

Pernod Ricard 1996



Président Honoraire

Monsieur Paul Ricard

Conseil d'Administration

Président du Conseil

Monsieur Patrick Ricard

Administrateurs

Monsieur Jean-Claude Beton

Monsieur Bernard Cambournac

† Monsieur Bernard Foussier

Monsieur Albert Frère

Monsieur François Gérard

Madame Françoise Hémard

Monsieur Thierry Jacquillat

Madame Danièle Ricard

Monsieur Arthur Veil Picard

Société Paul Ricard

Représentant permanent

Madame Béatrice Baudinet

Sommaire

Message du Président	2
Présentation du Groupe	4
Les marques du Groupe	6
Organigramme	8
Chiffres clés	10
L'année en revue	12
Les marchés :	
France	16
Europe	20
Amériques / Asie / Australie	24
L'année boursière	28
L'année sociale	30
Les comptes	33
Carnet de bord de l'actionnaire	75

COUVERTURE : OEUVRE ORIGINALE DE MARTIN BRUNEAU

Né en 1960 à Ottawa (Canada), Martin Bruneau poursuit ses études d'arts plastiques à l'université Concordia de Montréal et à l'École des Beaux-Arts de Paris. Il vit et travaille en France depuis la fin des années quatre-vingt.

En reprenant le thème classique de la nature morte, Martin Bruneau met en relation les différents modes de représentation de l'espace pictural. Il nous offre ainsi un petit lexique de la peinture qui est pour lui un langage auquel il se réfère par citation ou par opposition.

A l'occasion de la prise de contrôle du distributeur canadien NIHCO par Pernod Ricard, l'artiste a repris au travers de son oeuvre originale, les symboles forts de son pays : la couleur bleue, le ciel et l'immensité de l'espace canadien, la célèbre feuille d'érable, symbole même du pays et la pomme en rappel de l'univers agro-alimentaire. L'évocation du buste grec rappelle l'acquisition par le Groupe du producteur grec d'ouzo, EPOM.

(Huile sur toile - 1997 - collection PERNOD RICARD).

ERRATUM

P. 10 : répartition du chiffre d'affaires H. D. T. par zone géographique
France : 38% - Europe : 43%

P. 28 : volumes et cours sur 18 mois à la Bourse de Paris
Inverser les titres des colonnes "plus bas" et "plus haut"

P. 29 : cours moyen mensuel (en francs)
307,22 correspond au cours moyen mensuel de Pernod Ricard
384,60 correspond au cours moyen mensuel du CAC 40

P. 38 et p. 68 : le report à nouveau est modifié comme suit :

Résultat bénéficiaire de l'exercice :	F	1 002 201 695,55
Report à nouveau créditeur :	F	1 022 309 283,28
Montant distribuable :	F	2 024 510 978,83

Et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :

Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende une somme égale à 6% du capital social, soit F 1,20 par action :	F	67 663 992,00
Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire F 7,20 par action :	F	405 983 952,00
Le solde étant reporté à nouveau soit :	F	1 550 863 034,83
Montant réparti :	F	2 024 510 978,83

Message du Président

Patrick Ricard
Président-
directeur général

Considérant l'exercice 1996 de notre société, il serait de bonne logique de commenter tout d'abord son activité, puis ses résultats et enfin son comportement en Bourse. Je me permettrai de rompre avec cet usage pour mettre d'emblée en perspective les résultats du Groupe avec les performances boursières de Pernod Ricard.

D'une part, des résultats marquant depuis de nombreuses années une progression notable et constante (+ 11,5 % en moyenne de 1975 à 1996), à l'exception de la baisse, modérée, de 1995 ; d'autre part, une certaine désaffection de la Bourse depuis deux ans pour le titre Pernod Ricard.

Il est toujours possible de trouver une explication conjoncturelle aux mouvements de notre titre en Bourse. Il n'en est pas moins vrai qu'en 1996, Pernod Ricard a nettement sous-performé l'indice CAC 40. Dans le même temps, il est à noter que les valeurs agro-alimentaires figurant dans le même indice baissaient, en moyenne, encore plus fortement. Mais au-delà d'une défiance de certains investisseurs envers le secteur tout entier, je crois qu'il nous faut tirer l'enseignement de cet écart.

La Bourse privilégie aujourd'hui les valeurs de forte croissance même si celle-ci n'est pas toujours linéaire et si les résultats de ces sociétés subissent de fortes amplitudes. Elle apprécie les opérations spectaculaires de croissance externe, de fusion ou d'alliance.

A l'évidence Pernod Ricard ne rentre pas dans ce schéma. Entreprise bien ancrée dans son métier, elle met en œuvre avec constance une stratégie qui lui permet une croissance régulière, et, si l'on veut bien la considérer sur une période de plusieurs années, remarquable. Chaque année, le Groupe illustre les axes de cette stratégie.

Ainsi, en 1996, Pernod Ricard a su consolider ses positions en France dans le secteur alcool, et parallèlement, renforcer sa présence à l'étranger en y privilégiant le développement de ses marques et activités stratégiques.

Ce qui lui vaut de conforter son rôle d'intervenant majeur dans le secteur des boissons et activités sans alcool, et sa place de sixième grand intervenant du monde des spiritueux. Là où les dix plus grandes sociétés mondiales de ce dernier secteur voyaient leurs volumes commercialisés croître en 1996 par rapport à 1995 de + 0,49 %, le Groupe réalisait la deuxième performance du secteur avec + 2,25 %.

Combinant rendement et croissance, Pernod Ricard a su enrichir ses actionnaires fidèles sans faire appel à eux pour financer son développement et en maintenant une politique de taux de distribution élevé et de dividendes réguliers. En vingt-et-un ans d'existence, le Groupe aura permis à un investisseur présent depuis 1975 de multiplier par près de dix fois son capital.

Force est de le constater, il n'y a pas aujourd'hui concordance entre cette stratégie industrielle gagnante et les préoccupations mouvantes, et quelquefois contradictoires de ceux qui font le marché. Notre vocation à se développer dans l'indépendance, que j'ai réaffirmée à plusieurs reprises est pourtant un atout fort de notre Groupe pour le long terme.

Stratégie du Groupe Pernod Ricard

Né en 1975 du rapprochement des deux principales sociétés françaises de spiritueux anisés, PERNOD RICARD s'est, dès sa création, fixé trois objectifs stratégiques :

Conforter le leadership du Groupe sur le marché français

La France est le second marché mondial des spiritueux. PERNOD RICARD y a développé, grâce à Ricard, Pastis 51 et Pernod, le marché des anisés où sa part est de 55 %. Par une politique dynamique de marques, les anisés continuent d'être le spiritueux préféré des Français.

Le Groupe s'est implanté avec succès sur le marché des whiskies, notamment avec Clan Campbell qui s'est hissé en quelques années à la troisième place des meilleures ventes de whisky de marque, mais aussi avec les whiskeys irlandais Jameson et Bushmills et avec le Single malt Aberlour. Il tient également de solides positions sur le marché des apéritifs à base de vin et des vins doux naturels.

Développer l'activité internationale dans le secteur des spiritueux

Les vins et spiritueux à l'international représentent aujourd'hui 29 % du chiffre d'affaires. PERNOD RICARD s'est développé à la fois par la création et l'acquisition de réseaux de distribution et de grandes marques.

C'est ainsi que PERNOD RICARD s'est implanté entre 1985 et 1996 sur une trentaine de marchés importants. Présent dans tous les pays d'Europe et sur les cinq continents, le Groupe continue son développement, notamment sur les marchés à forte croissance.

Grâce à ses implantations, PERNOD RICARD a pu développer ses grandes marques à l'international et y obtenir de beaux succès, avec, entre autres, ses spiritueux anisés, ses whiskeys irlandais, le bourbon Wild Turkey, le rhum Havana Club et sa gamme de vins du monde.

Développer les activités sans alcool

De la même façon, le Groupe a choisi de développer ses activités sans alcool par des acquisitions et des extensions géographiques.

Treize ans après l'acquisition de l'ensemble des activités d'Orangina par PERNOD RICARD, le premier soft drink à l'orange français est devenu numéro deux sur le marché européen. Avec la forte croissance aux U.S.A. de la boisson chocolatée Yoo-Hoo, le Groupe a prouvé sa capacité à intervenir sur un des marchés les plus concurrentiels du monde.

En complémentarité du métier premier de PERNOD RICARD, SIAS-MPA qui produit et commercialise des préparations aux fruits destinées à l'industrie agro-alimentaire, a participé activement à la croissance du pôle sans alcool du Groupe.

PERNOD RICARD est aujourd'hui un groupe international aux activités diversifiées.

Leader mondial des anisés
N° 6 mondial des vins et spiritueux
RICARD : 3^{ème} marque mondiale de spiritueux
5 marques dans le top 100 des marques mondiales de spiritueux.
Premier exportateur de vin australien
Leader mondial des préparations de fruits
Orangina : 2^{ème} soft drink à l'orange en Europe
Premier producteur français de boissons aux fruits, cidres, jus de raisin

(classements en volume - Sources Impact et Canadean)



Je souhaite que le fort potentiel de notre titre soit pris en compte par les investisseurs et considère, sous réserve bien sûr d'événements affectant l'ensemble du marché boursier, que notre titre devrait retrouver des vents plus favorables.

D'aucuns se souviendront qu'après la création du Groupe, Pernod Ricard avait, pendant plusieurs années, été mésestimé. Mais l'analyse de notre parcours boursier depuis 1975 montre, qu'au final, le marché est un bon "juge de paix". C'est une opinion, née de l'expérience et partagée par de nombreux actionnaires qui ont accompagné notre développement.

L'année 1996, abondamment décrite et commentée dans les pages qui suivent, conforte ma confiance prudente, raisonnée, mais ferme en notre stratégie.

Nos résultats sont supérieurs aux prévisions, et indépendamment des effets favorables des ventes en France, l'exercice 1996 se révèle satisfaisant.

Présent dans la plupart des marchés importants ou prometteurs, notre Groupe est en ordre de marche pour continuer à progresser avec une vision claire des moyens à employer. Notamment celui du développement de la dizaine de grandes marques à potentiel mondial dont nous disposons. Deux d'entre elles (l'irish whiskey Jameson et le scotch Clan Campbell) viennent de rejoindre trois autres marques du Groupe au palmarès des 100 marques mondiales de spiritueux millionnaires en caisses ; Jameson est par ailleurs, de toutes les grandes marques du marché des spiritueux celle qui a le plus progressé dans le monde entier (+ 17,6 % en 1996).

Un portefeuille de marques exceptionnel, des investissements conséquents alloués à leur développement et des hommes enthousiastes et compétents sont les meilleurs motifs de l'optimisme qui est le mien quant à l'avenir de notre Groupe.

Présentation du Groupe Pernod Ricard

Les métiers de Pernod Ricard

- Produire, développer et animer des marques de boissons qui s'associent, à toute heure de la journée et de la nuit, à chaque événement de la vie des consommateurs du monde entier.
- Produire des préparations de fruits et de légumes destinées à l'industrie agro-alimentaire.

La Société holding Pernod Ricard

PERNOD RICARD, société-mère du Groupe, a pour rôle essentiel d'assurer les missions d'intérêt général et de coordination dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication. Le mode de direction est fondé sur la décentralisation : la structure de la société-mère est extrêmement légère.

La société-mère favorise les synergies entre les filiales dans le respect de leur identité propre et s'est dotée d'un des plus importants centres de recherche de l'industrie mondiale des boissons et de l'aromatique.

PERNOD RICARD a concédé à certaines de ses filiales l'exploitation des marques dont elle est propriétaire. Les revenus de la société sont composés des redevances perçues au titre de ces marques et des dividendes versés par les filiales et participations. Par ailleurs, PERNOD RICARD est mandaté par ses filiales françaises pour effectuer pour leur compte leurs achats d'espaces publicitaires.

Organisation du Groupe

En terme d'organisation, sont directement rattachées à la holding PERNOD RICARD, les principales filiales de production du Groupe en France et hors de France. Ces sociétés possèdent leurs propres filiales qu'elles gèrent de façon autonome.

Plusieurs de ces sociétés produisent et animent au plan mondial les grandes marques du Groupe dont elles ont la responsabilité. Ainsi, la société RICARD produit, distribue et a la responsabilité des grandes orientations marketing de sa marque pour le monde entier. A l'inverse, sur son marché propre - la France - la société RICARD aura-t-elle la charge de distribuer de grandes marques importées appartenant à d'autres sociétés du Groupe, comme Jameson ou Clan Campbell par exemple.

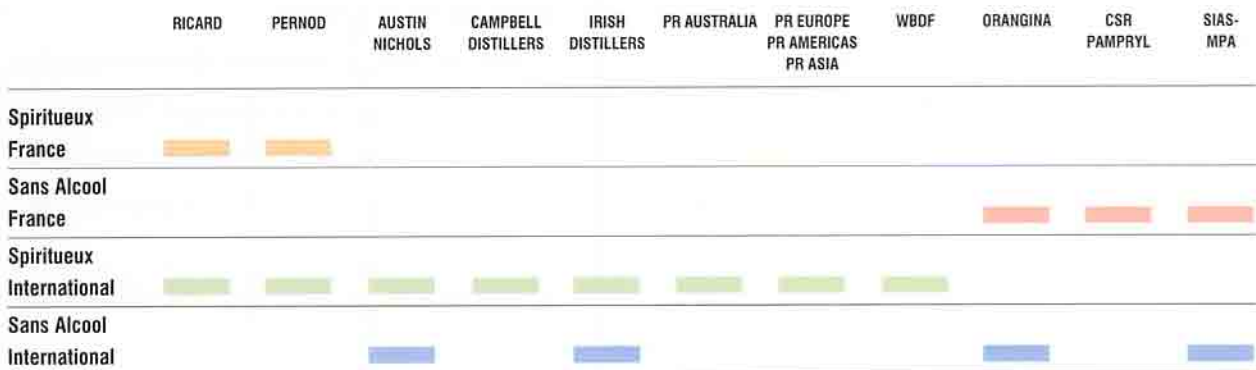
PR EUROPE, PR AMERICAS et PR ASIA constituent le réseau de distribution internationale du Groupe. Les trois sociétés, nées en 1996, succèdent à la SEGM pour la gestion et l'animation des filiales étrangères de PERNOD RICARD dont la vocation principale est la commercialisation de la gamme de spiritueux du Groupe.

