



**Très bonne performance, supérieure à l'objectif initial**

**Chiffre d'affaires : +7%<sup>(1)</sup>  
Résultat opérationnel courant : +8%<sup>(1)</sup>  
Résultat net part du Groupe : +10%  
Forte réduction de la dette nette à 9 milliards d'euros**

- **Chiffre d'affaires : 7 643 M€ (+8%, croissance interne +7%)**
- **Investissements publi-promotionnels : 1 441 M€ en hausse de +11%<sup>(1)</sup> soit 18,9% du CA vs 17,8% en 2009/10**
- **Résultat opérationnel courant: 1 909 M€ (+6%, croissance interne +8%)**
- **Résultat net courant part du Groupe : 1 092 M€ (+9%)**
- **Résultat net part du Groupe : 1 045 M€ (+10%), pour la première fois au-dessus de la barre d'un milliard d'euros**
- **Forte réduction de la dette de (1 546) M€ à 9 038 M€**
- **Amélioration du ratio<sup>(2)</sup> Dette Nette / EBITDA : 4,4 au 30/06/11 vs 4,9 au 30/06/10**

#### **Communiqué - Paris, 1<sup>er</sup> septembre 2011**

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 31 août 2011 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes de l'exercice 2010/11, clos au 30 juin 2011.

En 2010/11, dans un contexte de reprise de la consommation sur ses marchés, Pernod Ricard a démontré **l'efficacité de sa stratégie** qui lui a notamment permis de **dépasser ses objectifs financiers**, avec :

- ✓ un dynamisme de son activité et **un record historique des volumes pour le Top 14 et pour 7 de ses marques**
- ✓ un **soutien publi-promotionnel renforcé** et de nombreuses initiatives en matière d'**innovation**
- ✓ une **accélération de la croissance interne de son résultat opérationnel courant à +8%** (+4% en 2009/10 et objectif initial 2010/11 de +6%) avec une progression<sup>(1)</sup> dans chacune des régions du Groupe
- ✓ la **poursuite de son désendettement et de son refinancement**



## Chiffre d'affaires

### ➤ Chiffre d'affaires annuel et du quatrième trimestre 2010/11 :

Le chiffre d'affaires annuel s'élève à **7 643 M€** (hors droits et taxes), soit une **progression soutenue de +8%**, qui résulte :

- ✓ d'une **croissance interne de +7%**, avec une reprise sur les **marchés matures à +1,5%<sup>(1)</sup>** et le retour à une très forte croissance sur les **marchés émergents à +17%<sup>(1)</sup>**,
- ✓ d'un **effet devises favorable de 277 M€, soit +4%** sur l'ensemble de l'exercice, mais qui s'est réduit sur le second semestre puisqu'il atteignait 325 M€ à l'issue du premier semestre,
- ✓ et d'un **effet périmètre de -2%**, principalement lié à la cession de certaines activités scandinaves, espagnoles et néo-zélandaises.

Au **4<sup>ème</sup> trimestre 2010/11**, le **chiffre d'affaires** consolidé s'établit à **1 741 M€**, en léger recul de -1%, soit une croissance interne de +6%, un effet devises de -5% et un effet périmètre de -2%. Ce 4<sup>ème</sup> trimestre s'inscrit dans la tendance observée sur les neuf premiers mois de l'exercice avec une croissance soutenue du Top 14 (+8%<sup>(1)</sup>), un très fort développement sur les marchés émergents (+20%<sup>(1)</sup>) et une stabilité<sup>(1)</sup> de l'activité sur les marchés matures.

