

**BONNE CROISSANCE DES VENTES AU T1, COHERENTE AVEC
LES PERSPECTIVES FY17 COMMUNIQUEES EN SEPTEMBRE
+4% CROISSANCE INTERNE DU CHIFFRE D'AFFAIRES (+1% FACIAL)**

**CONFIRMATION DE L'OBJECTIF FY17¹ :
CROISSANCE INTERNE DU ROC² ENTRE +2% ET +4%**

Le chiffre d'affaires pour le 1^{er} trimestre 2016/17 s'élève à 2 248 M€, avec une croissance interne de +4%. La croissance est de +3% en retraitant de l'impact technique français³ avec :

- **T1 dynamique en Amérique (+8%)**, grâce à la poursuite d'une forte performance aux Etats-Unis
- **Stabilité en Asie/Reste du Monde** avec une amélioration en Chine mais une situation plus difficile en Afrique Moyen-Orient
- **Croissance solide en Europe (+6%)**, en partie favorisée par des effets techniques³

La croissance faciale s'élève à +1% avec un effet de change négatif sur la période.

Les Marques Stratégiques Internationales (+3%) ont participé à l'amélioration de la croissance du chiffre d'affaires du Groupe. Ceci résulte d'une croissance soutenue de Jameson, une bonne progression de Ballantine's et une amélioration pour Absolut et Martell.

Les Marques Stratégiques Locales sont en croissance de +5% grâce aux whiskies indiens et Seagram's Gin en Europe mais des difficultés sur Imperial en Corée.

Les Vins Stratégiques sont à -1%, notamment dû au phasage des expéditions.

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

« Notre premier trimestre est bon et cohérent avec les objectifs communiqués pour l'ensemble de l'exercice¹. Ainsi, nous confirmons notre objectif de croissance interne du Résultat Opérationnel Courant de +2% à +4% pour FY17. Nous continuerons à mettre en œuvre notre stratégie de croissance long terme, en concentrant nos investissements derrière nos marques, marchés et innovations prioritaires et en maintenant la discipline sur les prix et les coûts. »

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 2016/17 est disponible sur notre site internet : www.pernod-ricard.com

¹ Objectifs donnés au marché le 1^{er} septembre 2016

² ROC : Résultat Opérationnel Courant

³ Décalage d'expéditions de juillet à juin 2015 en anticipation de la mutualisation des *back-office* de Pernod et Ricard au 1^{er} juillet 2015



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.

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 le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 682 millions d'euros en FY16. 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, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood. Le Groupe compte 18 500 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de Marques » et 85 « Sociétés de Marché » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable. 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 Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Contacts Pernod Ricard

Julia Massies / Directrice, Communication Financière & Relations Investisseurs	+33 (0)1 41 00 41 07
Sylvie Machenaud / Directrice Communication Externe	+33 (0)1 41 00 42 74
Adam Ramjean / Responsable Relations Investisseurs	+33 (0)1 41 00 41 59
Emmanuel Vouin / Responsable Relations Presse	+33 (0)1 41 00 44 04
Apolline Celeyron / Chargée de Relations Presse	+33 (0)1 41 00 40 97

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2016/17
Communiqué - Paris, 20 octobre 2016

Annexes

Maison des Marques effective au 1er juillet 2016

Marques Stratégiques Internationales



Marques Stratégiques Locales



Vins Stratégiques



A compter du 1^{er} juillet 2016 :

- (1) La segmentation ci-dessus est utilisée pour les communications financières. La même segmentation a été appliquée à FY16 à des fins de comparaison.
(2) Les Spiritueux en vrac sont alloués par Région en fonction du poids des Régions dans le Groupe.

Chiffre d'affaires par Région

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2015/16		Trimestre 1 2016/17		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
Amérique	627	28.2%	649	28.9%	22	3%	52	8%	(7)	-1%	(24)	-4%
Asie / Reste du Monde	938	42.2%	917	40.8%	(21)	-2%	1	0%	(0)	0%	(21)	-2%
Europe	658	29.6%	682	30.3%	24	4%	38	6%	5	1%	(19)	-3%
Monde	2 223	100.0%	2 248	100.0%	24	1%	91	4%	(2)	0%	(64)	-3%

Impact de change au Q1 2016/17 sur le Chiffre d'affaires

Effet devises Trimestre 1 2016/17 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires
		T1 15/16	T1 16/17	%	
Dollar américain	USD	1.11	1.12	0.4%	(2)
Yuan chinois	CNY	7.01	7.44	6.2%	(14)
Peso Argentin	ARS	10.28	16.68	62.3%	(19)
Livre sterling	GBP	0.72	0.85	18.4%	(21)
Autres devises					(7)
Total					(64)