Certaines de leurs filiales produisent néanmoins des marques à vocation locale ou régionale, souvent à forte notoriété sur leurs marchés respectifs. Il s'agit notamment de PRACSA (Espagne), RAMAZZOTTI (Italie), COOYMANS (Pays-Bas), LIZAS & LIZAS, EPOM (Grèce), POLACEK (Autriche), BELJING PERNOD RICARD WINERY (Chine), CUSENIER SAIC (Argentine) et EL MUCO BEBIDAS (Vénézuéla).



Le siège du Groupe à Paris

Les marchés des principales filiales du Groupe



World Brands Duty Free est responsable pour l'ensemble du Groupe de la commercialisation des marques de PERNOD RICARD par le canal de distribution duty free : boutiques d'aéroports, de ferries, avitaillement, etc...

Par ailleurs, d'autres filiales du Groupe interviennent sur des métiers autres que ceux de la boisson. Il s'agit notamment de SIAS-MPA et ses filiales, leader mondial des préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire, et de BWG, filiale d'Irish Distillers qui distribue des produits alimentaires en République d'Irlande et en Irlande du Nord.

Le centre de recherche Pernod Ricard

Animé par des chercheurs et ingénieurs de haut niveau, le Centre de Recherche est organisé en sept laboratoires spécialisés dont les missions complémentaires contribuent à maîtriser chacune des étapes qui mènent un produit de la nature à la table : approvisionnement, sélection et création des matières premières, recherche de nouvelles techniques agricoles et culturales, contrôle des matières aromatiques, évaluation des propriétés organoleptiques, création et élaboration d'arômes et de produits, maîtrise et amélioration des moyens de production, de conditionnement et d'emballage, développement de nouvelles technologies industrielles, etc.



Rattaché à la Direction Générale du Groupe, le Centre de Recherche PERNOD RICARD travaille également au quotidien en étroite collaboration avec les Instituts de recherche européens et internationaux, les centres de recherche et les directions marketing des différentes filiales du Groupe. Un réseau de synergies est ainsi mis en oeuvre dans des domaines aussi variés que la distillation (avec Irish Distillers), les jus de fruits (avec le Centre d'Elaboration des Concentrés Orangina), les arômes (avec San Giorgio Flavors à Turin), les fruits rouges (avec SIAS-MPA), les vins aromatisés (avec Cusenier)..., et au service d'une ambition unique : satisfaire les exigences de goût, de qualité et de sécurité des consommateurs.

Les marques du Groupe Pernod-Ricard

PERNOD RICARD possède des marques fortes dans chacune des grandes catégories des secteurs de la boisson sur lesquels opère le Groupe.

Certaines ont une vocation mondiale et figurent dans le palmarès des marques les plus vendues au monde, ou sont destinées par leur fort développement à rejoindre ce peloton de tête. D'autres s'exportent dans un nombre plus restreint de pays ou ont une vocation plus nationale, tout en détenant souvent de fortes positions sur leur marché.

Ensemble, elles permettent au réseau de distribution de PERNOD RICARD de disposer d'une gamme très complète.



Une marque est considérée chez **PERNOD RICARD** comme une personnalité qu'il faut pouvoir distinguer des autres (par le graphisme et les signes distinctifs), qui doit rester en phase avec son époque (par des innovations de produit ou d'emballage), dont il faut soigner l'expression (par la publicité) et dont il faut organiser les sorties (par le parrainage). Le tout en fonction des publics qu'elle doit séduire sans jamais les lasser.

Ce capital de communication, savamment entretenu et décliné dans le monde entier, est construit patiemment pour faire des marques la richesse la plus durable de **PERNOD RICARD**.

Marques principales

SPIRITUEUX ANISÉS ET AMERS :

RICARD,
PERNOD,
PASTIS 51,
MINI, 8 HERMANOS,
SUZE,
RAMAZZOTTI

WHISKIES ÉCOSSAIS, IRLANDAIS, CANADIENS ET BOURBONS :

CLAN CAMPBELL,
ABERLOUR, WILD TURKEY,
JAMESON, BUSHMILLS,
PADDY, POWER'S,
ROYAL CANADIAN,
WHITE HEATHER

EAUX-DE-VIE :

COGNACS BISQUIT
et RENAULT, ARMAGNAC
MARQUIS DE MONTESQUIOU,
CALVADOS BUSNEL,
BRANDY DORVILLE

ALCOOLS BLANCS :

RON HAVANA CLUB,
CORK DRY GIN,
VODKAS ALTAÏ,
HUZZAR et PETROFF

LIQUEURS :

SOHO, ALASKA, ZOCO,
LIQUEURS CUSENIER et
EOLIKI,
ROYAL DUTCH ADVOCAT,
MILLWOOD,
CASSIS CUSENIER

APÉRITIFS À BASE DE VIN ET VINS DOUX NATURELS :

CINZANO*, DUBONNET,
BYRRH, AMBASSADEUR,
BARTISSOL,
VABÉ, PORTO CINTRA,
KUEI HUA CHEN CHIEW

VINS DU MONDE :

JACOB'S CREEK, S^T HUGO,
WYNDHAM ESTATE,
COOLABAH, ETCHART,
TERRA ANDINA,
LONG MOUNTAIN,
DRAGON SEAL,
ALEXIS LICHINE,
CRUSE, PALACIO DE LA VEGA

VINS PÉTILLANTS, BOISSONS PÉTILLANTES À BASE DE VIN ET RAISIN, ET BOISSONS FAIBLEMENT ALCOOLISÉES :

CANEI, CAFÉ DE PARIS,
BLANC DE FRUIT,
CARRINGTON, CHAMEI,
MAISON, TRILOGY,
WEST COAST COOLER,
PERNOD HEX, TWO DOGS

CIDRES ET CIDERS

LA CIDRAIE,
LOIC RAISON,
DUCHÉ de LONGUEVILLE,
FLAGGER, DAGAN,
E 33

BOISSONS RAFFRAICHISSANTES SANS ALCOOL :

ORANGINA,
BRUT DE POMME,
RICQLÈS

JUS DE FRUITS ET NECTAR :

PAMPRYL, PAM-PAM

BOISSONS POUR ENFANTS :

YOO-HOO, CHAMPOMY,
BANGA

SIROPS ET CONCENTRÉS DE FRUITS SANS SUCRE :

SIROP CUSENIER,
PACIFIC,
AGRUMA,
MINERVA

PRÉPARATIONS DE FRUITS, ARÔMES :

SIAS-MPA



Bar Havana Club
(Espace Trente, Paris)

*pour la France



Organigramme du Groupe

Direction Générale

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL
Patrick RICARD

DIRECTEUR GÉNÉRAL
Thierry JACQUILLAT

Principales filiales PRÉSIDENTS-DIRECTEURS GÉNÉRAUX

PERNOD
Thierry BILLOT

RICARD
Georges NECTOUX

PR AMERICAS ET AUSTIN NICHOLS
Michel BORD

CAMPBELL DISTILLERS
Bruno ROQUEPLO

IRISH DISTILLERS
Richard BURROWS

ORLANDO WYNNDHAM
André BOUCARD

PR ASIA
Philip J. CUSHWAY

PR EUROPE
Pierre PRINGUET

WORLD BRANDS DUTY FREE
Chris MASON

C.S.R.-PAMPRYL
Alain CHAMLA

ORANGINA (CFPO & CECO)
Michel FONTANES

ORANGINA FRANCE
Jacques PFISTER

SIAS-MPA
François GÉRARD

Société holding

Directeur du centre de recherche
Jacques Bricout

Directeur des ressources humaines
Bernard Cazals

Directeur administratif et juridique
Pierre-Marie Châteauneuf

Directeur industriel
Pierre Denêtre

Secrétaire général
Daniel Hémar

Directeur financier
Laurent Lacassagne

Directeur du marketing
Francisco de La Vega

Directeur attaché à la direction générale
Philippe Mouton

Directeur du développement
Eric de Poncins

Directeur de la communication
Claude Risac

Directeur des affaires européennes
Jean Rodesch

RICARD

100%

100% → Renault-Bisquit
99% → Galibert & Varon

PERNOD

100%

100% → SPA
100% → CUSENIER
100% → Crus et Domaines de France

IRISH DISTILLERS

RÉPUBLIQUE D'IRLANDE

100%

100% → BWG
RÉPUBLIQUE D'IRLANDE
100% → J & J Haslett
IRLANDE DU NORD

100% → PR South Africa
AFRIQUE DU SUD

CAMPBELL DISTILLERS

GRANDE-BRETAGNE

100%

100% → Caxton Tower

PR AUSTRALIA

100%

88% → ORLANDO WYNNDHAM
AUSTRALIE
100% → Two Dogs Holding*
AUSTRALIE
100% → Orlando Wyndham
New Zealand
NOUVELLE ZÉLANDE

VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

VINS ET SPIRITUEUX À L'ÉTRANGER

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL À L'ÉTRANGER

* non consolidé en 1996

PR ASIA

100%

65%	Beijing Pernod Ricard Winery CHINE
53%	Dragon Seal CHINE
100%	Casella Far East HONG KONG
80%	Casella Taiwan TAIWAN
100%	Perithai THAÏLANDE
100%	Pernod Ricard Japan JAPON
96%	PRK Distribution CORÉE DU SUD
100%	Perising SINGAPOUR
100%	PR Vietnam* VIETNAM

Perindia*

INDE
51%

Periceyl*

SRI LANKA
50%

WORLD BRANDS DUTY-FREE

GRANDE-BRETAGNE
100%

100%	World Brands Inc. ÉTATS-UNIS
------	---------------------------------

Havana Club International

50%

PR EUROPE

100%

100%	IGM Deutschland ALLEMAGNE	Perau Ass. SUEDE	100%
100%	Polacek Marken Spirituosen AUTRICHE	World Brands Finland FINLANDE	100%
100%	PRECO* EUROPE CENTRALE ET ORIENTALE	PR Rouss* RUSSIE	100%
	Alvita* RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	PR Belux BELGIQUE-LUXEMBOURG	70%
95%		Perisem SUISSE	100%
86%	Deli Food* POLOGNE	Lizas & Lizas GRÈCE	100%
96%	Periba* HONGRIE	EPOM* GRÈCE	95%
100%	PR Nederland PAYS-BAS	PRACSA ESPAGNE	100%
	Cooymans PAYS-BAS	Palacio de la Vega ESPAGNE	100%
	André Kerstens PAYS-BAS	Somagnum PORTUGAL	60%
50%	Brand Partners NORVÈGE	Ramazzotti ITALIE	100%
100%	World Brands Denmark DANEMARK	PR Afrique Moyen-Orient (département de PR Europe)	

PR AMERICAS

100%

100%	AUSTIN NICHOLS ÉTATS-UNIS	El Muco Bebidas* VÉNÉZUELA	100%
70%	Boulevard Distillers ÉTATS-UNIS	PRAMSUR* URUGUAY (MERCOSUR)	100%
100%	Yoo-Hoo Industries ÉTATS-UNIS	Cusenier SAIC ARGENTINE	100%
	Niheo International CANADA	Etchart ARGENTINE	100%
100%	PR Mexico* MEXIQUE	PRC Diffusion CARAÏBES	100%

CSR PAMPRYL

99%

CFP ORANGINA

100%

100%	ORANGINA INTERNATIONAL (département de CFPO)
	CECO
95%	ORANGINA FRANCE

SIAS-MPA

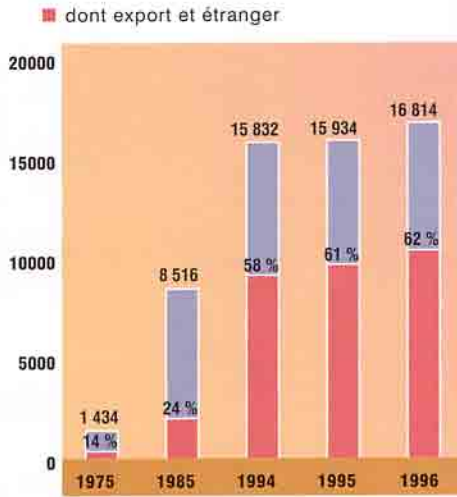
100%

100%	SIAS FRANCE FRANCE
100%	SIAS Foods UK GRANDE BRETAGNE
60%	DSF ALLEMAGNE
50%	YBSIAS AUTRICHE
93%	SIAS Polska POLOGNE
100%	SIAS Bohemia RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
100%	Ramsey SIAS ÉTATS-UNIS
100%	Flavors from Florida ÉTATS-UNIS
100%	SIASPORT MEXIQUE
100%	SIASMEX MEXIQUE
100%	SIAS Fruit Argentina ARGENTINE
100%	MMF SIAS AUSTRALIE
96%	SIAS Korea CORÉE DU SUD
100%	South Pacific Foods ILES FIDJI
100%	San Giorgio Flavors ITALIE

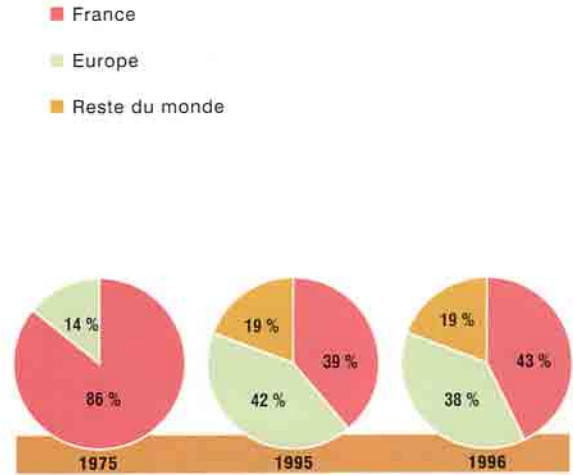
Chiffres-clés

Chiffre d'affaires consolidé H.D.T.