### ➤ Régions :

**Toutes les régions sont en croissance :**

- ✓ **L'Asie/Reste du Monde**, en croissance de +19% (croissance interne de +15%), reste le premier relais de croissance du Groupe, principalement grâce à l'Asie (Chine, Inde, Vietnam, Taïwan et marchés Duty Free notamment). La croissance est également très forte en Afrique/MO et en Turquie. L'activité progresse de +3%<sup>(1)</sup> sur l'exercice au Japon, avec un impact du tsunami moins important qu'anticipé (chiffre d'affaires à -7%<sup>(1)</sup> au 4<sup>ème</sup> trimestre).
- ✓ **L'Amérique** est en progression de +8%, soit une croissance interne de +5%. Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires progresse de +2%<sup>(1)</sup>, avec le retour à la croissance d'Absolut et la poursuite du succès de Jameson. Le chiffre d'affaires est également en progression sur tous les autres marchés de la région à l'exception du Venezuela. L'activité au Brésil progresse de +12%<sup>(1)</sup>, tirée par le top 14 (+41%<sup>(1)</sup>), notamment grâce aux succès d'Absolut et des Scotchs whiskies.
- ✓ **En Europe hors France**, la tendance est en nette amélioration, avec une activité stable<sup>(1)</sup> sur l'ensemble de l'exercice (contre -5% en 2009/10). Ceci résulte d'une reprise vigoureuse en Europe de l'Est et en Europe Centrale (+9%<sup>(1)</sup>) ainsi que d'un léger recul en Europe Occidentale (-2%<sup>(1)</sup>) principalement lié à deux marchés : la Grèce (-33%<sup>(1)</sup>) et l'Espagne (-5%<sup>(1)</sup>). L'activité en Europe Occidentale est néanmoins en nette amélioration par rapport à l'exercice précédent (-5%<sup>(1)</sup>).
- ✓ **En France**, le chiffre d'affaires progresse de +4%<sup>(1)</sup> grâce aux performances commerciales des marques du Top 14 et en particulier de Ricard, Ballantine's, Mumm, Chivas, Havana Club, Perrier-Jouët, Jameson et Absolut.

### ➤ Marques :

Les **volumes du Top 14** (58% du chiffre d'affaires du Groupe), **progressent de +6%** et atteignent un **record historique** sur l'exercice, tout comme sept de ses marques : **Absolut, Chivas, Jameson, Havana Club, Martell, Royal Salute** et **The Glenlivet**. **En valeur<sup>(1)</sup>**, les **marques du Top 14 progressent de +10%** et cinq d'entre elles enregistrent une progression<sup>(1)</sup> à deux chiffres : **Royal Salute (+27%), Martell (+22%), Jameson (+20%), Perrier Jouët (+17%)** et **The Glenlivet (+14%)**. Seule **Kahlua** est en léger recul à **-1%<sup>(1)</sup>** (mise en œuvre en cours d'exercice de la nouvelle campagne publicitaire « Delicioso »).



**Les marques de vins premium prioritaires** progressent de +0,4%<sup>(1)</sup>, les croissances soutenues de **Campo Viejo** et de **Graffigna** compensant les légers reculs de **Jacob's Creek** et de **Brancott Estate**. La stratégie « valeur » mise en œuvre sur ces marques permet de générer une contribution en hausse de +6%<sup>(1)</sup> sur l'exercice.

Les **18 marques-clé locales de spiritueux** poursuivent leur croissance et progressent globalement de **+3% en valeur**<sup>(1)</sup>, tirées par les marques locales de whisky en Inde à +30%<sup>(1)</sup>. La performance globale est néanmoins pénalisée par les reculs de **Seagram's Gin** aux Etats-Unis (-12%<sup>(1)</sup>) et de **100 Pipers** en Thaïlande (-13%<sup>(1)</sup>).

**Les marques premium**<sup>(3)</sup> représentent **71%** du chiffre d'affaires du Groupe sur l'exercice 2010/11, en hausse de deux points par rapport à l'exercice précédent.

### Marge brute et investissements publi-promotionnels

**La marge brute (après coûts logistiques) atteint 4 610 M€, en progression de +8%**<sup>(1)</sup>, avec un **ratio marge brute / chiffre d'affaires** qui s'améliore fortement à **60,3%** en 2010/11 contre 59,6% sur l'exercice précédent (+75 pb). Ceci résulte d'un effet mix favorable lié à une hausse de la part du Top 14 et des qualités supérieures notamment sur Martell, Ballantine's et Chivas, de hausses tarifaires (en moyenne +1,5% sur le Top 14) et d'une bonne maîtrise des coûts (en moyenne +1,5%).

