

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2020/21
Communiqué - Paris, 22 octobre 2020

**CHIFFRE D'AFFAIRES T1 2020/21 ENCOURAGEANT : DECROISSANCE INTERNE -6%
(-10% EN FACIAL)**
**NETTE AMELIORATION VS T4 2019/20 GRACE A LA REOUVERTURE PARTIELLE DU
ON-TRADE ET A LA RESILIENCE SOUTENUE DE NOS MARQUES DANS LE OFF-TRADE**

Le chiffre d'affaires pour le T1 de l'exercice 2020/21 s'élève à 2 236 M€, en décroissance interne de -6%, et s'explique par la dynamique suivante en fonction des canaux de distribution :

- **La poursuite d'une forte résilience du *Off-Trade*** aux Etats-Unis et en Europe
- **La réouverture partielle du *On-Trade***, bien que le canal soit toujours perturbé
- **Le *Travel Retail* toujours en fort déclin**, malgré la reprise de certains voyages nationaux.

Par géographie, on peut noter :

- **Un bon démarrage aux Etat-Unis et en Chine**, avec de fortes expéditions en amont des périodes de fêtes
- **L'Inde** en baisse à deux chiffres
- **Une bonne résilience en Europe**, grâce au *Off-trade* et au phénomène de *staycation*¹ cet été : poursuite d'un fort dynamisme au Royaume-Uni et en Allemagne, la France presque stable mais l'Espagne et la Russie en déclin.

Par catégorie, l'évolution du chiffre d'affaires s'explique par :

- **Les Marques Stratégiques Internationales : -10%**, avec un fort déclin de Martell, Chivas et Ballantine's, dû essentiellement au *Travel Retail*, mais la poursuite de la croissance de Malibu et The Glenlivet, et la résilience de Jameson
- **Les Marques Stratégiques Locales : -6%**, avec les Whiskies Indiens Seagram's en déclin mais une croissance à deux chiffres de Kahlua, Passport, Ramazzotti et Wiser's
- **Les Marques *Specialty* : +30%**, grâce en particulier à Lillet, Malfy, Aberlour, Avion, Altos et Monkey 47
- **Les Vins Stratégiques : +9%**, tirés par la croissance à deux chiffres de Campo Viejo et Brancott Estate, et Jacob's Creek à +8%.

La décroissance faciale est de -10%, en raison d'un effet de change négatif sur la période, principalement dû au Dollar américain et aux devises émergentes.

Le T2 de l'exercice 2020/21 devrait être encore fortement impacté par le Covid-19, mais le Groupe devrait retrouver la croissance au second semestre.

A cette occasion, **Alexandre Ricard**, Président-Directeur Général, déclare :

« Notre premier trimestre est encourageant. Le chiffre d'affaires reste en déclin mais l'activité a fortement rebondi par rapport au trimestre précédent, grâce à la réouverture partielle du On-trade et à la forte résilience de nos marques dans le Off-Trade.

Pour l'exercice 2020/21, le Groupe va continuer à démontrer sa résilience, dans un environnement incertain et perturbé. Je voudrais à cette occasion saluer l'engagement exceptionnel de nos équipes dans cette période difficile. Nous maintenons notre cap stratégique, notamment en accélérant notre transformation digitale. Nous continuerons à faire preuve d'une stricte discipline sur les coûts, tout en conservant l'agilité nécessaire pour saisir de nouvelles opportunités. »

¹ « Vacances chez soi »

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2020/21

Communiqué - Paris, 22 octobre 2020

Toutes les données de croissance indiquées dans ce communiqué font référence à la croissance interne, sauf mention contraire. Les chiffres peuvent faire l'objet d'arrondis.

Une présentation détaillée du chiffre d'affaires T1 2020/21 est disponible sur notre site internet : www.pernod-ricard.com

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 interne

La croissance interne est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change ainsi que des acquisitions et cessions.

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.

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.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 448 millions d'euros en FY20. 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, qui possède 16 marques dans le top 100 des marques de spiritueux, dispose de l'un des portefeuilles les plus prestigieux du secteur avec notamment 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, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood. Les marques de Pernod Ricard sont distribuées dans plus de 160 marchés dont 73 par ses propres forces de vente. L'organisation décentralisée du groupe permet à ses 19 000 employés d'agir en tant qu'ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour toutes ses parties prenantes. Le groupe reste fidèle à ses trois valeurs fondatrices : l'esprit entrepreneur, la confiance mutuelle et l'éthique, comme illustré par notre feuille de route à 2030 Sustainability & Responsibility, « nous préservons pour partager » en accord avec les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. En reconnaissance de son engagement constant en faveur du développement durable et la consommation responsable, Pernod Ricard a reçu la médaille d'or d'Ecovadis. Pernod Ricard est également une entreprise membre du LEAD Global Compact des Nations Unies.

Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémono : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie des indices CAC 40 et EuroStoxx 50.

Contacts

| | |
|---|-----------------------|
| Julia Massies / Directrice, Communication Financière et Relations Investisseurs | +33 (0) 1 70 93 17 03 |
| Charly Montet / Responsable Relations Investisseurs | +33 (0) 1 70 93 17 13 |
| Alison Donohoe / Responsable Relations Presse | +33 (0) 1 70 93 16 23 |
| Emmanuel Vouin / Head of External Engagement | +33 (0) 1 70 93 16 34 |

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2020/21
Communiqué - Paris, 22 octobre 2020

Annexes

Chiffre d'affaires T1 2020/21

| Chiffre d'affaires (en millions d'euros) | T1 2019/20 | | T1 2020/21 | | Variation | | Croissance interne | | Effet périmètre | | Effet devises | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-----------------------|--------------|--------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | | | | | | | | | | | |
| Amérique | 674 | 27,1% | 673 | 30,1% | (0) | -0% | +32 | +5% | +20 | +3% | (52) | -8% |
| Asie/Reste du monde | 1 116 | 44,9% | 918 | 41,0% | (198) | -18% | (138) | -12% | +1 | +0% | (61) | -5% |
| Europe | 694 | 27,9% | 645 | 28,8% | (49) | -7% | (32) | -5% | (2) | -0% | (14) | -2% |
| Monde | 2 483 | 100,0% | 2 236 | 100,0% | (248) | -10,0% | (138) | -5,6% | +18 | +0,7% | (128) | -5,1% |

Note : les Spiritueux en vrac sont alloués par Région en fonction du poids des Régions dans le Groupe

Effet devises au T1 2020/21 sur le Chiffre d'affaires

| Effet devises T1 2020/21 (en millions d'euros) | Evolution des taux moyens | | | Sur le chiffre d'affaires |
|---|---------------------------|------------|--------|------------------------------|
| | T1 2019/20 | T1 2020/21 | % | |
| Dollar américain USD | 1,11 | 1,17 | +5,2% | (31) |
| Roupie indienne INR | 78,31 | 86,95 | +11,0% | (25) |
| Yuan chinois CNY | 7,80 | 8,09 | +3,7% | (12) |
| Rouble russe RUB | 71,86 | 86,32 | +20,1% | (10) |
| Réal brésilien BRL | 4,42 | 6,29 | +42,4% | (9) |
| Autres devises | | | | (42) |
| TOTAL | | | | (128) |

Prochaines communications

| Date ¹ | Evénement |
|---------------------------|--|
| Vendredi 27 novembre 2020 | Assemblée Générale |
| Mardi 1 décembre 2020 | Conférence téléphonique EMEA & LATAM |
| Jeudi 11 février 2021 | Chiffre d'affaires et résultats S1 2020/21 |

1. Ces dates sont indicatives et susceptibles de changer