en millions de francs

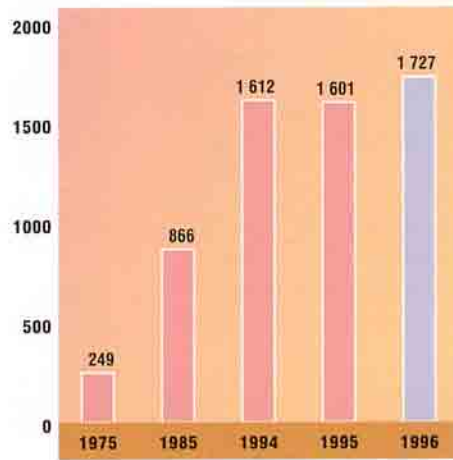


Répartition du chiffre d'affaires H.D.T. par zone géographique

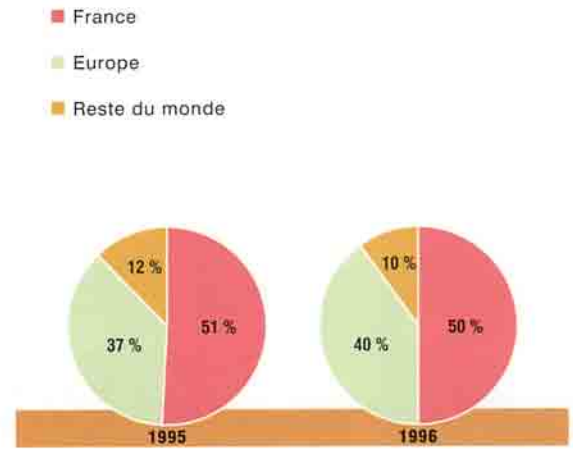


Résultat courant consolidé

en millions de francs

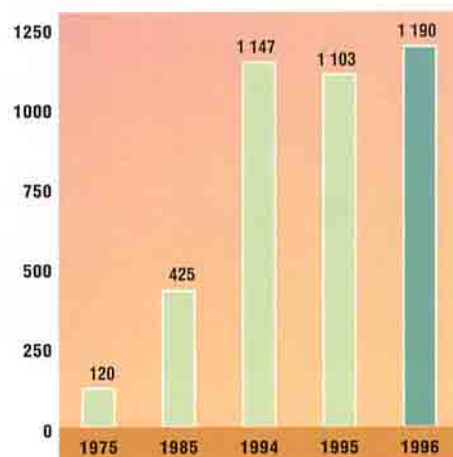


Résultat opérationnel par zone géographique



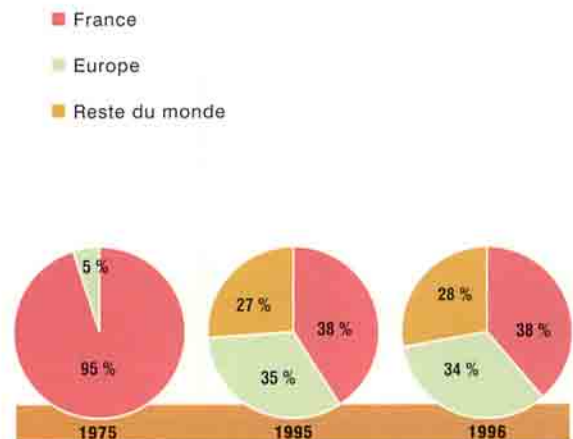
Résultat net consolidé part du Groupe

en millions de francs



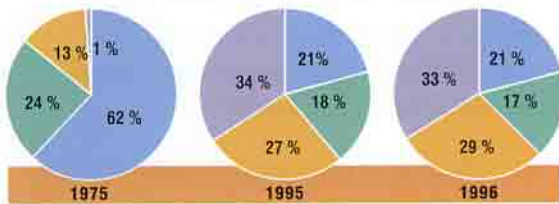
Répartition des effectifs par zone géographique

aux 31.12



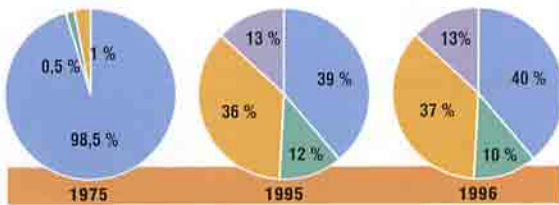
Répartition du chiffre d'affaires H.D.T. par secteur

- Vins et spiritueux France
- Boissons et produits sans alcool France
- Vins et spiritueux à l'étranger
- Boissons, produits sans alcool et distribution à l'étranger



Résultat opérationnel par secteur

- Vins et spiritueux France
- Boissons et produits sans alcool France
- Vins et spiritueux à l'étranger
- Boissons, produits sans alcool et distribution à l'étranger



**Résultat net part du Groupe par action :
21,10 francs**

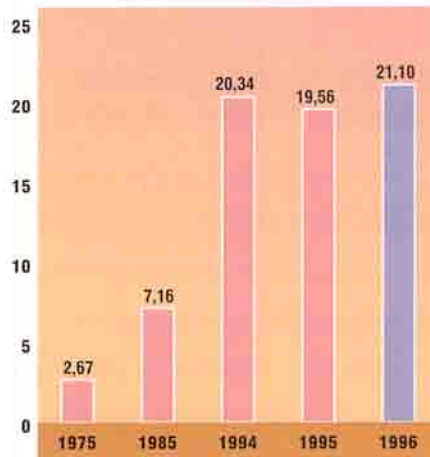
**Dividende 1996 :
8,40 francs par action**

**Évolution du titre
du 31.12.95 au 31.12.96 : +3,1 %**

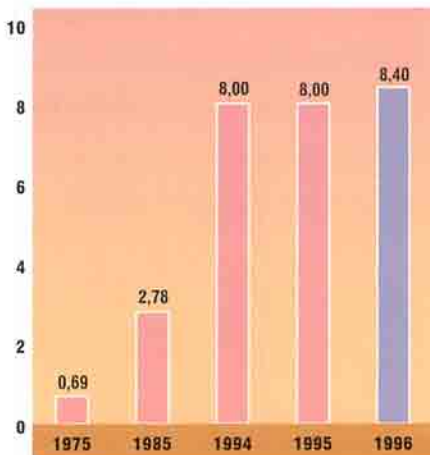
**Capitalisation boursière moyenne 1996
17 266 millions de francs**

Nombre d'actions : 56 386 660

Résultat net part du Groupe ajusté par action en francs



Dividende net ajusté par action en francs



**Effectif 1996 : 11 614
(dont 4 365 en France)**

**Unités de production :
71 dont 26 en France
45 à l'étranger**

**Tonnage de fruits
et plantes transformés
2,3 millions de tonnes**

L'année en revue



Entretien avec
Thierry JACQUILLAT,
Directeur Général.

- Les grands clients du Groupe en France ont-ils effectué des achats de précaution avant l'entrée en vigueur de la hausse des droits au 1er janvier 1997 ?

Oui, mais d'une ampleur limitée et sans ce phénomène de surstockage, les ventes auraient été stables. Ricard et Pastis 51 font mieux que maintenir leurs parts de marché, Suze progresse et Jameson et Clan Campbell réalisent de bonnes performances. Sur nos marques principales, la croissance moyenne est de 7,9 %. Malgré leur poids sur le marché, les sociétés françaises du Groupe sont donc toujours en position offensive.

- et à l'étranger ?

Hors de France, notre croissance est continue depuis de nombreuses années. Avec de belles réussites, comme Jameson qui est la marque de spiritueux mondiale ayant connu la plus forte progression en 1996 (+ 17,6 %) et qui franchit, tout comme Clan Campbell, le cap du million de caisses, Pernod et Ricard qui continuent à se renforcer, Havana Club qui connaît une très forte croissance, ainsi que nos marques à vocation plus régionale, comme l'Amaro Ramazzotti qui connaît des succès à l'export.

- Etes-vous satisfait des résultats commerciaux de PERNOD RICARD ?

Avec une croissance, à périmètre comparable et hors effet devise, de 5,2 % par rapport à 1995 et une internationalisation croissante de nos activités, je considère que ces résultats commerciaux sont satisfaisants, surtout si on les met en perspective avec les performances des différents marchés sur lesquels opère le Groupe : celui des spiritueux n'est en progression que dans quelques pays, comme les Etats-Unis et l'Allemagne, et celui des boissons sans alcool suit les mêmes tendances. Seul le marché des préparations aux fruits est en croissance dans toutes les régions du monde.

- Les résultats commerciaux du secteur des boissons et activités sans alcool sont plus contrastés.

Pour les boissons sans alcool, en France et à l'étranger, l'année a été plutôt médiocre, notamment à cause des mauvaises conditions météorologiques de l'été. Mais cette baisse globale recèle des performances contrastées. Ainsi le lancement d'Orangina Rouge est un beau succès même s'il n'a pu compenser l'été difficile de la marque. Pampryl regagne des parts de marché, Champomy a progressé fortement et Yoo-Hoo poursuit sa croissance aux Etats-Unis.

La performance d'ensemble de SIAS-MPA est bonne avec un marché français qui reprend sa croissance.

Vous avez qualifié les résultats de "supérieurs aux prévisions". Par quels facteurs positifs ont-ils été affectés ?

Les achats de précaution en France que j'évoquais plus haut ont joué leur rôle. Mais leurs effets bénéfiques ont été compensés par des provisions ad hoc effectuées par nos sociétés françaises du secteur alcool dans la perspective des moindres volumes qui seront réalisés en 1997. Ils ont été également compensés en 1996 en partie par les effets de réduction volontaire des stocks détenus par notre clientèle de grossistes distributeurs de Wild Turkey aux Etats-Unis et de Bisquit en Chine, de même que par les effets néfastes d'une météo particulièrement défavorable en 1996 contrastant avec celle très favorable de 1995.

Ces éléments positifs et négatifs se

compensent à peu de choses près, et sauf événements imprévisibles, les comptes de l'exercice en cours ne devraient pas en être affectés.

Notre résultat opérationnel progresse de + 3,4 %, avec, en amont une forte progression de nos frais de commercialisation, et en particulier des efforts de publi-promotion consentis par le Groupe en faveur de ses grandes marques.

La croissance de 7,9 % du résultat courant par rapport à 1995, bénéficie de la baisse des frais financiers, tandis que le résultat net part du Groupe s'établit à 1 190 millions de francs (+ 7,9 %), ce qui est une bonne performance.

Comment évolue la structure financière du Groupe ?

Elle s'est encore améliorée en 1996, avec un ratio endettement net sur capitaux propres de 31 % contre 34 % l'année précédente.

1996 est marqué par plusieurs acquisitions ou créations de nouvelles filiales.

Le Groupe a le souci de s'implanter là où il n'était pas encore présent directement. C'est le cas au Canada où nous avons pris le contrôle de NIHCO, distributeur de vins et spiritueux qui avait déjà en portefeuille plusieurs des grandes marques du Groupe, au Mexique où la création de PR MEXICO permettra le développement d'Havana Club sur un de ses marchés importants, mais aussi au Venezuela, où l'acquisition du producteur du rhum EL MUCO a été complétée par la création d'un réseau commercial.



Pastis 51 et Ricard : les sociétés françaises du Groupe sont toujours en position offensive.



Pour être complet, il faut ajouter que PR BELUX a repris avec succès la distribution de plusieurs grandes marques du Groupe, dont Ricard et Bisquit, que PERINDIA et PERICEYL (Sri-Lanka) vont entrer dans une phase plus opérationnelle courant 1997.

Mais PERNOD RICARD souhaite aussi accroître son poids sur les marchés où il est déjà présent. C'est le sens de la prise de contrôle d'EPOM, deuxième intervenant du marché de l'ouzo en Grèce, notamment avec sa marque Mini.

La puissance conjuguée de notre filiale LIZAS & LIZAS, premier producteur de liqueur, et d'EPOM facilitera ainsi le développement de nos marques internationales.

- La gamme s'est-elle élargie en 1996 ?

J'ai déjà mentionné les débuts prometteurs d'Orangina Rouge ; il y a aussi ceux de Pernod Hex. Il s'agit d'innova-

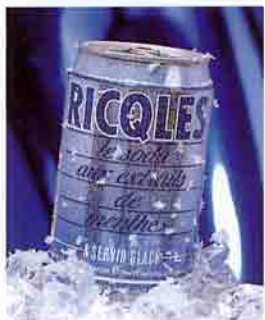
tions nées au sein du Groupe tout comme Terra Andina, le vin chilien qui vient s'adjoindre à la gamme "Vins du Monde". Nous avons par ailleurs acquis la marque Ricqlès, dont le soft-drink à la menthe vient compléter l'offre d'ORANGINA FRANCE.

A l'inverse nous avons cédé à un spécialiste du sirop la marque Sironimo qui avait été développée par CUSENIER.

- Le segment des boissons faiblement alcoolisées, qui est celui de Pernod Hex, intéresse-t-il PERNOD RICARD ?

Oui, car au-delà des phénomènes de mode, nous estimons probable la pérennité de certains produits situés sur ce marché. Nous y sommes présents avec Pernod Hex en Grande Bretagne et en Allemagne, mais aussi avec Wild Turkey Cola en Australie et, depuis le début 1997, avec Two Dogs dont le créateur a été aussi l'inventeur de cette catégorie de boissons.

Ces produits, faiblement alcoolisés (4 à 6 %), consommables en l'état, connus sous le nom de pré-mix ou d'alco-pops, se sont développés avec succès en Australie, en Amérique du Nord, en Afrique du Sud et en Grande-Bretagne. En acquérant Two Dogs, jeune marque au marketing très original et en pleine ascension dans plusieurs pays du monde, PERNOD RICARD a démontré sa capacité à réagir avec célérité aux demandes nouvelles du marché mondial.



Ricqlès vient compléter l'offre d'ORANGINA FRANCE.

- Les prix de vente au consommateur des marques du Groupe ont-ils augmenté en France à la suite de la loi sur la loyauté commerciale ?