**Les investissements publi-promotionnels sont en hausse de +11%**<sup>(1)</sup> à (1 441) M€. Comme annoncé, Pernod Ricard a accru significativement le soutien de ses marques avec un **ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires de 18,9%**. 76% des investissements sont concentrés sur le **Top 14, qui bénéficie d'un ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires de 24,7%** en 2010/11 contre 24,3% sur l'exercice précédent. Les investissements sont orientés en priorité sur les marchés émergents qui représentent 54% de leur croissance globale.

### Frais de structure

**Les frais de structure** sont en hausse de +5%<sup>(1)</sup> à (1 260) M€, soit une progression inférieure à celle du chiffre d'affaires. Ceci résulte d'une allocation des moyens en fonction du potentiel de croissance des marchés. Le réseau commercial a ainsi été fortement renforcé sur les marchés émergents : Chine (+24%<sup>(1)</sup>), Inde (+29%<sup>(1)</sup>), Russie (+23%<sup>(1)</sup>), Brésil (+17%<sup>(1)</sup>). Deux filiales ont été créées au Vietnam et en Afrique Sub-saharienne. Dans le même temps, les frais de structure ont légèrement baissé<sup>(1)</sup> en Europe Occidentale. Au total, le **ratio frais de structure / chiffre d'affaires s'établit à 16,5%** sur l'exercice 2010/11, en baisse de 15 pb à changes et périmètre constants et en hausse faciale de 10 pb du fait de l'impact des cessions.

### Résultat opérationnel courant

**Le résultat opérationnel courant progresse de +8%**<sup>(1)</sup> à **1 909 M€**, soit deux fois le taux de croissance de l'exercice 2009/10 (+4%<sup>(1)</sup>) et une progression supérieure à l'objectif de +6%<sup>(1)</sup> annoncé en début d'exercice. Le **taux de marge opérationnelle s'élève à 25,0%**, en progression de 28 pb par rapport à l'exercice précédent (hors effets de change et périmètre), en dépit de la forte hausse du ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires.

Sur l'ensemble de l'exercice 2010/11, **l'effet devises** sur le résultat opérationnel courant 2010/11 s'établit à **25 M€**, avec un effet favorable de 98 M€ sur le 1<sup>er</sup> semestre et un effet défavorable de (73) M€ sur le 2<sup>nd</sup> semestre. **L'effet périmètre de (49) M€ sur le résultat opérationnel courant 2010/11** est notamment lié aux cessions d'activités en Espagne, en Scandinavie et en Nouvelle-Zélande.



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

**Toutes les régions contribuent à la croissance interne du résultat opérationnel courant**, avec +20%<sup>(1)</sup> en **Asie/Reste du Monde**, +3%<sup>(1)</sup> en **Amérique**, +2%<sup>(1)</sup> en **Europe hors France** et +2%<sup>(1)</sup> en **France**.

**Les pays émergents** constituent un relais de croissance de plus en plus puissant pour le Groupe Pernod Ricard. **Leur part dans le résultat opérationnel courant du Groupe atteint en effet 38%** sur l'exercice 2010/11 contre 33% sur l'exercice 2009/10.

### **Résultat net courant**

**Le résultat financier** courant est une charge de (469) M€, constituée de frais financiers payés sur la dette, stables à (446) M€, et d'autres produits et charges financiers courants pour (23) M€, en baisse par rapport à l'exercice précédent. Ces derniers bénéficient notamment de la réduction des charges financières nettes liées aux engagements de retraite.

Le **coût moyen de la dette** s'établit à **4,7% sur l'ensemble de l'exercice 2010/11** en hausse modérée par rapport aux 4,3% constatés sur l'exercice précédent. Sur la base des taux d'intérêts actuels, **l'objectif pour l'exercice 2011/12** est de maintenir le coût moyen de la dette à un niveau **proche de 5%**.

