



Pernod Ricard réalise sa meilleure croissance depuis 2007/08

En synthèse :

En 2011/12, Pernod Ricard a réalisé sa meilleure croissance depuis 2007/08, dépassant les objectifs financiers annoncés.

- ✓ accélération de la croissance du chiffre d'affaires à +8%⁽¹⁾
- ✓ croissance⁽¹⁾ du résultat opérationnel courant à +9% contre un objectif annoncé de « proche de +8%⁽¹⁾ »
- ✓ amélioration significative du taux de marge opérationnelle (+75pb)
- ✓ achèvement du refinancement de la dette et accélération du désendettement avec un ratio⁽²⁾ de dette nette / EBITDA de 3,8 au 30 juin 2012 contre un objectif annoncé de « proche de 3,9 »
- ✓ proposition d'un dividende par action de 1,58 € en hausse de +10%

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général du Groupe : « Au cours de l'exercice 2011/12, le groupe a signé les meilleurs taux de croissance depuis la crise de 2008, qu'il s'agisse de notre activité ou nos profits. C'est le résultat d'une stratégie claire et constante : fort investissement sur nos marques, innovation, premiumisation et expansion géographique. Cette performance découle aussi d'une organisation décentralisée unique, fondée sur la motivation des hommes et des femmes, que nous a léguée Patrick Ricard ». Puis il ajoute : « Malgré les incertitudes économiques, nous sommes confiants quant à la capacité du Groupe à délivrer une solide croissance également sur cette année ».

Conformément à sa pratique, Pernod Ricard communiquera ses **objectifs de résultats pour l'exercice en cours lors de la communication du chiffre d'affaires de son 1^{er} trimestre 2012/13 le 25 octobre 2012.**



Communiqué - Paris, 30 août 2012

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 29 août 2012, a arrêté les comptes de l'exercice 2011/12, clos au 30 juin 2012.

Meilleure croissance depuis 2007/08

- ✓ **Chiffre d'affaires** : 8 215 M€ (+8%⁽¹⁾), soit une croissance faciale de +7%
 - Top 14 : +10%⁽¹⁾
 - Marchés émergents : +17%⁽¹⁾ / Marchés matures : +2%⁽¹⁾
- ✓ **Résultat opérationnel courant** : 2 114 M€ (+9%⁽¹⁾), soit une croissance faciale de +11%
- ✓ **Résultat net courant part du Groupe** : 1 201 M€ (+10%)
- ✓ **Marge opérationnelle** (ROC / chiffre d'affaires) : 25,7%, en progression de **+75 pb**
- ✓ Ratio⁽²⁾ **dette nette / EBITDA** : **3,8** au 30 juin 2012 vs. 4,4 au 30 juin 2011

Chiffre d'affaires

➤ Progression soutenue toujours tirée par les marchés émergents, les marchés matures confirmant leur croissance

Le chiffre d'affaires annuel s'élève à **8 215 M€** (hors droits et taxes), soit une **progression soutenue de +7%**, qui résulte :

- ✓ d'une **croissance interne de +8%**, grâce (i) à la poursuite d'une très forte croissance sur les marchés émergents (+17%⁽¹⁾) et (ii) aux **marchés matures (+2%⁽¹⁾)** en croissance pour la deuxième année consécutive,
- ✓ d'un **effet devises favorable de 51 M€, soit +1%** sur l'ensemble de l'exercice, devenant positif sur le second semestre puisqu'il atteignait (99) M€ à l'issue du premier semestre,
- ✓ et d'un **effet périmètre de -1%**, principalement lié à la cession de certaines activités espagnoles et néo-zélandaises en 2010/11 et canadiennes en 2011/12.

Au **4^{ème} trimestre 2011/12**, le chiffre d'affaires consolidé s'établit à **1 901 M€**, en hausse de +9%, soit :

- ✓ une croissance interne de +4%,
- ✓ un effet devises de +6%,
- ✓ et un effet périmètre de -1%.

Hors effets techniques (déstockage France), la croissance interne du **4^{ème} trimestre** est de +7%, en ligne avec les tendances sous-jacentes du début d'année : +8%⁽¹⁾ au 1^{er} semestre et au 3^{ème} trimestre hors effets techniques (déstockage France et nouvel an chinois).