La loi sur la loyauté commerciale, dite loi Galland, n'a aucunement contribué à augmenter les prix de vente moyens de nos marques qui, hors les augmentations annuelles normales de tarif, sont restés stables ou ont diminué. Ils ont augmenté seulement dans certains magasins dont la politique consistait à se servir des grandes marques comme produit d'appel pour les vendre à perte. La loi prohibait déjà cette pratique, mais le nouveau texte, plus précis et plus répressif, devrait être mieux appliqué.

- La hausse des droits sur l'alcool en France en 1997 pénalisera-t-elle votre activité ?

Dans plusieurs pays d'Europe (l'Espagne, la Grèce, la France) les droits sur les boissons alcoolisées ont été augmentés pour réduire les déficits budgétaires et également afin de les rendre compatibles avec les critères du traité de Maastricht.

La question de la fiscalité n'est donc pas uniquement française. Et partout notre position est la même : il faut tout d'abord harmoniser le niveau de fiscalité dans les différents pays de l'Union européenne et réduire ainsi les énormes écarts existants ; ensuite mettre en place une taxation proportionnelle au degré d'alcool. En refusant d'envisager ce mode de calcul équitable et conforme au motif de santé publique, l'Etat français désorganise périodiquement le

marché des spiritueux sans pour autant obtenir de la hausse le rendement attendu. La hausse du 1^{er} janvier 1997 a permis de relancer ce débat, qui, faute d'une issue plus favorable, a bien mis en lumière le caractère totalement inadapté de notre fiscalité sur les boissons, rendue encore plus incohérente par la création d'une taxe dissuasive et discriminatoire sur certaines boissons à faible degré d'alcool.

- Comment se dessine l'année 1997 :

Nos grandes marques internationales de spiritueux et nos activités dans les boissons et produits sans-alcool seront les vecteurs de notre croissance dans un environnement économique mondial qui s'améliore. Par contre, le comportement du marché français des spiritueux sera affecté par le destockage qui a été anticipé et provisionné au titre de l'exercice en cours. C'est donc avec une certaine confiance, mais aussi avec détermination que nous abordons l'année 1997, afin d'assurer avec les meilleurs atouts du Groupe PERNOD RICARD son développement et sa profitabilité.



Two Dogs...
une jeune marque
en pleine expansion.





France : la croissance par l'innovation

Sur le marché français, les performances du Groupe PERNOD RICARD en 1996 demandent à être analysées sur deux niveaux. A première vue, on retiendra que, d'une part, l'exercice a été marqué par une nouvelle hausse des taxes (+ 5 %) sur les boissons alcoolisées et que, d'autre part, les mauvaises conditions climatiques ont orienté à la baisse les ventes de boissons sans alcool. Avec pour conséquences une augmentation de 8,9 % des ventes d'apéritifs et de spiritueux du Groupe (favorisée en partie par le phénomène désormais classique de surstockage chez les distributeurs) et, à l'inverse, un recul de 5,3 % en volumes des boissons sans alcool qui ont directement souffert du mauvais temps.

En deuxième lecture, la réalité est plus complexe. Ainsi que l'explique Georges Nectoux, président-directeur général de RICARD, "globalement, le marché français des spiritueux et apéritifs est en légère régression, à 445 millions de litres contre 447 millions en 1995. Pourtant dans ce contexte difficile nos marques clés ont continué à progresser et à gagner des parts de marché. C'est notamment le cas de Ricard pour les anisés, de Clan Campbell et Jameson pour les whiskies". Même constat chez PERNOD-CUSENIER où Pastis 51, Aberlour, Wild Turkey, ou encore Suze pour les amers, enregistrent des performances supérieures au marché.

Le Groupe recueille ainsi les fruits d'une politique commerciale offensive et d'une communication soutenue sur ses marques leaders qui, chaque année, attirent de nouveaux consommateurs. En outre, la capacité d'innovation confirme, elle aussi, sa fonction de moteur de développement. Un point de vue partagé par Thierry Billot, président-directeur général de PERNOD-CUSENIER, qui ne manque pas d'exemples en portefeuille. "Un produit comme Soho, une base de cocktail au litchi créée par le Centre de Recherche PERNOD RICARD, a progressé, en 1996, de 50 % sur le réseau des cafés-hôtels-restaurants. De même Havana Club, premier authentique rhum cubain lancé sur ce même réseau, est un franc succès. Ces nouveaux produits que les consommateurs ont découvert au café, les Français les retrouveront demain dans les grandes surfaces".



Ricard :
...une part de marché
mieux que maintenue.

Clan Campbell :
...mieux que le marché
pour le "blend" distribué
par RICARD.

De plus, la reprise par CUSENIER de la distribution de l'irish whiskey Paddy (qui a déjà progressé de 35 % en 1996) et le lancement d'une bouteille de Ricard de 70 cl (un format adapté au souhait de certains consommateurs) viennent aujourd'hui renforcer l'offre du Groupe sur le marché français des spiritueux. Enfin, décidé à dynamiser et renforcer ses positions sur le marché des cidres où les produits traditionnels tendent à stagner, CSR-PAMPARYL avance de nouvelles cartes avec ses cidres Flagger ou Dagan. Des cidres élaborés "à l'anglaise" qui rajeunissent l'image du produit.



Soho : une innovation qui a su rencontrer le consommateur.

Flagger : les "Ciders" rajeunissent avec succès l'image du produit.

Quant au secteur sans alcool, 1996 a également été placée sous le signe de l'innovation. Sans doute Orangina, pénalisé par la météo, a-t-il vu ses volumes reculer cette année... mais la situation a pu être compensée grâce à l'effet de gamme (Orangina Light, Orangina Plus) et, surtout, grâce au succès d'Orangina Rouge qui a multiplié par quatre les objectifs de vente fixés lors de son lancement au 1er avril. Ainsi que le diagnostique Jacques Pfister, président-directeur général d'ORANGINA FRANCE, "la France est aujourd'hui le marché le plus porteur d'Europe pour les soft drinks. Car nos consommateurs ont entrepris de rattraper, lentement mais sûrement, leurs voisins belges, allemands ou espagnols dont la consommation per capita s'établit à plus du double de la consommation française". Une donnée structurelle dont l'incontestable n° 2 des soft drinks (colas compris) ne peut que profiter. Y compris dans le secteur "hors domicile" où, avec les marques Pepsi et Seven Up, la force de vente ORANGINA propose la gamme la plus complète et la plus attractive du marché, renforcée cette année par le rachat de la marque Ricqlès, et par le lancement de Cheyenne sur le marché en rapide progression des boissons au thé.



Moins soumis aux variations saisonnières, le segment des nectars et purs jus de fruits est resté bien orienté en 1996. "Globalement, les ventes ont encore progressé de 5 %. Mais grâce à son nouveau conditionnement, Pampryl a fait beaucoup mieux : + 30 % ! C'est la seule gamme de jus de fruits à bénéficier d'une bouteille plastique imperméable à l'oxygène et qui allège le poids du panier de la ménagère. Une innovation majeure, brevetée par le Centre de Recherche PERNOD RICARD, qui, incontestablement, nous a apporté de nouveaux consommateurs" se félicite Alain Chamla. Tirant, par ailleurs, l'enseignement des très bonnes performances de Champomy (+ 40 %), le président-directeur général de CSR-PAMPRYL confirme les atouts dont le Groupe dispose sur le marché des boissons pour enfants. "Avec ce jus de pommes pétillant, nous avons ouvert un nouveau marché : celui des fêtes pour enfants, et pas seulement à Noël, car la marque est désormais présente toute l'année et pour toutes les occasions". Dès lors, continuant son travail sur cette jeune cible, CSR s'apprête à relancer, spécialement à l'intention des enfants, la boisson aux fruits Banga.

Enfin, SIAS-MPA, leader mondial des préparations de fruits pour l'industrie agroalimentaire, fêtait en 1996 sa quinzième année de présence au sein du Groupe. "Durant cette période, nous avons multiplié par quatre notre chiffre d'affaires. En France, malgré un marché arrivé à maturité et très concurrentiel, nous continuons à progresser car nous maîtrisons et développons sans cesse des techniques très pointues", explique François Gérard, président-directeur général. Et, parallèlement à ses "collections" pour les produits laitiers frais, les glaces ou encore les biscuits, SIAS-MPA s'ouvre de nouveaux débouchés en développant des compositions spécifiques, destinées aux nouvelles générations de boissons.



Orangina rouge :
des objectifs de vente
largement dépassés.

Pampryl :
la bouteille
"Barex" de Pampryl,
une innovation majeure.



De gauche à droite :
Alain CHAMLA, PDG CSR-PAMPRYL ;
Jacques PFISTER, PDG ORANGINA FRANCE ;
Georges NECTOUX, PDG RICARD ;
Thierry BILLOT, PDG PERNOD.



Europe : la puissance du réseau de distribution

Hors de France, c'est en Europe que le Groupe est le plus solidement implanté. Poursuivant, depuis sa création, une stratégie d'extension méthodique de son réseau de distribution, PERNOD RICARD regroupe aujourd'hui dix-huit sociétés filiales, consolidant ainsi sa place de premier distributeur européen de vins et spiritueux et, avec Orangina, d'opérateur de premier plan sur le marché des boissons sans alcool. Les résultats commerciaux 1996 auront largement confirmé la solidité de cette implantation : "A périmètre égal, notre activité commerciale a globalement progressé de 15 % au cours du dernier exercice, constate Pierre Pringuet, président-directeur général de PR EUROPE. De plus, nos nouvelles filiales, PR BELUX, en Belgique et au Luxembourg, ainsi que SOMAGNUM, au Portugal, ont repris avec succès la distribution de nos produits : pour leur première année d'activité, elles ont atteint des records historiques sur toutes nos marques stratégiques."

De fait, et alors même que la consommation des spiritueux marque le pas en Europe, la plupart des grandes marques du Groupe inversent la tendance, enregistrant des taux de croissance souvent à deux chiffres, tant pour les anisés (Ricard : + 16 %), que pour les whiskies (Jameson : + 28 %, Clan Campbell : + 6 %, Wild Turkey : + 19 %), où encore pour le rhum Havana Club qui remporte la palme 1996 avec le plus fort taux de croissance. A noter également les excellentes performances de l'Amaro Ramazzotti, qui a fortement développé ses exportations (notamment à destination de l'Autriche, de l'Allemagne, de la Suisse et des Pays-Bas), et de certaines spécialités comme le pacharan Zoco, en Espagne.

Ces bons résultats d'ensemble prennent valeur de symbole, notamment pour IRISH DISTILLERS, engagé sur le très concurrentiel marché mondial des whiskies. "Les performances de Jameson en Europe Continentale ont largement contribué à faire passer la marque au-delà du million de caisses vendues*, annonce Richard Burrows, président-directeur général d'IRISH DISTILLERS. Aussi, par sa montée en puissance et son autonomie croissante, le réseau commercial Pernod Ricard ne cesse de démontrer son efficacité pour le développement de nos marques : pour Jameson, bien entendu, mais aussi pour Bushmills qui gagne régulièrement de nouvelles parts de marché."



Havana Club :
Le rhum cubain progresse
sur ses marchés clés
européens.

Jameson :
...au delà du million
de caisses...

*1 caisse = 9 litres

Le constat vaut également pour Clan Campbell, le scotch whisky produit par CAMPBELL DISTILLERS qui, lui aussi, a dépassé le million de caisses. "1996, d'une façon générale, est une très bonne année pour nous, précise Bruno Roqueplo, président-directeur général de la filiale anglaise du Groupe. Outre les performances de Clan Campbell, notre single malt Aberlour enregistre, au niveau mondial, la plus forte progression du marché des whiskies haut de gamme. Quant à notre marché intérieur, les perspectives d'avenir se confirment à travers le succès immédiatement recueilli par Pernod Hex (un mélange prêt-à-boire de Pernod, de cassis et d'eau gazeuse), et à travers les excellents résultats de notre filiale de distribution spécialisée, CAXTON TOWER, avec laquelle les vins australiens ont encore progressé de 55 %."



Un marché pour lequel la Grande-Bretagne semble donner le ton. En effet, si l'Australien Jacob's Creek progresse de 45 % sur l'ensemble de l'Europe, certaines régions se révèlent aujourd'hui résolument amateurs de vins du nouveau monde. Particulièrement les pays scandinaves où la marque a tout simplement doublé ses volumes d'un exercice à l'autre. "Ces résultats montrent que, sur les marchés des vins et spiritueux, l'Europe reste, pour PERNOD RICARD, une terre de conquête et de croissance", résume Pierre Pringuet. Dès lors le Groupe y renforcera encore son implantation : en particulier à l'est, avec PR ROUSS, sa filiale russe, et avec PRECO, une structure commune qui, depuis Vienne, coordonne ses filiales en Hongrie, en Tchéquie et en Pologne. Mais aussi au sud, notamment grâce au rachat de la société grecque EPOM, deuxième producteur national d'ouzo, qui va multiplier par deux son activité dans ce pays dès 1997.

Amaro Ramazzotti :
Un amaro italien qui sait séduire l'Europe du Nord.

Pernod Hex :
...un succès qui ouvre des perspectives sur un marché prometteur.



Quant au marché des boissons sans alcool, la conjoncture aura été moins favorable en 1996 : Orangina, en Europe comme en France, a souffert de l'été maussade. "Nos ventes ont chuté sur le second semestre, souffrant de la comparaison avec les deux étés précédents qui avaient été très favorables en terme de climat, explique Michel Fontanes, qui préside aux activités d'Orangina à l'international. Toutefois, la marque poursuit sa politique méthodique d'implantation et de développement. Nous attendons notamment beaucoup de l'Espagne, où nous avons initié une nouvelle coopération avec deux embouteilleurs locaux, et de l'Italie où nous avons signé un partenariat avec Pepsi." Enfin, Orangina se montre toujours aussi dynamique sur le terrain de la communication : 250 000 passeports aux couleurs d'Orangina permettant d'obtenir différents coupons de réduction ont été remis l'année dernière aux touristes britanniques en visite en France. En 1997, l'opération sera reconduite sur 500 000 passeports et un pays supplémentaire.