**L'impôt** sur les éléments courants est une charge de (317) M€, soit un taux courant effectif d'impôt à 22%, en légère hausse par rapport à celui de 2009/10 (20,9%). Enfin, la part des minoritaires et divers s'établit à (31) M€.

Au total, **le résultat net courant part du Groupe atteint 1 092 M€**, en progression de 9% par rapport à l'exercice 2009/10 et le **résultat net courant dilué par action** augmente également de +9%, à 4,12 €/action.

### **Résultat net**

Les **autres produits et charges opérationnels non courants s'établissent à (56) M€** avec des plus-values nettes sur cessions de +19 M€ (certaines activités scandinaves et espagnoles, participation Suntory,...), des dépréciations d'actifs incorporels de (42) M€ (essentiellement relatives aux vodkas polonaises), des charges de restructuration pour (17) M€ et des autres produits et charges non récurrents pour un montant net global de (16) M€. Les **éléments financiers non courants** constituent un produit net de **11 M€**. Enfin, **l'impôt non courant** est une charge nette limitée à **(1) M€**.

En conséquence, **le résultat net part du Groupe atteint 1 045 M€**, en progression de +10% par rapport à l'exercice 2009/10 et pour la première fois franchit la barre du milliard d'euros.



## Endettement

**La dette nette au 30 juin 2011 s'établit à 9 038 M€**, soit une baisse faciale très significative de (1 546) M€ en raison d'une forte génération de cash et d'un écart de conversion très favorable (taux EUR/USD à 1,45 au 30 juin 2011 vs 1,23 au 30 juin 2010).

Le ratio<sup>(2)</sup> **Dette nette / EBITDA** (taux moyen EUR/USD à 1,36) est en forte baisse à **4,4 au 30 juin 2011** contre 4,9 au 30 juin 2010. Le Groupe confirme l'objectif d'un ratio<sup>(2)</sup> **Dette Nette / EBITDA à un niveau proche de 4 au 30 juin 2012**.

Pour rappel, le Groupe a poursuivi avec succès le refinancement de sa dette à des conditions attractives en 2010/11, avec deux financements bilatéraux de **150 millions d'EUR** et **201 millions d'USD** en décembre 2010 et deux émissions obligataires :

- ✓ **1 milliard d'EUR** en mars 2011
- ✓ **1 milliard d'USD** (émission inaugurale aux Etats-Unis) en avril 2011

En conséquence, au 30 juin 2011 :

- ✓ la dette obligataire représente 48% de l'endettement brut, en avance sur le plan de marche pour atteindre l'objectif annoncé de 50%
- ✓ le succès de l'émission inaugurale sur le marché US a permis d'élargir la base d'investisseurs et de sécuriser davantage les échéances de refinancement à venir
- ✓ la maturité pondérée de la dette a été allongée à 3 ans et 7 mois et le profil des remboursements futurs est mieux lissé

## Dividende : 1,44 € / action

Un dividende de 1,44 € / action au titre de l'exercice 2010/11 (en hausse de +7,5% par rapport à celui de l'exercice précédent) sera soumis au vote de l'Assemblée Générale du 15 novembre 2011. Ce dividende correspond à la politique habituelle de distribution en numéraire d'environ 1/3 du résultat net courant.

Compte tenu de l'acompte de 0,67 € / action versé le 6 juillet 2011, le solde à verser s'élève à 0,77 € / action. Ce solde sur dividende sera détaché le jeudi 17 novembre et mis en paiement le mardi 22 novembre 2011.