➤ **Chiffre d'affaires par région : résultats tirés par (i) le fort dynamisme en Asie/Reste du Monde, (ii) la poursuite de la croissance des marques premium en Amérique et (iii) une bonne performance d'ensemble de l'Europe notamment à l'Est**

- ✓ **L'Asie/Reste du Monde**, en croissance de +15%⁽¹⁾, reste le principal moteur de la croissance du Groupe, avec notamment la Chine, l'Inde, le Vietnam, Taïwan et les marchés Travel Retail. La croissance est également très soutenue en Afrique/Moyen-Orient.
- ✓ **L'Amérique** est en progression de +6%⁽¹⁾. Aux Etats-Unis, la croissance accélère à +5%⁽¹⁾ (vs +2%⁽¹⁾ en 2010/11), emmenée par Jameson. On y notera également l'amélioration de la performance d'Absolut au second semestre. L'activité au Brésil progresse de +13%⁽¹⁾, tirée par le Top 14 (+26%⁽¹⁾), notamment grâce aux succès d'Absolut et des Scotch whiskies. En raison d'une réorganisation de la filiale, le Mexique affiche un recul de -12%⁽¹⁾.
- ✓ **L'Europe hors France** enregistre une progression du chiffre d'affaires de +2%⁽¹⁾, avec une bipolarisation très marquée entre l'Est et l'Ouest. En Europe de l'Est, la croissance du chiffre d'affaires s'accélère notablement à +16%⁽¹⁾ (contre +9%⁽¹⁾ en 2010/11), tandis que le chiffre d'affaires de l'Europe de l'Ouest recule de -1%⁽¹⁾ soit une baisse comparable à celle de l'an dernier (-2%⁽¹⁾). Ce recul est principalement imputable à l'Espagne (-4%⁽¹⁾), à l'Italie (-13%⁽¹⁾), à la Grèce (-13%⁽¹⁾) et au Royaume-Uni (-4%⁽¹⁾).
- ✓ **En France**, le chiffre d'affaires diminue de -1%⁽¹⁾ en raison de la baisse de consommation des spiritueux après la hausse des droits (+14% en moyenne) au 1^{er} janvier 2012 impactant particulièrement la catégorie anis. Malgré cette hausse, certaines marques ont affiché de bonnes performances (Absolut +13%⁽¹⁾, Havana Club +13%⁽¹⁾).

➤ **Chiffre d'affaires par marque : record historique pour le Top 14 (60% du Groupe), avec un effet mix-prix très favorable, tiré par Martell et les whiskies**

Les volumes du Top 14, progressent de +3% et atteignent un **record historique** (47,2 millions de caisses de 9l), tout comme huit des marques qui le composent : **Absolut (+3%), Chivas (+7%) Jameson (+15%), Malibu (+6%), Beefeater (+6%), Martell (+10%), The Glenlivet (+15%) et Royal Salute (+20%)**.

En valeur⁽¹⁾, un **effet mix-prix soutenu de +6% permet aux marques du Top 14 de progresser de +10%**. Six de ces marques enregistrent une progression⁽¹⁾ à deux chiffres : **Martell (+25%), Royal Salute (+23%), The Glenlivet (+19%), Jameson (+18%), Perrier Jouët (+14%) et Chivas (+11%)**. Seul Ricard est en recul à -3%⁽¹⁾ (la catégorie anis en France étant fortement impactée par la hausse de droits d'accises).

Les marques de **vins premium prioritaires** progressent en volumes de +2%. Les croissances de **Campo Viejo** et de **Graffigna se poursuivent et Brancott Estate** renoue avec la croissance. Ces bonnes performances compensent le léger recul de **Jacob's Creek**. La stratégie « valeur » mise en œuvre sur ces marques permet de générer une hausse du chiffre d'affaires de +4%⁽¹⁾ sur l'exercice et surtout une **croissance à deux chiffres de la contribution après investissements publicitaires**.

La croissance⁽¹⁾ des **18 marques-clés locales** de spiritueux s'accélère globalement à +8% en valeur. Les whiskies locaux indiens en sont les principaux contributeurs (+26%⁽¹⁾). D'autres marques affichent également des croissances à deux chiffres : **Passport (+22%⁽¹⁾)** qui accélère en profitant de l'émergence de la classe moyenne à laquelle la marque s'adresse tout particulièrement, **ArArAt (+26%⁽¹⁾)**, **Olmecca (+20%⁽¹⁾)** et **Something Special (+15%⁽¹⁾)**. L'année demeure difficile pour **Imperial** et **100 Pipers**.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Les **marques premium**⁽³⁾ représentent désormais **73%** du chiffre d'affaires du Groupe, en hausse de deux points par rapport à l'exercice précédent.