Pour SIAS-MPA, l'Europe des préparations de fruits est, à l'image de la France, un marché désormais parvenu à maturité mais sur lequel la filiale du Groupe consolide sa position de leader. De plus s'est-elle trouvée de nouveaux relais de croissance à l'Est où, ainsi que l'explique François Gérard, président-directeur général de SIAS-MPA, "nous enregistrons aujourd'hui les bénéfices de nos investissements en Pologne, grâce à l'unité ouverte il y a trois ans, ainsi qu'en République Tchèque où notre société locale étend ses ventes jusqu'au sud de l'ancienne URSS."

Enfin, on notera également la forte progression de la filiale de distribution irlandaise BWG FOOD, une chaîne de cash and carry historiquement implantée en République d'Irlande qui, depuis la reprise de J&J HASLETT, s'est développée en Irlande du Nord. Un secteur d'activités qui, pour être différent des métiers "traditionnels" du Groupe, n'en est pas moins complémentaire et peut révéler de possibles développements.



Aberlour :
...la plus forte progression
du marché des whiskies
haut de gamme.



De gauche à droite :
Michel FONTANES, PDG ORANGINA INTERNATIONAL (CFPO & CECO) ;
Pierre PRINGUET, PDG PR EUROPE ;
Bruno ROQUEPLO, PDG CAMPBELL DISTILLERS ;
Richard BURROWS, PDG IRISH DISTILLERS.



Monde : quand la maîtrise de la distribution dynamise les marques

Comme sur la plupart des grands marchés occidentaux, la consommation de spiritueux en Amérique du Nord est orientée à la baisse. Pourtant, à l'image des filiales européennes de PERNOD RICARD, AUSTIN NICHOLS a réalisé, en 1996, un très bon résultat sur l'ensemble des marques du Groupe. "Sur un marché des spiritueux stagnant, nous avons été très attentifs à la promotion de nos produits sur les lieux de vente : ce qui explique nos bonnes performances", estime Michel Bord, président-directeur général d'AUSTIN NICHOLS et de PR AMERICAS, la nouvelle structure de distribution couvrant l'ensemble du continent américain. Résultat : le bourbon Wild Turkey est à nouveau en croissance tandis que le single malt Aberlour continue sa percée avec une hausse de 30 %. L'Irish whiskey Jameson réussit également une très belle performance, "à tel point qu'aujourd'hui, les Etats-Unis sont devenus le troisième marché de la marque dont nous avons repris la distribution en direct. Et, avec un réseau pourtant plus petit que celui de notre prédécesseur, mais très motivé, nous avons fait mieux", précise Michel Bord.

Même stratégie sur le marché des vins. Les Australiens, Jacob's Creek en tête, affichent une confortable croissance de 30 %, et la gamme des vins italiens Canei, dont la distribution a également été reprise par AUSTIN NICHOLS, marche sur ses traces. Une reprise en main de la marque là encore accompagnée d'un important effort de promotion. "Nous investissons sur nos marques et nous en récoltons les fruits. Bien évidemment, cette stratégie sera reconduite en 1997".

Au Canada, PR AMERICAS a racheté en 1996 la société NIHCO qui assurait jusque là la distribution des marques du Groupe sur ce marché. "On a tout de suite noté une progression en parts de marché sur toutes nos marques. Et, en 1997, la gamme sera renforcée avec Dubonnet, Havana Club et nos anisés", poursuit Michel Bord. En outre, le Groupe a fortement renforcé sa présence en Amérique Latine au cours du dernier exercice. Jusque là, PERNOD RICARD était essentiellement présent en Argentine. PR MEXICO et EL MUCO BEBIDAS au Venezuela viennent désormais compléter l'implantation. "PR MEXICO est une création ex nihilo dont la vocation est d'assurer le développement d'Havana Club sur un de ses marchés de référence, souligne Michel Bord. Mais, très rapidement, sa gamme va s'élargir avec notamment Jameson et Dubonnet."

Producteur local de rhum, EL MUCO BEBIDAS possède, depuis son acquisition par le Groupe, son propre réseau commercial. "Un atout essentiel dans un marché assez fermé aux produits d'importation. Comme nous l'avons fait dans de nombreux pays, nous allons pouvoir développer une activité globale à partir d'une société de production locale", conclut Michel Bord.



Wild Turkey :
Un bourbon qui joue
l'image de la qualité.



Jacob's Creek
et Long Mountain:
+14 % en 1996 pour
la gamme "Vins du
Monde" du Groupe.

En Australie, pour ORLANDO WYNDHAM, il s'est agi en 1996 de gérer le succès dans les meilleures conditions. Avec des exportations qui ont, une nouvelle fois, augmenté de 24 % à travers le monde, le producteur du désormais célèbre Jacob's Creek a dû contrôler au plus près ses expéditions pour éviter de se retrouver lui-même en rupture de stock. "Nous nous adressons aux nouveaux consommateurs qui sont à la recherche de vins accessibles en termes de goût et de coût, que l'on peut acheter sans risque d'être déçu. Dans tous les pays qui ne sont pas "historiquement" consommateurs de vin, en Europe du Nord, aux Etats-Unis, en Asie, notre potentiel de croissance est immense car la consommation augmente régulièrement et notre objectif est de répondre à cette demande", explique André Boucard, président-directeur général d'ORLANDO WYNDHAM.

De plus, PERNOD RICARD a encore élargi son offre de vins du nouveau monde. Aux côtés des vins australiens d'ORLANDO WYNDHAM, des vins argentins d'ETCHART, le Groupe s'est adjoint une gamme de vins d'Afrique du Sud sous l'appellation Long Mountain et une gamme de vins chiliens justement dénommée Terra Andina. Lorsque l'on sait que les exportations de vins chiliens ont augmenté de 720 % depuis 1985, on mesure le développement attendu...

En Asie, "avec la création de PR ASIA, 1996 est un élément clé pour le développement du Groupe", note Philip J. Cushway, son président-directeur général. La croissance reste forte puisque l'activité du Groupe a progressé de 20 % sur l'ensemble de la zone, en particulier sur la Thaïlande, Singapour et, surtout, la Corée qui affiche une hausse de 62 % de son chiffre d'affaires. L'ensemble des vins et spiritueux du Groupe ont participé à cette croissance, le marché des cognacs en Chine ayant seul souffert d'un phénomène de déstockage. "Les pays asiatiques offrent un fort potentiel de croissance pour toutes nos marques, estime Philip J. Cushway. A court terme, nous fondons de grands espoirs sur le marché chinois qui ne se limite plus au seul cognac."



Canei :
Reprise réussie de la distribution de Canei par AUSTIN NICHOLS

Bisquit :
Sur les marchés asiatiques, et sur celui du hors-taxes, Bisquit sait faire preuve de créativité.

Ce tour du monde des marchés serait incomplet sans relever les performances enregistrées dans le secteur hors taxes où les efforts déployés par WORLD BRANDS DUTY FREE ont permis, selon son dirigeant Chris Mason, "de retrouver des parts de marché équivalentes aux positions du Groupe sur le marché mondial". Un secteur d'activités important pour l'image des grandes marques internationales de PERNOD RICARD qui s'attachera, dans les années à venir, à consolider le succès recueilli par les produits et conditionnements spécialement conçus pour ce secteur.

Pour les boissons sans alcool, l'exercice 1996 est également resté bien orienté. La boisson chocolatée Yoo-Hoo poursuit sa success-story et Orangina affiche une croissance à deux chiffres aux USA. "D'une façon générale, nos ventes ont progressé d'une manière significative sur la plupart de nos marchés à l'international, constate Michel Fontanes. Et, pour le président d'ORANGINA INTERNATIONAL, cette tendance ne se démentira pas. "D'une part, notre communication fonctionne et obtient des scores de notoriété remarquables. D'autre part, nous continuons à ouvrir de nouveaux marchés. Le Liban est ainsi le 56^e pays où Orangina est distribué."

Quant à SIAS-MPA, les marchés américains et australien restent, plus que jamais, des relais de croissance majeurs. "Nos implantations sur ces marchés nous permettent de développer de nouveaux produits. La demande y est forte pour les préparations pour les glaces et l'expérience que nous avons acquise là-bas nous est très précieuse pour développer ce type de produits pour le marché européen", analyse François Gérard, président-directeur général de SIAS-MPA. Le leader mondial réalise sur cette zone un tiers de son chiffre d'affaires, et cette part est appelée à augmenter. "Nous nous développons au Mexique, et nous avons réalisé notre première année d'activité en Argentine. Le Brésil, mais aussi l'Afrique du Sud et la Chine, devraient être nos prochains axes de développement", conclut François Gérard.



Orangina :
Liban : 56^e pays pour
Orangina

Préparation de fruits :
Les marchés américains
et australien sont des
relais de croissance
majeurs pour SIAS-MPA.



De gauche à droite :
Chris MASON, PDG WORLD BRANDS DUTY FREE ;
François GÉRARD, PDG SIAS-MPA ;
Michel BORD, PDG AUSTIN NICHOLS et PR AMERICAS ;
André BOUCARD, PDG ORLANDO WYNDHAM ;
Philip J. CUSHWAY, PDG PR ASIA.

L'année boursière

En 1996 la plupart des bourses mondiales, à l'exception notable du Japon, ont terminé l'année sur des niveaux historiques. Wall Street, avec une hausse du Dow Jones de plus de 25 % (après + 33,5 % en 95) a tiré les bourses occidentales. Londres progresse de près de 12 %, l'indice DAX à Francfort de 28,2 %.

A Paris, malgré l'absence d'une franche reprise de la croissance, l'indice CAC 40 affiche une hausse de 23,7 %, après une quasi stabilité en 1995 et une baisse de 17 % en 1994. Ainsi, à la clôture (2.315,73), l'indicateur retrouve pratiquement son niveau historique du 2.02.94 (2.360,98).

Avec une variation de + 3,1 %, PERNOD RICARD a largement sous-performé le CAC 40. Cette contre-performance est toutefois à tempérer si on la compare aux autres valeurs du secteur des industries agro-alimentaires (à l'exception de LVMH) qui ont toutes connu la désaffection des investisseurs en 1996 (- 5,2 %).

Et pourtant l'année avait bien commencé. Après un médiocre parcours en 1995 le titre, jugé sous-estimé, avait largement corrigé dès l'ouverture de l'exercice.

Les deux premiers mois de 1996, le titre connaît une évolution largement supérieure à celle de l'indice (à fin février + 13,8 % / CAC 40 + 6,4 %). L'annonce du CA 1995, le 12 février, est bien accueillie et le titre poursuit son redressement alors que le marché est à la baisse (317).

Prise de bénéfice en mars dans des volumes qui se sont fortement contractés et au delà une évolution du titre assez proche de celle de l'indice. La publication des résultats 1995, le 21 mars, va peser sur la valeur malgré l'annonce d'un dividende inchangé.

Brusque réveil du titre fin avril, mouvement qui se poursuivra jusqu'à la deuxième décennie de mai avec une forte augmentation des volumes traités. PERNOD RICARD touche son plus haut de l'année le 22 mai à 356 (+ 28 % depuis l'ouverture). Les étrangers, présents sur le marché depuis le début du mois d'avril, s'intéressent à nouveau à la valeur.

Ces mouvements sont relayés et amplifiés par la généralité du marché dès le jour de l'Assemblée (7 mai), à l'annonce d'un premier trimestre 1996 satisfaisant et la confirmation d'un retour à la croissance avec une prévision d'évolution des résultats 1996 de l'ordre de deux fois l'inflation.

Le comportement du titre dans les semaines qui suivent est décevant. En fait c'est l'ensemble du secteur agro-alimentaire qui souffre en Bourse, conséquence de l'atonie de la consommation en France. En juillet le titre abandonne 7,4 % dans un marché à - 6 %.

Après avoir évolué en ligne avec l'indice, PERNOD RICARD, le 3 septembre, se retrouve à nouveau sur le CAC affichant

Volumes et cours sur 18 mois à la Bourse de Paris.

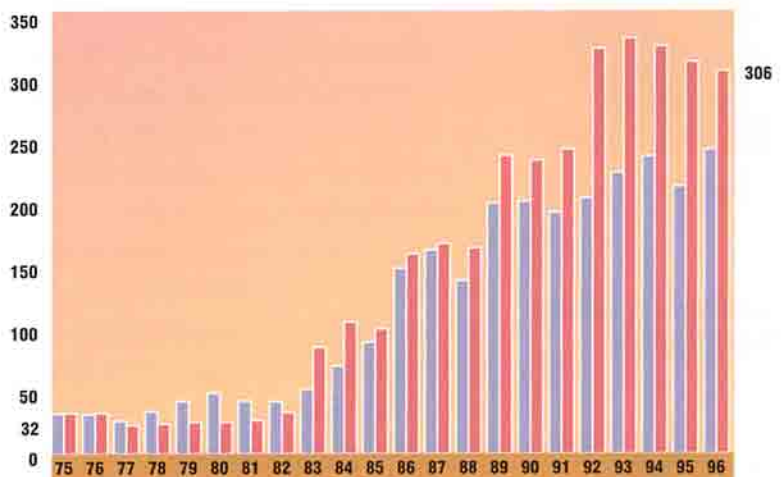
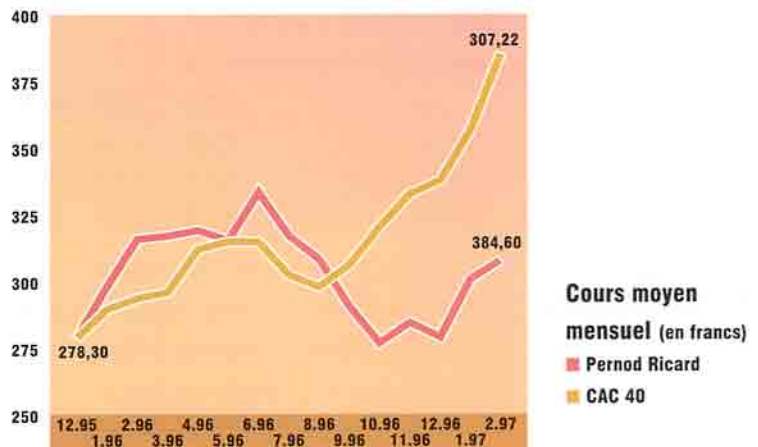
Mois	Volumes nombre de titres (en milliers)	Volumes capitaux (en MF)	Cours moyen (en francs)	plus bas (en francs)	plus haut (en francs)
10/95	1 576	448	284,54	298,90	274,10
11/95	1 978	576	291,00	303,00	282,00
12/95	1 929	541	280,69	296,40	267,20
01/96	2 210	658	297,54	315,00	277,00
02/96	2 102	663	315,18	325,00	301,20
03/96	2 079	658	316,37	325,00	307,00
04/96	3 393	1 081	318,45	338,90	310,00
05/96	3 006	1 027	341,70	356,00	326,00
06/96	1 679	559	332,80	344,50	325,00
07/96	1 578	499	316,40	333,90	302,00
08/96	1 103	339	307,61	319,00	301,10
09/96	2 423	703	289,97	308,80	270,20
10/96	2 452	677	276,23	292,00	266,10
11/96	2 247	638	283,97	297,00	274,00
12/96	2 602	724	278,36	296,00	262,00
01/97	4 294	1 289	300,14	313,00	277,00
02/97	2 434	748	307,22	319,80	297,50
03/97	2 607	829	317,82	334,50	306,00

une hausse de 6,3 % depuis le début de l'année (295). C'est à ce moment que se produit l'effet de ciseaux à l'annonce d'une majoration de la taxation des alcools dans le cadre du financement du déficit de la Sécurité Sociale et le projet de ne mettre à contribution que les seuls spiritueux. La réaction du marché est très vive et s'accélère à partir du 18 septembre. Cette forte baisse se produit alors même que le marché progresse vivement à Paris dans le sillage de Wall Street. Sur septembre la baisse du titre ressort à - 6,8 % dans un marché à + 8,2 %, PERNOD RICARD contre-performant de 15 % le CAC 40.