## Conclusion et perspectives

### Durant l'exercice 2010/11, Pernod Ricard a :

- ✓ renforcé ses positions commerciales, notamment sur les marchés émergents, de nouveau en très forte croissance
- ✓ poursuivi sa stratégie d'innovation et de premiumisation grâce à des investissements soutenus et ciblés
- ✓ accru son taux de marge brute
- ✓ accéléré la croissance interne de son résultat opérationnel courant à +8% (+4% en 2009/10, objectif initial 2010/11 de +6%)
- ✓ poursuivi son désendettement et augmenté la part obligataire de ses financements (EUR & USD)

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général du Groupe : « **Notre remarquable performance sur l'exercice 2010/11 a démontré la pertinence de notre stratégie et de notre modèle décentralisé. Pour l'exercice 2011/12, le démarrage de l'exercice confirme la solidité de nos marchés, et nous poursuivrons notre croissance, en capitalisant sur la force de notre portefeuille de marques, sur la qualité de notre réseau de distribution et sur le puissant levier des marchés émergents** ». Rappelant l'objectif d'un ratio<sup>(2)</sup> dette nette / EBITDA proche de 4 au 30 juin 2012, il ajoute : « **Nous poursuivrons notre désendettement** ».

Pernod Ricard, conformément à sa pratique, communiquera ses **objectifs de résultats pour l'exercice en cours lors de la communication du chiffre d'affaires de son 1<sup>er</sup> trimestre le 20 octobre prochain.**

(1) Croissance interne

(2) Dette Nette calculée en convertissant la part non libellée en EUR aux taux moyens de l'exercice

(3) Prix de vente consommateur > 17 USD pour le spiritueux et > 5 USD pour le vin



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

### **A propos de Pernod Ricard**

*Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 643 millions d'euros en 2010/11. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008).*

*Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka Absolut, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, les liqueurs Kahlúa et Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate (ex-Montana), Campo Viejo et Graffigna.*

*Le Groupe compte près de 18 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 70 « Sociétés de distribution » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits.*

*La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique.*

*Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.*

*Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après vérification du rapport de gestion*

*L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site web [www.pernod-ricard.com](http://www.pernod-ricard.com)*

### **Contacts Pernod Ricard**

Denis FIEVET / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs T : +33 (0)1 41 00 41 71

Stéphanie SCHROEDER / Directrice Adjointe Communication Externe T : +33 (0)1 41 00 42 74

Alison DONOHOE / Relations Investisseurs T : +33 (0)1 41 00 42 14

Florence TARON / Responsable Relations Presse T : +33 (0)1 41 00 40 88



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

## CROISSANCE INTERNE DES MARQUES

	Volumes à fin juin 2009/10 (en millions de caisses de 9 litres)	Volumes à fin juin 2010/11 (en millions de caisses de 9 litres)	Croissance des volumes	Croissance interne du chiffre d'affaires	Effet mix / prix
<b>Absolut*</b>	<b>10,4</b>	<b>11,0</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>0%</b>
<b>Chivas Regal*</b>	<b>4,3</b>	<b>4,6</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>	<b>2%</b>
<b>Ballantine's</b>	<b>5,9</b>	<b>6,3</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>	<b>1%</b>
<b>Ricard</b>	<b>5,4</b>	<b>5,4</b>	<b>-1%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>
<b>Jameson*</b>	<b>2,9</b>	<b>3,4</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>	<b>3%</b>
<b>Malibu</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	<b>-3%</b>
<b>Beefeater</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>
<b>Kahlua</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>-1%</b>	<b>-1%</b>	<b>0%</b>
<b>Havana Club*</b>	<b>3,5</b>	<b>3,8</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>	<b>-2%</b>
<b>Martell*</b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>	<b>11%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>
<b>The Glenlivet*</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>1%</b>
<b>Royal Salute*</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>4%</b>
<b>Mumm</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>1%</b>
<b>Perrier-Jouët</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>14%</b>	<b>17%</b>	<b>3%</b>
<b>Top 14*</b>	<b>42,9</b>	<b>45,6</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>
<b>Jacob's Creek</b>	<b>7,1</b>	<b>6,8</b>	<b>-3%</b>	<b>-1%</b>	<b>3%</b>
<b>Brancott Estate</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>2%</b>	<b>-3%</b>	<b>-5%</b>
<b>Campo Viejo</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>3%</b>
<b>Graffigna</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>
<b>Priority Premium Wines</b>	<b>10,2</b>	<b>10,1</b>	<b>-1%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>

