour l'exercice 2025/26

Par marque :

- **Marques stratégiques internationales -9%**, principalement du fait de Martell en Chine, Jameson et Absolut aux Etats-Unis impactés par des ajustements de stocks, Ballantine's dans le Travel Retail en Corée du Sud, et Royal Salute dans le marché taiwanais
- **Marques stratégiques locales -4%**, Olmeca et Kahlúa affichent une forte dynamique, Royal Stag est en croissance, le reste du portefeuille des whiskies Seagram's est en déclin
- **Marques Specialty -5%**, une baisse tirée par la performance du marché des Etats-Unis, bien que les résultats de Bumbu et du portefeuille d'agave soient bons, particulièrement Código et Del Maguey
- **RTD +10%**: forte croissance sur l'ensemble du portefeuille

Perspectives 2025/26

Nous prévoyons que l'exercice 2025/26 soit une année de transition avec une amélioration des tendances en chiffre d'affaires organique, se matérialisant au deuxième semestre.

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 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.

Notre ambition est de continuer à délivrer une forte génération de cash, avec des investissements stratégiques inférieurs à 900 M€, une optimisation du besoin en fonds de roulement, et une amélioration de la conversion cash comparée à 2024/25.

Nous prévoyons un impact de change significativement négatif¹

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 comprise, en moyenne, entre +3% et +6%, 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 stratégiques qui se normalisent pour un montant inférieur à 1Md€.

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.

¹ Basé sur les taux Spots actuels

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 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

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)	Evènement
27 octobre 2025	Assemblée Générale
19 février 2026	Chiffre d'affaires et résultats S1 2024/25
16 avril 2026	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 16 Octobre 2025

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