Le mouvement de baisse se poursuit en octobre dans des volumes toutefois plus réduits et dans un marché toujours orienté à la hausse. Nombreux sont les analystes qui révisent en baisse les prévisions de résultats, principalement sur 1997, et recommandent l'allégement ou la vente. Le titre touche son plus bas à 266,10 le 25 octobre (PR - 4,4 % depuis le début de l'année / CAC 40 + 15,6 %).

Il faut attendre le début du mois de novembre, l'annonce d'une moindre hausse des taxes et l'élargissement de l'assiette de la contribution aux bières, pour que le titre retrouve quelques couleurs. Toutefois la publication (le 15 novembre) du CA du troisième trimestre, confirmant l'atonie des ventes en France accentuée par des conditions climatiques défavorables, stoppe le retournement. Ce n'est qu'avec la fin de l'année que le Marché prend enfin conscience de la forte sous capitalisation du titre (PER de 14,3 pour une moyenne Marché de 19,8) et corrige pour clôturer à 287 sur une hausse de 3,1 % à rapprocher d'une variation du CAC 40 de 23,7 %.

Envolée spectaculaire de la Bourse de Paris en ce début d'année 1997 avec une augmentation constante des volumes



d'échange depuis le 1^{er} janvier. La forte hausse du dollar et les révisions de perspectives de croissance, dans un contexte de taux d'intérêts historiquement bas, ont favorisé l'ensemble des bourses européennes.

PERNOD RICARD a, globalement, accompagné le Marché au premier trimestre avec une légère sous-performance en février. A fin mars 1997, le titre clôture à 315,70 (+10 %) pour un marché à +14,7 % (CAC 40).

Cours moyen ajusté (en francs)
 ■ Pernod Ricard
 ■ Indice SBF moyen, ajusté sur le cours moyen ajusté Pernod Ricard 1975

L'année sociale 1996

Un effectif global de 11 614 personnes

	1995	1996	Var. %
Effectif France	4 462	4 365	-2,2
Effectif étranger	7 113	7 249	1,9
Effectif total Groupe	11 575	11 614	0,33

Avec 11 614 personnes présentes au 31 Décembre 1996, l'effectif du Groupe est quasi stable par rapport à l'année précédente (11 575 personnes).

L'internationalisation du Groupe trouve sa confirmation dans la croissance des effectifs étrangers (+1,9 %) qui représentent 62,4 % du total Groupe et qui s'explique en grande partie (63 %) par l'élargissement du périmètre de consolidation à de nouvelles sociétés : SIAS BOHEMIA (Rép. Tchèque), PR BELUX (Belgique), PR CHILE (Chili) et ORLANDO WYNDHAM NEW-ZEALAND (Nouvelle Zélande). L'augmentation de l'effectif global de la SIAS (+17,2 %) est par ailleurs à souligner.

Une structure stable

D'un point de vue structurel, on note que la répartition hommes (66 %), femmes (34 %) reste stable en 1996 ; proportion d'ailleurs respectée dans l'ensemble du Groupe quelque soit le type de contrat (CDD ou CDI).

Les Contrats à Durée Déterminée au 31.12.96 représentent 7 % de l'effectif global (soit 811 personnes) en nette augmentation par rapport à 1995 (617 personnes soit 5,33 % de l'effectif). Ce type de contrat se rencontre majoritairement à l'étranger avec 9,2 % de l'effectif étranger (7 % en 1995) pour 3,3 % de l'effectif France (contre 2,7 % en 1995).

En 1996, les répartitions des effectifs par catégorie et par fonction sont restées stables par rapport à 1995.

Embauche : 1 406 personnes

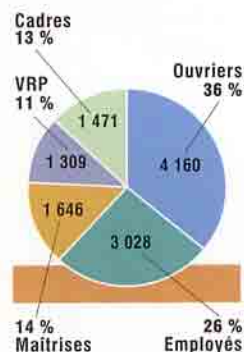
En 1996, 1 406 personnes ont été recrutées en contrats à durée indéterminée dans le Groupe (contre 1 429 en 1995) dont 218 en France (contre 170 en 1995).

Age et ancienneté *

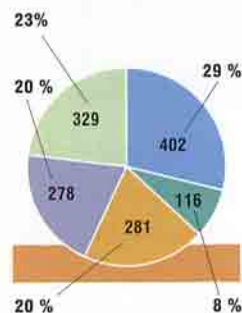
L'âge moyen du personnel du Groupe, 39 ans et 5 mois reste stable, à périmètre identique, par rapport à 1995. Il existe une différence entre les filiales étrangères (38 ans et 7 mois), et les filiales françaises où l'âge moyen est de 40 ans et 10 mois. Cependant, ces dernières ont en moyenne rajeuni (41 ans et 1 mois en 1995).

* N'ont été pris en compte dans ces statistiques que les contrats à durée indéterminée.

Répartition des effectifs par catégorie

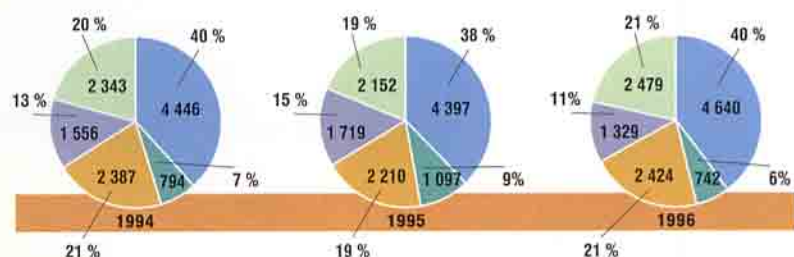


Répartition des entrées CDI par fonction

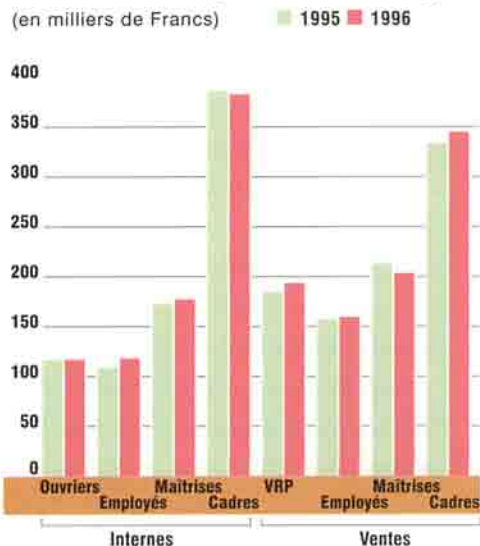


- Production
- Distribution et Logistique
- Siège et Recherche
- Commercial Administratif
- Commercial Vente

Evolution de la répartition des effectifs par fonction



Salaires annuels moyens des filiales françaises



Le Groupe Pernod Ricard se mobilise pour l'insertion professionnelle des jeunes

L'ancienneté moyenne est en légère augmentation avec 11 ans et 9 mois, pour 11 ans et 5 mois en 1995. L'écart entre le personnel France (14 ans et 7 mois) et le personnel à l'étranger (9 ans et 4 mois) reste, comme les années précédentes, assez marqué. Néanmoins, l'ancienneté moyenne à l'étranger est en légère augmentation (9 ans et 1 mois en 1995).

Salaire moyen France : +2,35 %

En 1996, l'augmentation du salaire moyen des filiales françaises a été de 2,35 %. Les salaires moyens des V.R.P. (+4,3 %) et des cadres de ventes (+3,3 %) ont connu la plus forte progression. Dans la prolongation des efforts entrepris les années précédentes, on observe cette année encore, une revalorisation des bas salaires dans l'ensemble du Groupe.

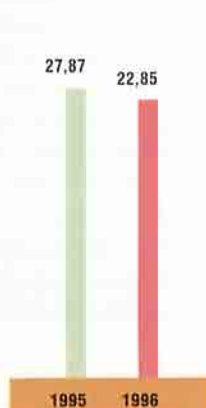
Absentéisme et accidents du travail : des efforts payants.

Pour l'année 1996, le taux d'absentéisme a baissé malgré une augmentation de l'absentéisme maternité compensée par une réduction significative de l'absentéisme maladie.

Les filiales du Groupe ont poursuivi leur effort en ce qui concerne la prévention des accidents du travail dont le taux de fréquence est de 22,85 contre 27,87

Taux de fréquence

Nombre d'accidents avec arrêts / 1 000 000 d'heures travaillées



Taux de gravité

Nombre de jours perdus / 1 000 heures travaillées



1997 a été désignée en France comme l'année des jeunes, celle de la réussite de leur insertion professionnelle.

En 1996, afin d'aider les jeunes générations confrontées à des difficultés de plus en plus sérieuses pour rejoindre le monde de l'entreprise, PERNOD RICARD et ses filiales ont renforcé les actions menées habituellement vis-à-vis des moins de 26 ans, quel que soit leur niveau d'étude et de formation.

1°) L'insertion des jeunes diplômés

Le Groupe entretient des relations privilégiées avec plusieurs grandes écoles de commerce et d'ingénieurs, ce type de partenariat n'étant pas spécifiquement parisien. Il s'agit, à l'occasion de manifestations organisées sur les campus, de faire découvrir nos métiers et nos produits à des jeunes qui seront les futurs cadres des entreprises du Groupe.

PERNOD RICARD et ses filiales répondent, dans la limite de leurs possibilités d'accueil, à l'attente de ces jeunes durant leurs études en leur offrant des stages de bon niveau (environ 150 stages de ce type au total en 1996, répartis dans toutes les filiales françaises et étrangères du Groupe). Elles alimentent ainsi leur politique de détection de jeunes à potentiel. Certains garçons poursuivent même leur collaboration avec le Groupe au travers d'un Service National en entreprise et à l'étranger (20 à 25 postes par an) ; la plupart d'entre eux sont ensuite définitivement embauchés.

Les filiales intègrent volontiers de jeunes diplômés sans expérience professionnelle, un stage dans une des sociétés du Groupe restant un moyen efficace mais non exclusif de le rejoindre.

2°) L'insertion par l'alternance

De façon habituelle, les entreprises du Groupe accueillent des jeunes en formation par alternance sous forme de contrats d'adaptation (chez RICARD et ORANGINA) et de contrats de qualification (chez PERNOD, ORANGINA, SIAS et PERNOD RICARD). L'objectif est de donner à ces jeunes une expérience professionnelle significative qui facilitera leur recherche d'emploi ultérieure et de recruter les meilleurs en fonction des postes à pourvoir. En 1996, le Groupe a consenti un effort spécifique en faveur de l'apprentissage de la vente dans le cadre d'un partenariat avec NEGOCIA (Ecole de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris). Une classe de vente constituée de 27 personnes a été sélectionnée et recrutée. Elle effectue la partie opérationnelle de sa formation soit chez PERNOD (15), soit chez CSR-PAMPYRIL (7) soit chez ORANGINA (5).

En outre, des cadres de ces sociétés assurent directement 25 % de la formation théorique du cursus. L'implication du Groupe dans cette action est donc forte, à la hauteur de l'objectif qui est de recruter ces jeunes à l'issue de leur formation si celle-ci se conclut de façon satisfaisante.

Des contrats d'apprentissage dans d'autres domaines ont également été conclus par SIAS, ORANGINA et PERNOD RICARD.



3°) L'aide aux jeunes en difficulté

Il est intéressant de mettre en lumière l'action discrète que mène PERNOD en parrainant des jeunes en voie d'exclusion pour les aider dans leur "resocialisation" par leur retour à l'emploi.

En utilisant le dispositif légal existant et avec le même objectif, ORANGINA a accueilli 17 jeunes dans le cadre de contrats initiative-emploi.

Ces actions expérimentales restent bien sûr modestes mais témoignent de la volonté du Groupe d'agir vis-à-vis de ces jeunes en difficulté en quête d'une formation pour un emploi.

en 1995 soit une diminution de 18 %. Le taux de gravité s'est stabilisé à 0,54 en 1996 contre 0,51 en 1995.

Formation : un bilan contrasté

Avec 2,07 % de la masse salariale du Groupe, l'effort de formation reste stable (2,11 % en 1995).

L'effort le plus important a été effectué par RICARD qui a consacré 3,83 % de sa masse salariale à la formation. Les autres filiales françaises ont maintenu leur effort de formation avec en moyenne 3,18 % de leur masse salariale.