\* record historique en volumes



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

**COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SYNTHETIQUE**

(En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>7 081</b>	<b>7 643</b>	<b>8%</b>
<b>Marge brute après coûts logistiques</b>	<b>4 218</b>	<b>4 610</b>	<b>9%</b>
Frais publi-promotionnels	(1 262)	(1 441)	14%
<b>Contribution après frais publi-promotionnels</b>	<b>2 956</b>	<b>3 169</b>	<b>7%</b>
Frais commerciaux et généraux	(1 160)	(1 260)	9%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 795</b>	<b>1 909</b>	<b>6%</b>
Résultat financier courant	(497)	(469)	-6%
Impôt sur les bénéfices courant	(271)	(317)	17%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(26)	(31)	19%
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>1 001</b>	<b>1 092</b>	<b>9%</b>
Autres produits et charges opérationnelles	(88)	(56)	-36%
Eléments financiers non courants	(10)	11	NA
Impôt sur les bénéfices non courant	48	(1)	NA
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>951</b>	<b>1 045</b>	<b>10%</b>
Résultat net part des minoritaires	27	32	19%
<b>Résultat net</b>	<b>978</b>	<b>1 077</b>	<b>10%</b>

**EFFET DEVISES**

Effet devises à fin juin 2010/11 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC	
		2009/10	2010/11	%			
Dollar américain	USD	1,39	1,36	-2,0%	31	22	
Yuan chinois	CNY	9,50	9,03	-4,9%	33	17	
Roupie indienne	INR	64,93	61,80	-4,8%	20	6	
Won coréen	KRW	1,64	1,54	-6,2%	17	6	
Yen japonais	JPY	127,38	113,22	-11,1%	14	6	
Rouble russe	RUB	42,05	40,39	-3,9%	7	4	
Dollar canadien	CAD	1,47	1,36	-7,1%	16	4	
Ringgit malaisien	MYR	4,71	4,20	-10,8%	6	4	
Peso mexicain	MXN	17,98	16,68	-7,2%	16	4	
Real brésilien	BRL	2,50	2,28	-8,7%	16	4	
Rand sud-africain	ZAR	10,56	9,55	-9,5%	7	3	
Baht thaïlandais	THB	46,14	41,73	-9,6%	14	3	
Dollar taiwanais	TWD	44,85	40,93	-8,7%	6	3	
Dollar singapourien	SGD	1,96	1,76	-9,9%	6	2	
Livre sterling	GBP	0,88	0,86	-2,5%	9	(7)	
Dollar australien	AUD	1,58	1,38	-12,6%	28	(10)	
Couronne suédoise	SEK	10,09	9,12	-9,6%	7	(18)	
Ecart de conversion / couvertures de change						(36)	
Autres devises						25	9
<b>Total</b>						<b>277</b>	<b>25</b>

**EFFET PERIMETRE**

Effet périmètre à fin juin 2010/11 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
Actifs scandinaves	(72)	(20)
Actifs néo-zélandais	(25)	(6)
Actifs espagnols	(19)	(6)
Autres	(58)	(17)
<b>Total effet périmètre</b>	<b>(175)</b>	<b>(49)</b>

**BILAN CONSOLIDE**

<b>Actif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2010</b>	<b>30/06/2011</b>
<b>(En valeurs nettes)</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	17 757	16 332
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 083	2 156
Actifs d'impôt différé	1 307	1 459
<b>Actifs non courants</b>	<b>21 148</b>	<b>19 947</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et en-cours	4 007	3 875
<i>Dont en-cours de biens</i>	<i>3 170</i>	<i>3 150</i>
Créances clients et comptes rattachés (*)	944	904
Autres créances d'exploitation	218	136
Autres actifs courants	49	59
Trésorerie et équivalents de trésorerie	701	774
<b>Actifs courants</b>	<b>5 918</b>	<b>5 748</b>
Actifs destinés à être cédés	42	4
<b>Total actifs</b>	<b>27 107</b>	<b>25 699</b>