Taux de marge brute en forte amélioration et investissements publi-promotionnels concentrés sur le Top 14

La **marge brute** (après coûts logistiques) atteint 5 047 M€, en progression de **+8%**⁽¹⁾, avec un **ratio marge brute / chiffre d'affaires** qui s'améliore fortement à **61,4%** en 2011/12 contre 60,3% sur l'exercice précédent (**+111 pb**). Ces résultats sont la conjonction :

- ✓ d'un effet mix favorable lié à une hausse du poids du Top 14 et des qualités supérieures notamment avec Martell et Jameson,
- ✓ de hausses tarifaires (en moyenne +3% sur le Top 14),
- ✓ d'une bonne maîtrise des coûts (augmentation de +2% hors effets mix),
- ✓ d'un effet devises favorable.

Les **investissements publi-promotionnels** s'élèvent à (1 571) M€. Leur ratio sur chiffre d'affaires est en légère progression à 19,1% avec plus de trois quarts des investissements concentrés sur le Top 14 (présentant un ratio sur chiffres d'affaires plus élevé que la moyenne du Groupe).

Ils sont orientés en priorité sur les marchés émergents (+11%⁽¹⁾), tandis que les investissements en Europe de l'Ouest sont en baisse de -2%⁽¹⁾.

Renforcement des frais de structure ciblant les marchés émergents, l'innovation et les talents

Les **frais de structure** sont en hausse de +8%⁽¹⁾ à (1 362) M€, soit une progression en ligne avec celle du chiffre d'affaires. Ces moyens sont alloués en fonction du potentiel de croissance des marchés. Les marchés émergents concentrent 63% de l'augmentation⁽¹⁾, avec notamment des renforcements du réseau commercial : Chine (+31%⁽¹⁾), Inde (+27%⁽¹⁾), Russie (+22%⁽¹⁾). Deux filiales ont été créées au Vietnam et en Afrique sub-saharienne. Dans le même temps, les frais de structure en Europe de l'Ouest croissent moins vite que l'inflation. Au total, le **ratio frais de structure / chiffre d'affaires s'établit à 16,6%** sur l'exercice 2011/12, avec une augmentation des investissements dédiés aux projets stratégiques, en particulier à l'innovation (Breakthrough Innovation Group) et à la gestion des talents (Pernod Ricard University).



Résultat opérationnel courant : croissance au-dessus des objectifs, tirée par les marchés émergents

Le **résultat opérationnel courant** augmente de **+9%**⁽¹⁾ à 2 114 M€, avec une forte progression de la marge opérationnelle (+75 pb) grâce à :

- ✓ la premiumisation qui améliore la marge brute,
- ✓ des investissements publi-promotionnels toujours soutenus et concentrés sur les marques les plus rentables (Top 14),
- ✓ des renforcements de structure ciblés sur les équipes commerciales des marchés les plus porteurs (BRIC notamment),
- ✓ un effet devise favorable.

Sur l'ensemble de l'exercice 2011/12, **l'effet devises** sur le résultat opérationnel courant s'établit à **+47 M€**. Il est principalement lié au renforcement du CNY et de l'USD. **L'effet périmètre** est très limité à **(15) M€**.

A l'exception de la France (impactée par la hausse des droits), **toutes les régions contribuent à la croissance** interne du résultat opérationnel courant, avec en particulier :

- ✓ le **dynamisme** toujours très fort de l'**Asie**,
- ✓ une **accélération** aux **Etats-Unis** et en **Europe de l'Est**.

Les pays émergents constituent un relais de croissance de plus en plus porteur pour le Groupe et renforcent encore leur poids : 39% sur l'exercice 2011/12.

Résultat net courant : croissance à deux chiffres

Le **résultat financier** courant est une charge de (509) M€ contre (469) M€ l'an dernier.