A l'inverse, l'effort de formation consenti par les filiales étrangères reste globalement faible, en dépit de la progression importante des dépenses de formation des filiales de la SEGM (+35,2 %), de la SIAS (+32,6 %) et d'AUSTIN NICHOLS (+61,6 %).

En outre, si le nombre de bénéficiaires a augmenté, de 4 178 personnes en 1995 à 4 461 en 1996, le nombre d'heures de formation par bénéficiaire a en revanche diminué (23 heures en 1996 contre

26 heures en 1995), ainsi que la dépense par bénéficiaire (8 060 F en 1996 contre 8 710 F en 1995). La tendance est donc à l'élargissement de la formation à un plus grand nombre, compensé par une diminution de la durée et du coût de formation par bénéficiaire.

Intéressement et participation dans les filiales françaises.

Les montants de l'intéressement et de la participation en 1996 ont été supérieurs à ceux de 1995 avec une augmentation de 24,9 % du montant de l'intéressement et une augmentation de 17,8 % du montant de la participation.

Le cumul intéressement-participation passe à 113 891 766 F en 1996 contre 94 001 636 F en 1995 soit une augmentation de 21,16 %.

Intéressement et participation

	1994	1995	1996
Montant de l'intéressement en KF	54 346	44 591	55 678
Montant de la participation en KF	74 195	49 410	58 213
Intéressement (% masse salariale)	6,28 %	5,25 %	6,39 %
Participation (% masse salariale)	10,00 %	5,81 %	6,68 %

Communiquer pour faire évoluer l'entreprise.

Que ce soit à travers le "Grupo de Progreso" de PRACSA, le "2000 Project" d'IRISH DISTILLERS ou encore le projet "SIAS 2000", il y a la nette volonté de favoriser la communication interne pour améliorer l'organisation et rendre les systèmes d'évaluation plus pertinents.

Les entreprises du Groupe ont créé des structures différentes selon leurs spécificités et leurs objectifs : des groupes de travail par projets (SIAS-

FRANCE), des débats ouverts assistés de consultants (IRISH DISTILLERS), des réunions inter-services (SIAS-DSF), des structures représentatives de l'entreprise (PRACSA), etc...

Ces consultations périodiques permettent d'établir ou de rétablir des canaux de communication à travers la hiérarchie de l'entreprise et au sein des départements. Une réussite du genre est le "CORE Consultative Committee" d'ORLANDO WYNDHAM qui en quatre ans d'activité est

devenu un forum permanent employés/managers.

Parallèlement, de nouveaux outils de communication ont été développés en 1996 à l'étranger. PR NEDERLAND se dote par exemple de journaux d'information interne et d'un reporting social spécifique.

Moins conventionnelles mais tout aussi efficaces, sont les cassettes audios sur le thème "La réussite par le travail en équipe" destinées à tout

le personnel d'ORLANDO WYNDHAM. Communiquer s'apprend et de nombreuses filiales proposent à leurs cadres comme à leurs employés des stages dans ce domaine.

La finalité de ces structures et outils de communication est avant tout d'informer. Mais ils permettent aussi d'optimiser l'organisation et assurent une plus grande pertinence des systèmes d'évaluation.

Grâce à ses réunions inter-services, SIAS-DSF a obtenu des gains de productivité et d'efficacité importants. PRACSA fait le même pari à travers son "Grupo de Progreso" qui propose des mesures correctives aux problèmes quotidiens. Communiquer pour s'organiser aujourd'hui mais aussi demain, tel est le but que s'est fixé la division Wines & Spirits d'IRISH DISTILLERS. Par un effort de communication interne, elle a mis en évidence les facteurs clés de changement, et se donne les moyens d'affronter dans de bonnes conditions les marchés des années à venir.

Améliorer la communication, c'est aussi y voir plus clair, et de nombreuses filiales en profitent pour redéfinir les postes et les compétences. Sur la base d'une nouvelle communication, la direction de PR NEDERLAND a pu ainsi apprécier à nouveau les objectifs et les résultats attendus des postes, ainsi que les compétences requises.

1996 a donc aussi été une année de communication, pour s'organiser, pour évaluer, et fondamentalement pour donner du sens à l'action de chacun dans l'entreprise.





Groupe
Pernod Ricard

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE
DU 6 MAI 1997
EXERCICE 1996**

SOMMAIRE

Conseil d'administration	34
Rapport de Gestion	35
Comptes Consolidés	
- Compte de résultat	39
- Bilan	40
- Tableau de variation des capitaux propres.....	42
- Tableau de financement consolidé	43
- Annexe aux comptes consolidés	44
- Rapport des Commissaires aux Comptes	53
Comptes Sociaux	
- Bilan	54
- Compte de résultat	56
- Annexe.....	57
- Résultats financiers des cinq derniers exercices.....	64
- Inventaire des valeurs mobilières.....	65
- Rapports des Commissaires aux Comptes	66
- Résolutions	68
Renseignements de caractère général concernant la société et son capital	70
Responsables du Document de Référence	74
Carnet de Bord de l'Actionnaire	75
Tableau de concordance	76

Pernod Ricard

Société Anonyme au capital de 1 127 733 200 francs
Siège Social : 142, bd Haussmann, 75008 Paris
Tél. : 01.40.76.77.78 - Fax : 01.42.25.95.66
R.C.S. Paris B 582041 943 (58B4194)

Président Honoraire

Monsieur Paul Ricard

CONSEIL D'ADMINISTRATION

	Date d'entrée en fonction
Président-Directeur Général	
Monsieur Patrick Ricard	15.06.1978
Administrateurs	
Monsieur Jean-Claude Beton (1)	11.06.1987
Monsieur Bernard Cambournac (1)	10.12.1974
Monsieur Bernard Foussier (1) (2)	16.05.1991
Monsieur Albert Frère	16.05.1991
Monsieur François Gérard (3)	10.12.1974
Madame Françoise Hémard (1)	09.06.1983
Monsieur Thierry Jacquillat	10.05.1989
Madame Danièle Ricard (1)	16.06.1969
Monsieur Arthur Veil Picard (1)	10.12.1974

Société Paul Ricard

Représentant permanent :

Madame Béatrice Baudinet 09.06.1983

(1) Ces administrateurs ne detiennent par ailleurs aucun mandat d'administrateur dans des sociétés de taille significative.

(2) jusqu'au 10 octobre 1996.

(3) Monsieur François Gérard est Président-directeur général de SIAS-MPA.

D'autre part :

Monsieur Patrick Ricard est notamment Administrateur de la Société Générale, de l'Institut de Développement des Industries Agricoles et Alimentaires (IDIA), de la Société Française d'Innovation pour les Industries Agro-Alimentaires (IDIANOVA), de la société Eridania Béghin-Say, et de la Société Paul Ricard.

Monsieur Albert Frère est notamment Administrateur des sociétés suivantes : Parfinance S.A., Coparex S.A., Havas S.A., et Président du Conseil d'Administration du Groupe Bruxelles Lambert S.A.

Le conseil d'Administration s'est réuni à 6 reprises au cours de l'année 1996.

DIRECTION GÉNÉRALE

Président-Directeur Général

Monsieur Patrick Ricard 15.06.1978

Directeur Général

Monsieur Thierry Jacquillat 15.06.1978

COMMISSAIRES AUX COMPTES

C. C. C. Jean Delquié
84, Boulevard de Reuilly - 75012 PARIS
Monsieur Jean DELQUIÉ

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot
99, Boulevard Sakakini - 13352 MARSEILLE
MM. Alain et Louis GENOT

Cabinet Mazars & Guérard
125, rue de Montreuil 75011 PARIS
Monsieur Frédéric ALLILAIRE
Monsieur Xavier CHARTON

Commissaires suppléants
Société d'Etudes Économiques
et d'Expertise Comptable
Monsieur José MARETTE

DATES CLÉS

1974 et 1975 :

- Création du GROUPE PERNOD RICARD présidé par Jean HÉMARD.

1976 :

- Absorption de CDC (DUBONNET, CINZANO, BYRRH) et de CUSENIER.

1978 :

- Patrick RICARD succède à Jean HÉMARD à la Présidence-Direction générale du Groupe et Thierry JACQUILLAT devient Directeur général.

1980 :

- Acquisition de la société américaine AUSTIN NICHOLS.

1981 :

- Acquisition de la marque ORANGINA pour l'international.

1982 :

- Prise de contrôle de SIAS-MPA, premier producteur mondial de préparations aux fruits.

1983-1995 :

- Développement de SIAS-MPA : Argentine - Australie - Autriche - Corée du Sud - Grande-Bretagne - Mexique - Pologne - République Tchèque - U.S.A.

1984 :

- Prise de contrôle de CFPO (Compagnie Financière des Produits Orangina), suivie de celle des principaux embouteilleurs français de la marque.

1985 :

- Première implantation en Asie, à Singapour.

1985-1995 :

- Développement du réseau Europe : notamment Allemagne - Autriche - Belgique/Luxembourg - Danemark - Europe de l'Est - Finlande - Grande-Bretagne - Grèce - Italie - Norvège - Pays-Bas - Portugal - Suède.

1988 :

- Prise de contrôle d'IRISH DISTILLERS à la suite d'une OPA amicale.
- Acquisition de YOO-HOO INDUSTRIES (U.S.A.).

1989 :

- Acquisition d'ORLANDO WINES (Australie).

1990-1994 :

- Développement du réseau Asie : Chine - Corée - Hong-Kong - Japon - Thaïlande - Vietnam.

1993 :

- Accord de coopération avec Cuba pour la commercialisation du rhum HAVANA CLUB.

1995 :

- Acquisition de SOMAGNUM (Portugal).
- Création de PR Belux (Belgique et Luxembourg), de WORLD BRANDS FINLAND et WORLD BRANDS DENMARK.

INFORMATIONS

Claude RISAC,
Directeur de la Communication
142, bld Haussmann - 75379 PARIS CEDEX 08
Téléphone : (33) 1 40 76 77 12
Télécopie : (33) 1 45 62 59 40

Rapport de Gestion

Conformément à la loi et à nos statuts, nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire pour vous rendre compte de l'activité de votre Société et de ses filiales au cours de l'exercice 1996 et pour soumettre à votre approbation les comptes arrêtés au 31 décembre 1996.

Si la conjoncture internationale s'est caractérisée par une reprise progressive de l'activité économique, cette croissance s'est souvent révélée insuffisante en Europe pour relancer significativement la consommation et enrayer la progression du chômage. Les taux d'intérêt se sont sensiblement détendus en 1996, particulièrement en France (3,8 % vs 6,4 % en moyenne annuelle). Par ailleurs, la plupart des monnaies se sont appréciées par rapport au franc français, notamment le dollar australien (+ 8,4 %), la lire italienne (+ 8,1 %), ainsi que, à un degré moindre, le dollar américain (+ 2,6 %) et la livre irlandaise (+ 2,4 %).

Dans ce contexte, le Groupe PERNOD RICARD a réalisé en 1996 un chiffre d'affaires de 16 814 millions de francs, soit une progression de + 5,5 % par rapport à l'exercice précédent qui, retraitée des effets de change (conversion) et des variations de périmètre, s'établit à + 5,2 %.

Les bénéfices consolidés sont supérieurs aux prévisions avec un résultat courant de 1 727 millions de francs, soit + 7,9 % par rapport à 1995, et un résultat net part du Groupe en croissance de + 7,9 % à 1 190 millions de francs.

La croissance soutenue de l'activité s'inscrit dans le cadre de la poursuite du développement international du Groupe sur ses marques stratégiques de spiritueux et ses activités sans alcool.

La part du chiffre d'affaires réalisé hors de France a ainsi atteint 62,5 % en 1996, contre 61,0 % en 1995 :

- les ventes de vins et spiritueux à l'étranger ont enregistré une croissance interne de + 7,2 %, grâce au développement des spiritueux anisés, Ricard notamment, des whiskies Jameson et Clan Campbell, du rhum cubain Havana Club et au dynamisme de la gamme de Vins du Nouveau Monde, complétée par le lancement de Long Mountain (Afrique du Sud) et Terra Andina (Chili).

Le Groupe a par ailleurs poursuivi le développement de son réseau international, par l'acquisition des sociétés EPOM (Grèce), numéro 2 du marché de l'ouzo, notamment avec la marque Mini, EL MUCO BEBIDAS au Vénézuéla, un des principaux intervenants sur le marché vénézuélien du rhum, et NIHCO au Canada (société de distribution), la création de filiales de production et distribution au

Mexique, en Inde et au Sri Lanka et la reprise par SOMAGNUM et PR BELUX de la distribution de l'ensemble des marques du Groupe au Portugal et en Belgique.

- L'activité sans alcool à l'étranger poursuit son développement, grâce en particulier à la progression de Yoo-Hoo aux Etats-Unis et à la croissance des tonnages de préparation de fruits commercialisés par la SIAS.

- Les ventes en France progressent globalement de + 4,9 % et représentent 37,5 % du chiffre d'affaires consolidé.

- La croissance interne de + 9 % du chiffre d'affaires vins et spiritueux a certes bénéficié, mais d'une façon plus limitée que prévu, d'un stockage de la clientèle avant la hausse des droits de + 5 % intervenue le 1er janvier 1997. Dans un marché stable, les marques Ricard, Jameson, Clan Campbell, Aberlour réalisent de belles performances.

- l'activité sans alcool est stable, dans un contexte climatique défavorable, malgré le succès du lancement d'Orangina Rouge. A noter l'acquisition de la marque Ricqles qui vient compléter le portefeuille d'Orangina France, et la cession de Sironimo.

GROUPE PERNOD RICARD

Résultats commerciaux en France

La reprise économique qui s'est timidement amorcée en 1996 n'a pas eu pour origine une augmentation de la consommation des ménages.

Le marché des spiritueux est ainsi resté stable dans l'exercice. La hausse de + 5 % des droits au 1er janvier 1997 n'a provoqué qu'un stockage modéré de la Grande Distribution.

Hors cet effet de stockage, la part de marché de Ricard sur le segment des anis progresse, alors que celle de Pastis 51 est stable. Les whiskies Jameson, Clan Campbell et Aberlour poursuivent un fort développement.