(\*) après cessions de créances de :

	435	425
--	-----	-----

<b>Passif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2010</b>	<b>30/06/2011</b>
<b>Capitaux propres Groupe</b>	9 122	9 284
Intérêts minoritaires	216	190
<i>Dont résultat tiers</i>	<i>27</i>	<i>32</i>
<b>Capitaux propres</b>	<b>9 337</b>	<b>9 474</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 599	3 612
Emprunts obligataires non courants	2 893	4 657
Dette financière et dérivés non courants	7 300	5 004
<b>Total passifs non courants</b>	<b>13 792</b>	<b>13 272</b>
Provisions courantes	312	265
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 871	1 884
Autres passifs d'exploitation	25	23
Autres passifs courants	303	361
Emprunts obligataires courants	934	82
Dettes financières et dérivés courants	529	337
<b>Total passifs courants</b>	<b>3 975</b>	<b>2 953</b>
Passifs destinés à être cédés	2	-
<b>Total passifs et capitaux propres</b>	<b>27 107</b>	<b>25 699</b>



Pernod Ricard

*Créateurs de convivialité*

### VARIATION DE LA DETTE NETTE

(En millions d'euros)	30/06/2010	30/06/2011
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 893</b>	<b>1 916</b>
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(48)	32
Résultat Financier et impôts cash	(573)	(734)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(163)	(213)
<b>Free Cash Flow</b>	<b>1 110</b>	<b>1 001</b>
Cessions/acquisitions actifs et divers	91	3
Incidence des variations du périmètre de consolidation	12	
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(123)	(389)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>1 090</b>	<b>614</b>
Incidence des écarts de conversion	(786)	932
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)</b>	<b>304</b>	<b>1 546</b>
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10 888)	(10 584)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(10 584)	(9 038)



**DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Fin juin 2009/10		Fin juin 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	721	10,2%	750	9,8%	30	4%	30	4%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	2 176	30,7%	2 114	27,7%	(63)	-3%	5	0%	(101)	-5%	33	2%
Amériques	1 911	27,0%	2 068	27,1%	157	8%	87	5%	(6)	0%	76	4%
Asie / Reste du Monde	2 273	32,1%	2 711	35,5%	438	19%	337	15%	(67)	-3%	168	7%
<b>Monde</b>	<b>7 081</b>	<b>100,0%</b>	<b>7 643</b>	<b>100,0%</b>	<b>562</b>	<b>8%</b>	<b>459</b>	<b>7%</b>	<b>(175)</b>	<b>-2%</b>	<b>277</b>	<b>4%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 4 2009/10		Trimestre 4 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	195	11,1%	202	11,6%	6	3%	7	3%	(0)	0%	(0)	0%
Europe hors France	490	27,9%	480	27,6%	(10)	-2%	6	1%	(13)	-3%	(4)	-1%
Amériques	543	30,9%	504	29,0%	(39)	-7%	9	2%	(2)	0%	(46)	-8%
Asie / Reste du Monde	527	30,0%	555	31,9%	29	5%	87	17%	(17)	-3%	(41)	-8%
<b>Monde</b>	<b>1 755</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 741</b>	<b>100,0%</b>	<b>(13)</b>	<b>-1%</b>	<b>109</b>	<b>6%</b>	<b>(32)</b>	<b>-2%</b>	<b>(91)</b>	<b>-5%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 2 2009/10		Semestre 2 2010/11		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	324	9,8%	335	10,0%	11	4%	11	4%	(0)	0%	(0)	0%
Europe hors France	929	28,2%	879	26,2%	(51)	-5%	(19)	-2%	(34)	-4%	2	0%
Amériques	911	27,7%	917	27,3%	6	1%	49	5%	(3)	0%	(40)	-4%
Asie / Reste du Monde	1 128	34,3%	1 230	36,6%	102	9%	146	13%	(34)	-3%	(10)	-1%
<b>Monde</b>	<b>3 292</b>	<b>100,0%</b>	<b>3 361</b>	<b>100,0%</b>	<b>69</b>	<b>2%</b>	<b>187</b>	<b>6%</b>	<b>(71)</b>	<b>-2%</b>	<b>(48)</b>	<b>-1%</b>



### DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

#### Monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	7 081 100,0%	7 643 100,0%	562 8%	459 7%	(175) -2%	277 4%
Marge brute après coûts logistiques	4 218 59,6%	4 610 60,3%	392 9%	338 8%	(56) -1%	111 3%
Frais publi-promotionnels	(1 262) 17,8%	(1 441) 18,9%	(179) 14%	(136) 11%	7 -1%	(50) 4%
Contribution après PP	2 956 41,7%	3 169 41,5%	213 7%	201 7%	(49) -2%	61 2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 795 25,4%</b>	<b>1 909 25,0%</b>	<b>113 6%</b>	<b>138 8%</b>	<b>(49) -3%</b>	<b>25 1%</b>

#### Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 273 100,0%	2 711 100,0%	438 19%	337 15%	(67) -3%	168 7%
Marge brute après coûts logistiques	1 263 55,6%	1 559 57,5%	296 23%	240 19%	(20) -2%	76 6%
Frais publi-promotionnels	(424) 18,7%	(531) 19,6%	(106) 25%	(79) 19%	2 0%	(30) 7%
Contribution après PP	839 36,9%	1 029 37,9%	189 23%	161 20%	(18) -2%	47 6%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>566 24,9%</b>	<b>684 25,2%</b>	<b>118 21%</b>	<b>107 20%</b>	<b>(18) -3%</b>	<b>28 5%</b>

#### Amériques

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 911 100,0%	2 068 100,0%	157 8%	87 5%	(6) 0%	76 4%
Marge brute après coûts logistiques	1 193 62,4%	1 277 61,7%	84 7%	59 5%	(4) 0%	29 2%
Frais publi-promotionnels	(332) 17,4%	(379) 18,3%	(47) 14%	(33) 10%	0 0%	(14) 4%
Contribution après PP	861 45,1%	898 43,4%	37 4%	26 3%	(4) 0%	15 2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>541 28,3%</b>	<b>558 27,0%</b>	<b>16 3%</b>	<b>15 3%</b>	<b>(4) -1%</b>	<b>5 1%</b>



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

**DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION**

**Europe hors France**

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 176 100,0%	2 114 100,0%	(63) -3%	5 0%	(101) -5%	33 2%
Marge brute après coûts logistiques	1 234 56,7%	1 228 58,1%	(6) 0%	20 2%	(32) -3%	6 0%
Frais publi-promotionnels	(337) 15,5%	(343) 16,2%	(6) 2%	(5) 2%	5 -1%	(6) 2%
Contribution après PP	898 41,2%	886 41,9%	(12) -1%	14 2%	(27) -3%	0 0%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>501 23,0%</b>	<b>479 22,7%</b>	<b>(23) -5%</b>	<b>11 2%</b>	<b>(27) -5%</b>	<b>(7) -1%</b>

**France**

(en millions d'euros)	Fin juin 2009/10	Fin juin 2010/11	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	721 100,0%	750 100,0%	30 4%	30 4%	(0) 0%	0 0%
Marge brute après coûts logistiques	528 73,2%	546 72,7%	18 3%	19 4%	(0) 0%	(1) 0%
Frais publi-promotionnels	(170) 23,6%	(189) 25,2%	(19) 11%	(19) 11%	0 0%	(0) 0%
Contribution après PP	358 49,6%	356 47,5%	(1) 0%	(0) 0%	(0) 0%	(1) 0%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>187 25,9%</b>	<b>189 25,1%</b>	<b>2 1%</b>	<b>3 2%</b>	<b>(0) 0%</b>	<b>(1) -1%</b>