Pernod Ricard a délivré en 2011/12 tous les objectifs de sa stratégie de financement (notamment le refinancement de la dette) avec comme conséquence une hausse maîtrisée du coût moyen de la dette à 5,1% pour l'exercice contre 4,7% en 2010/11. Ce coût reste néanmoins inférieur à l'objectif de 5,3% et la nouvelle structure de la dette présente de nombreux avantages :

- ✓ la part obligataire est accrue à plus de 80% ce qui constitue un bon équilibre entre financements bancaires et obligataires dans le contexte actuel,
- ✓ la part à taux fixe (incluant les « collars ») est accrue à plus de 90% pour sécuriser des taux long terme attractifs,
- ✓ la maturité est allongée à plus de 7 ans avec des échéances de remboursement repoussées et mieux étalées,
- ✓ le Groupe dispose d'une ligne non tirée de 1,5 milliard d'euros qui augmente sa flexibilité financière,
- ✓ la structuration de la dette par devise (USD : 57%) permet de maintenir la couverture de change naturelle avec une dette par devise adaptée au cash flow par devise.

L'**impôt sur les éléments courants** est une charge de (377) M€, soit un taux effectif à 23,5%, cohérent avec l'objectif indiqué en février 2012.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Au total, le **résultat net courant part du Groupe** atteint 1 201 M€, en progression de +10% par rapport à l'exercice précédent, largement **tiré par la performance opérationnelle**.

Le **résultat net courant dilué par action** augmente également à **4,53 €** (+10%, en ligne avec la progression du résultat net courant part du Groupe).

Résultat net : en progression de +10% pour la deuxième année consécutive

Les **autres produits et charges opérationnels non courants** s'établissent à **(145) M€** et sont composés de charges de restructuration pour (30) M€ et d'autres produits et charges non courants pour (115) M€. Ces derniers correspondent essentiellement à des dépréciations d'actifs et des litiges & risques.

Les **éléments financiers non courants** constituent une charge de **(39) M€** et sont notamment constitués de pertes de change.

Enfin, l'**impôt non courant** est un produit net de **130 M€**. Il correspond à des éléments techniques principalement liés à l'actualisation des taux d'impôts différés.

En conséquence, le **résultat net part du Groupe** atteint 1 146 M€, en progression de +10% pour la deuxième année consécutive.

Accélération du désendettement

La dette nette s'établit à 9 363 M€ au 30 juin 2012. Hors écarts de conversion la **dette nette** en 2011/12 diminue de (385) M€, soit une baisse comparable à celle de l'an dernier, hors acquisitions et cessions.

Le ratio⁽²⁾ **dette nette / EBITDA** (taux moyen EUR/USD à 1,34) est une nouvelle fois en forte baisse à **3,8 au 30 juin 2012** contre 4,4 au 30 juin 2011. Ayant franchi à la baisse le seuil de 4,0, ce ratio déclenchera une diminution de la marge du crédit syndiqué de 15 pb en 2012/13.

Dividende : progression à deux chiffres à 1,58 €/action

Un dividende de 1,58 €/action au titre de l'exercice 2011/12 (en hausse de +10% par rapport à celui de l'exercice précédent) sera soumis au vote de l'Assemblée Générale du 9 novembre 2012. Ce dividende correspond à la politique habituelle de distribution en numéraire d'environ 1/3 du résultat net courant (taux de distribution : 35%).

Compte tenu de l'acompte de 0,72 €/action versé le 5 juillet 2012, le solde à verser s'élève à 0,86 €/action.

Sous réserve de vote positif à l'Assemblée Générale, ce solde sera détaché le 14 novembre 2012 et mis en paiement le 19 novembre 2012.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Conclusion : la meilleure croissance depuis 2007/08

En 2011/12, Pernod Ricard a dépassé ses objectifs, notamment en :

- ✓ accélérant sa croissance⁽¹⁾ tant en chiffre d'affaires qu'en résultat opérationnel,
- ✓ améliorant significativement son taux de marge opérationnelle,
- ✓ achevant le refinancement de sa dette et poursuivant son désendettement rapide.

Pernod Ricard délivre ainsi sa meilleure croissance depuis 2007/08.

Le **scénario macro-économique pour 2012/13** tient compte :

- ✓ d'un ralentissement du rythme de la croissance mondiale tant dans les pays matures que dans les marchés émergents,
- ✓ d'une situation restant difficile en Europe de l'Ouest (impact des mesures de la réduction des déficits publics),
- ✓ de la poursuite d'une bonne croissance aux Etats-Unis et d'une croissance soutenue dans les marchés émergents.

Dans ce contexte, **Pernod Ricard est confiant sur sa capacité à continuer sa croissance** grâce à :

- ✓ la force de son portefeuille de marques premium, la qualité de son réseau et ses positions de leader sur les marchés émergents les plus porteurs,
- ✓ sa politique d'investissement soutenu derrière les marques et marchés-clés, nourrie par un flux croissant d'innovation et la conquête de nouveaux marchés et occasions de consommation.

Conformément à sa pratique, Pernod Ricard communiquera ses objectifs de résultats pour l'exercice en cours lors de la communication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2012/13 le 25 octobre 2012.

(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 8 215 millions d'euros en 2011/12. 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 (Mnémono : 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

Contacts Pernod Ricard

Jean TOUBOUL / 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



CROISSANCE INTERNE DES MARQUES

	Volumes à fin juin 2010/11 (en millions de caisses de 9 litres)	Volumes à fin juin 2011/12 (en millions de caisses de 9 litres)	Croissance interne du chiffre d'affaires	Dont volumes	Dont effet mix/prix
Absolut*	11,0	11,4	3%	3%	0%
Chivas Regal*	4,6	4,9	11%	7%	4%
Ballantine's	6,3	6,2	0%	-1%	2%
Ricard	5,4	5,2	-3%	-3%	0%
Jameson*	3,4	3,9	18%	15%	3%
Malibu*	3,5	3,8	4%	6%	-2%
Havana Club	3,8	3,8	0%	-2%	2%
Beefeater*	2,4	2,5	7%	6%	0%
Kahlua	1,7	1,7	0%	-1%	1%
Martell*	1,8	1,9	25%	10%	16%
The Glenlivet*	0,7	0,8	19%	15%	4%
Mumm	0,6	0,7	6%	4%	2%
Perrier-Jouët	0,2	0,2	14%	10%	5%
Royal Salute*	0,2	0,2	23%	20%	3%
Top 14*	45,6	47,2	10%	3%	6%
Jacob's Creek	6,9	6,9	2%	-1%	3%
Brancott Estate	1,8	1,9	2%	5%	-2%
Campo Viejo	1,6	1,7	11%	9%	2%
Graffigna	0,3	0,3	28%	3%	25%
Priority Premium Wines	10,6	10,8	4%	2%	2%

* Record historique en volumes



COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SYNTHETIQUE

(En millions d'euros)	30/06/2011	30/06/2012	Variation
Chiffre d'affaires	7 643	8 215	7%
Marge brute après coûts logistiques	4 610	5 047	9%
Frais publi-promotionnels	(1 441)	(1 571)	9%
Contribution après frais publi-promotionnels	3 169	3 476	10%
Frais commerciaux et généraux	(1 260)	(1 362)	8%
Résultat opérationnel courant	1 909	2 114	11%
Résultat financier courant	(469)	(509)	8%
Impôt sur les bénéfices courant	(317)	(377)	19%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(31)	(27)	-13%
Résultat net courant part du Groupe	1 092	1 201	10%
Autres produits et charges opérationnelles	(56)	(145)	NA
Éléments financiers non courants	11	(39)	NA
Impôt sur les bénéfices non courant	(1)	130	NA
Résultat net part du Groupe	1 045	1 146	10%
Résultat net part des minoritaires	32	27	-16%
Résultat net	1 077	1 174	9%



EFFET DEVICES

Effet devises à fin juin 2011/12 (en millions d'euros)	Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
	2010/11	2011/12	%		
Yuan chinois	9,03	8,50	-5,9%	52	30
Dollar américain	1,36	1,34	-1,9%	33	24
Yen japonais	113,22	105,19	-7,1%	10	4
Franc suisse	1,30	1,20	-7,5%	4	2
Won coréen	1,54	1,51	-1,9%	5	2
Dollar taiwanais	40,93	39,70	-3,0%	2	1
Ringgit malaisien	4,20	4,13	-1,8%	1	1
Dollar canadien	1,36	1,34	-1,6%	4	1
Couronne suédoise	9,12	9,00	-1,3%	1	(3)
Rand sud-africain	9,55	10,40	8,8%	(6)	(3)
Peso colombien	2 512,00	2 441,00	-2,8%	0	(3)
Dollar australien	1,38	1,30	-6,0%	15	(4)
Livre turque	2,09	2,40	14,9%	(6)	(4)
Livre sterling	0,86	0,85	-1,4%	5	(5)
Roupie indienne	61,80	67,10	8,6%	(41)	(13)
Ecarts de conversion / couvertures de change					31
Autres devises				(28)	(14)
Total				51	47

EFFET PERIMETRE

Effet périmètre à fin juin 2011/12 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
Actifs espagnols	(3)	(1)
Actifs néo-zélandais	(12)	(2)
Actifs canadiens	(16)	(5)
Autres	(28)	(7)
Total effet périmètre	(59)	(15)



BILAN CONSOLIDE

Actif (En millions d'euros)	30/06/2011	30/06/2012
(En valeurs nettes)		
Actifs non courants		
Immobilisations incorporelles et goodwill (**)	16 037	17 360
Immobilisations corporelles et autres actifs	2 156	2 477
Actifs d'impôt différé	1 459	1 965
Actifs non courants	19 652	21 802
Actifs courants		
Stocks et en-cours	3 875	4 295
<i>Dont en-cours de biens</i>	<i>3 150</i>	<i>3 494</i>
Créances clients et comptes rattachés (*) (**)	1 222	1 289
Autres créances d'exploitation	136	87
Autres actifs courants	59	63
Trésorerie et équivalents de trésorerie	774	787
Actifs courants	6 066	6 522
Actifs destinés à être cédés	4	52
Total actifs	25 722	28 375

(*) après cessions de créances de :

425	500
-----	-----

(**) retraitement à l'ouverture (IAS 8), augmentant de 318 M€ les créances clients et comptes rattachés et de 23 M€ les capitaux propres et diminuant de 295 M€ le goodwill sans impact sur le résultat ni sur le tableau de financement des périodes présentées



BILAN CONSOLIDE

Passif (En millions d'euros)	30/06/2011	30/06/2012
Capitaux propres Groupe	9 306	10 803
Intérêts minoritaires	190	169
Dont résultat tiers	32	27
Capitaux propres (**)	9 497	10 972
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 612	4 134
Emprunts obligataires non courants	4 657	8 044
Dettes financières et dérivés non courants	5 004	1 511
Total passifs non courants	13 272	13 689
Provisions courantes	265	178
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 884	2 130
Autres passifs d'exploitation	23	31
Autres passifs courants	361	391
Emprunts obligataires courants	82	153
Dettes financières et dérivés courants	337	824
Total passifs courants	2 953	3 707
Passifs destinés à être cédés	-	7
Total passifs et capitaux propres	25 722	28 375

(**) retraitement à l'ouverture (IAS 8), augmentant de 318 M€ les créances clients et comptes rattachés et de 23 M€ les capitaux propres et diminuant de 295 M€ le goodwill sans impact sur le résultat ni sur le tableau de financement des périodes présentées



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

VARIATION DE LA DETTE NETTE

(En millions d'euros)	30/06/2011	30/06/2012
Capacité d'autofinancement	1 916	2 064
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	32	(55)
Résultat Financier et impôts cash	(734)	(803)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières	(213)	(251)
Free Cash Flow	1 001	955
Cessions/acquisitions actifs et divers	3	(176)
Incidence des variations du périmètre de consolidation	-	-
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	(390)	(395)
Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)	614	385
Incidence des écarts de conversion	932	(710)
Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)	1 546	(325)
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(10 584)	(9 038)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(9 038)	(9 363)



DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	750	9,8%	746	9,1%	(4)	-1%	(4)	-1%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	2 114	27,7%	2 137	26,0%	23	1%	52	2%	(20)	-1%	(9)	0%
Amériques	2 068	27,1%	2 167	26,4%	99	5%	121	6%	(30)	-1%	8	0%
Asie / Reste du Monde	2 711	35,5%	3 165	38,5%	454	17%	412	15%	(10)	0%	52	2%
Monde	7 643	100,0%	8 215	100,0%	572	7%	581	8%	(59)	-1%	51	1%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 4 2010/11		Trimestre 4 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	202	11,6%	152	8,0%	(50)	-25%	(50)	-25%	0	0%	0	0%
Europe hors France	480	27,6%	481	25,3%	1	0%	2	0%	(6)	-1%	5	1%
Amériques	504	29,0%	578	30,4%	74	15%	46	9%	(13)	-2%	40	8%
Asie / Reste du Monde	555	31,9%	690	36,3%	135	24%	79	14%	1	0%	55	10%
Monde	1 741	100,0%	1 901	100,0%	159	9%	77	4%	(18)	-1%	101	6%

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 2 2010/11		Semestre 2 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	335	10,0%	229	6,4%	(106)	-32%	(106)	-32%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	879	26,2%	905	25,1%	26	3%	31	4%	(10)	-1%	5	1%
Amériques	917	27,3%	1 001	27,8%	84	9%	52	6%	(27)	-3%	59	6%
Asie / Reste du Monde	1 230	36,6%	1 466	40,7%	236	19%	150	12%	1	0%	86	7%
Monde	3 361	100,0%	3 602	100,0%	240	7%	127	4%	(36)	-1%	150	4%



DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

Monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	7 643	100,0%	8 215	100,0%	572	7%	581	8%	(59)	-1%	51	1%
Marge brute après coûts logistiques	4 610	60,3%	5 047	61,4%	437	9%	376	8%	(11)	0%	72	2%
Frais publi-promotionnels	(1 441)	18,9%	(1 571)	19,1%	(130)	9%	(108)	7%	(4)	0%	(18)	1%
Contribution après PP	3 169	41,5%	3 476	42,3%	307	10%	268	8%	(15)	0%	54	2%
Résultat opérationnel courant	1 909	25,0%	2 114	25,7%	205	11%	174	9%	(15)	-1%	47	2%

Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	2 711	100,0%	3 165	100,0%	454	17%	412	15%	(10)	0%	52	2%
Marge brute après coûts logistiques	1 559	57,5%	1 898	60,0%	339	22%	262	17%	(2)	0%	78	5%
Frais publi-promotionnels	(531)	19,6%	(625)	19,8%	(95)	18%	(79)	15%	0	0%	(17)	3%
Contribution après PP	1 029	37,9%	1 272	40,2%	244	24%	184	18%	(2)	0%	62	6%
Résultat opérationnel courant	684	25,2%	880	27,8%	196	29%	143	21%	(2)	0%	55	8%



DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

Amérique

(en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	2 068	100,0%	2 167	100,0%	99	5%	121	6%	(30)	-1%	8	0%
Marge brute après coûts logistiques	1 277	61,7%	1 362	62,9%	86	7%	72	6%	(4)	0%	17	1%
Frais publi-promotionnels	(379)	18,3%	(405)	18,7%	(26)	7%	(20)	5%	(4)	1%	(2)	1%
Contribution après PP	898	43,4%	958	44,2%	59	7%	52	6%	(8)	-1%	15	2%
Résultat opérationnel courant	558	27,0%	582	26,9%	25	4%	20	4%	(9)	-2%	14	2%

Europe hors France

(en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	2 114	100,0%	2 137	100,0%	23	1%	52	2%	(20)	-1%	(9)	0%
Marge brute après coûts logistiques	1 228	58,1%	1 245	58,3%	17	1%	45	4%	(5)	0%	(23)	-2%
Frais publi-promotionnels	(343)	16,2%	(347)	16,3%	(5)	1%	(5)	2%	0	0%	1	0%
Contribution après PP	886	41,9%	898	42,0%	12	1%	39	4%	(5)	-1%	(22)	-2%
Résultat opérationnel courant	479	22,7%	470	22,0%	(9)	-2%	17	4%	(4)	-1%	(21)	-4%



DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

France

(en millions d'euros)	Fin juin 2010/11		Fin juin 2011/12		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
CA HDT	750	100,0%	746	100,0%	(4)	-1%	(4)	-1%	(0)	0%	0	0%
Marge brute après coûts logistiques	546	72,7%	541	72,5%	(4)	-1%	(3)	-1%	0	0%	(1)	0%
Frais publi-promotionnels	(189)	25,2%	(193)	25,9%	(4)	2%	(4)	2%	0	0%	(0)	0%
Contribution après PP	356	47,5%	348	46,6%	(8)	-2%	(7)	-2%	0	0%	(1)	0%
Résultat opérationnel courant	189	25,1%	181	24,3%	(7)	-4%	(6)	-3%	0	0%	(1)	-1%