Suze renforce sa position sur le marché des amers, alors que nos marques d'apéritifs à base de vin et de vins doux naturels ont régressé à l'image de leur marché de référence.

L'activité sans alcool a souffert d'une météo estivale défavorable, malgré le succès du lancement d'Orangina Rouge. Sur un segment des jus de fruits dynamique, Pampryl poursuit son développement, grâce notamment à l'introduction du conditionnement Barex, alors que le succès de Champomy se confirme.

Brut de Pomme et Banga ont, par contre, vu leurs volumes baisser. Enfin, dans le secteur des préparations de fruits, l'activité de SIAS est en croissance.

Résultats commerciaux à l'étranger

Le Groupe PERNOD RICARD a poursuivi en 1996 une croissance soutenue de ses activités internationales, qui atteignent 62,5 % de son chiffre d'affaires consolidé.

Les ventes de spiritueux sont en nette progression : nos marques principales ont gagné des parts de marché sur un marché en léger recul. Jameson et Clan Campbell dépassent ainsi le million de caisses. Jameson enregistre le plus fort taux de progression des marques internationales de spiritueux.

Pernod et Ricard confortent leurs positions et le lancement de Pernod Hex en Grande-Bretagne est un succès.

Havana Club est en forte croissance tant en Europe qu'en Amérique du Sud. Si Bisquit et Wild Turkey progressent en part de marché, les volumes expédiés pendant l'exercice ont été minorés par un destockage des réseaux de distribution intermédiaires, en Chine notamment. Amaro Ramazzotti poursuit son développement en Europe alors que Zoco confirme ses bonnes performances précédentes.

Les vins du Groupe progressent de plus de 15 % grâce à Jacob's Creek dont le développement est soutenu en Europe du Nord, aux États-Unis, en Australie ainsi qu'en Asie. Les lancements de Long Mountain (Afrique du Sud) et Terra Andina (Chili) sont prometteurs alors qu'Étchart (Argentine) s'exporte toujours davantage.

Sur le marché des boissons sans alcool, Yoo-Hoo et Orangina progressent significativement sur le marché américain. En Europe, Orangina a souffert de conditions climatiques défavorables.

Comme lors des années précédentes, les ventes de SIAS se sont développées dans le monde, en Europe, Mexique et Australie notamment.

Enfin, l'activité distribution en Irlande s'est à nouveau inscrite en croissance.

Analyse du compte de résultat consolidé

En 1996 le périmètre de consolidation a été modifié par l'intégration de NIHCO (Canada) et par la cession de CRUS ET DOMAINES DE FRANCE au 1er juillet 1995 et de la marque Sironimo au 1er janvier 1996.

Les premières consolidations de sociétés créées par le Groupe, comme PR BELUX, WORLD BRANDS FINLAND ou ORLANDO WYNDHAM NEW ZEALAND sont considérées comme des effets de croissance interne.

Le chiffre d'affaires hors droits et taxes de l'exercice 1996 s'élève à 16 814 millions de francs, en progression

de 5,5 % par rapport à 1995. Hors effet de change (+ 1,1 %) et de périmètre (- 0,7 %), la croissance interne s'établit à + 5,2 %, témoignant de la poursuite du développement international du Groupe, tant en vins et spiritueux (+ 7,3 %) qu'en sans alcool (+ 3,9 %), ainsi que des bonnes performances de l'activité spiritueux France (+ 9,2 %).

La marge brute consolidée s'établit à 9 301 millions de francs, en croissance hors effets change et périmètre de + 6,3 %, le taux de marge brute progresse à 55,3 % contre 54,4 % en 1995, ce qui reflète la progression de l'activité spiritueux, en France et à l'étranger.

Les frais de commercialisation et de distribution, qui comprennent les frais publi-promotionnels, les frais commerciaux des réseaux de ventes ainsi que les frais logistiques progressent, hors effets change et périmètre de + 9,7 %, reflet d'investissements publi-promotionnels accrus sur nos marques stratégiques ainsi que du développement de notre réseau de distribution international.

L'évolution des frais de production et frais généraux est par contre limitée à + 3,9 %. Ainsi, le résultat opérationnel progresse de + 3,4 % à 1 935 millions de francs contre 1 872 millions de francs en 1995.

L'analyse par secteur d'activité met notamment en valeur :

- la progression de + 9,4 % du résultat opérationnel du secteur vins et spiritueux étranger (+ 6,1 % hors effet devises), grâce aux bonnes performances commerciales précédemment évoquées et à la progression de la rentabilité des sociétés IRISH DISTILLERS, ORLANDO WYNDHAM, PRACSA, RAMAZZOTTI,

- la croissance de + 4, % du résultat opérationnel du secteur vins et spiritueux France,

- le recul de - 13,8 % du résultat opérationnel du secteur sans alcool en France, dans un environnement concurrentiel accru, conséquence d'une météo défavorable, et de la baisse des volumes de Banga et Brut de Pomme,

- et la stabilité du résultat opérationnel du secteur sans alcool à l'étranger, contrarié lui aussi par des conditions climatiques difficiles.

Les frais financiers nets baissent de 23,2 % à 208 millions de francs contre 271 millions de francs en 1995, grâce à l'effet de la baisse des taux.

Ainsi le résultat courant de l'exercice s'établit à 1 727 millions de francs, en progression de + 7,9 % par rapport à 1995. Hors effet devises, cette croissance aurait été de + 6,6 %.

Les charges et produits exceptionnels dégagent un solde négatif de 49 millions de francs, à comparer à un solde négatif de 43 millions de francs en 1995.

Le résultat mis en équivalence est en forte progression à 60 millions contre 39 millions de francs en 1995.

En conséquence, le résultat net consolidé part du Groupe de l'exercice 1996 s'établit à 1 190 millions de francs en progression de + 7,9 % par rapport à 1995 (1 103 millions de francs).

Relations humaines

Au 31 décembre 1996, les effectifs du Groupe PERNOD RICARD étaient de 11 614 personnes dont 7 249 à l'étranger.

Conformément à l'autorisation qui lui avait été donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 7 Mai 1996, le Conseil d'Administration de PERNOD RICARD a institué au profit des cadres à haut niveau de responsabilité du Groupe, un plan d'options d'achat d'actions de la société.

Ce plan a porté sur 842 000 actions consenties en options le 19 décembre 1996 au profit de 297 bénéficiaires au prix de 266 francs l'une.

Au cours de l'année 1996, 15 713 actions, 13 546 actions, et 6 350 actions ont été respectivement acquises par les intéressés dans le cadre des plans d'options d'achat d'actions institués en 1988, 1989 et 1994. Aucune action n'a été acquise dans le cadre du plan d'options d'achat d'actions mis en place en 1996.

Gestion des risques financiers

En 1996, la politique de gestion des risques financiers s'est poursuivie en respect des règles de prudence antérieures : le Groupe s'est attaché à couvrir ses expositions de taux, de change et de liquidité par des positions fermes fondées sur la stricte anticipation de son activité.

Recherche et développement

En 1996, le Groupe à travers ses laboratoires de recherche et les travaux menés par ses différentes filiales, a consacré 1 % de son chiffre d'affaires consolidé en dépenses de recherche et développement. L'effectif moyen affecté à cette activité s'élève à environ 250 personnes. Les montants et les effectifs affectés à la recherche et développement sont stables sur les trois derniers exercices.

Perspectives d'avenir

C'est avec confiance et prudence que le Groupe PERNOD RICARD aborde l'année 1997 :

Confiance, car dans une conjoncture économique mondiale en redressement, la confirmation des axes stratégiques sur lesquels le Groupe est engagé devrait se concrétiser par une croissance accrue de nos marques de spiritueux sur les marchés internationaux, Ricard, Pernod, Jameson, Clan Campbell ou Havana Club

notamment, de vins, Jacob's Creek ainsi que l'ensemble de la gamme Vins du Nouveau Monde, ou de boissons sans alcool, Orangina et Yoo-Hoo principalement.

Prudence, car le marché français des spiritueux souffrira des effets de la nouvelle hausse des droits intervenue au 1er janvier 1997 ; nos marques, qui ont renforcé leurs positions commerciales et conforté leur rentabilité en 1996 seront confrontées à un destockage de la clientèle et à un environnement économique dont on espère le redressement.

SIAS dans le monde entier, BWG ainsi que Yoo-Hoo et Orangina resteront les vecteurs de la croissance de l'activité sans alcool à l'étranger.

PERNOD RICARD SOCIÉTÉ

PERNOD RICARD, Société Mère du Groupe, a pour rôle essentiel d'assurer les missions d'intérêt général et de coordination dans les domaines de la stratégie, du contrôle financier des filiales, de la croissance externe, du marketing, du développement, de la recherche, des relations humaines et de la communication. Par ailleurs, PERNOD RICARD est mandaté par ses filiales françaises pour effectuer pour leur compte, leurs achats d'espaces publicitaires.

Enfin, PERNOD RICARD a concédé à certaines de ses filiales l'exploitation des marques dont elle est propriétaire.

Les produits d'exploitation qui incluent les redevances perçues au titre des marques appartenant à PERNOD RICARD se sont élevés à 416 millions de francs, en hausse de 15,2 % par rapport à 1995 tandis que les charges d'exploitation ont progressé de 7,8 % pour atteindre 344 millions de francs.

Le résultat financier atteint 786 millions de francs en forte progression par rapport à 1995, du fait de l'augmentation des dividendes perçus des filiales et de la diminution des frais financiers, consécutive à la baisse des taux d'intérêt.

En 1996, après impôts sur les sociétés, le bénéfice net de l'exercice s'est établi à 1 002,2 millions de francs contre 326,1 millions de francs en 1995.

Affectation des résultats

Les comptes 1996 sont annexés au présent rapport et nous les soumettons à votre approbation.

Nous vous proposons de fixer à F. 8,40 par action le montant du dividende.

L'affectation des résultats qui vous est soumise est donc la suivante :

Résultat bénéficiaire de l'exercice :	F	1 002 201 695,55
Report à nouveau crédeur :	F	1 015 035 763,28
Montant distribuable :		F 2 017 237 458,83

Et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :

Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende une somme égale à 6 % du capital social, soit F. 1,20 par action :	F	67 663 992,00
Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire F. 7,20 par action :	F	405 983 952,00
Le solde étant reporté à nouveau, soit :	F	1 543 589 514,83
Montant réparti :		F 2 017 237 458,83

Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'options d'achat d'actions seront déduits du dividende global et seront affectés au compte "Report à nouveau".

Si vous approuvez ce projet d'affectation, le dividende global rapporté à une action sera de F. 12,60

Dividende distribué	F	8,40
Impôt déjà payé au Trésor Public	F	4,20

Nous vous demandons de fixer au 14 Mai 1997 la date de mise en paiement du dividende, sous déduction de l'acompte de 4,00 francs versé le 14 janvier 1997.

Conformément aux dispositions de l'Article 243 bis du Code Général des Impôts, il est précisé que les montants des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant ont été les suivants :

	Nombre d'actions	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1993	46 988 884	9,00	4,50	13,50
1994	56 386 660	(1) 8,00	4,00	12,00
1995	56 386 660	8,00	4,00	12,00

(1) A la suite de l'attribution d'actions gratuites à raison d'une action nouvelle pour cinq anciennes.

A titre de comparaison, le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant, ajustés de

l'attribution d'actions gratuites à raison de une action nouvelle pour cinq anciennes réalisée en 1994, soit sur la base de 56 386 660 actions, ont été les suivants :

	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1993	7,50	3,75	11,25
1994	8,00	4,00	12,00
1995	8,00	4,00	12,00

Informations complémentaires

Nous vous demandons de bien vouloir donner quitus à votre Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1996.

Nous vous proposons de réélire la Société PAUL RICARD dont le mandat vient à échéance pour cette présente Assemblée.

Nous vous proposons également d'élire deux nouveaux Administrateurs, Monsieur Jean-René FOURTOU et Monsieur Jean-Dominique COMOLLI.

En mai 1996, vous aviez autorisé le Conseil d'Administration, qui n'a pas utilisé cette faculté, à acheter les actions de votre société en vue de la régularisation de leur cours. Nous vous demandons de bien vouloir renouveler cette autorisation, étant entendu que le prix maximal d'achat serait de F. 600,00 et le prix minimal de vente de ces actions de F. 210,00 par action, et ce pour une période de 18 mois à compter de la présente Assemblée.

Votre Conseil vous propose de porter de F. 2 003 000 à F. 2 103 000 le montant des jetons de présence à compter de l'exercice 1997, soit une augmentation de 5 %, étant précisé que cette charge supplémentaire ne sera pas, selon toute vraisemblance, admise en déduction du bénéfice fiscal de la Société.

Enfin, nous vous informons que la Société PAUL RICARD et la SOCIETE GENERALE -ainsi que les sociétés qui lui sont liées-, détiennent toutes deux plus de 10 % des droits de vote de PERNOD RICARD au 31 décembre 1996.

Les personnels de PERNOD RICARD et de ses filiales détenaient quant à eux 4,4 % des droits de vote.

Nous vous demandons de bien vouloir adopter les projets de résolutions qui vont être soumis à votre approbation.

Compte de résultat consolidé

En millions de francs	1996	1995	1994	1996 / 1995
Chiffre d'affaires H.D.T.	16 814	15 934	15 832	+5,5%
Achats consommés	(7 513)	(7 263)	(7 095)	+3,4%
Marge brute	9 301	8 671	8 737	+7,3%
Frais de commercialisation et de distribution	(4 286)	(3 884)	(3 870)	+10,4%
Frais de production et frais généraux	(3 080)	(2 915)	(3 003)	+5,7%
Résultat opérationnel	1 935	1 872	1 864	+3,4%
Résultat financier	(208)	(271)	(252)	-23,2%
Résultat courant	1 727	1 601	1 612	+7,9%
Résultat Exceptionnel	(49)	(43)	(66)	+14,0%
Impôts sur les sociétés	(465)	(424)	(373)	+9,7%
Résultat des sociétés mises en équivalence	60	39	43	+53,8%
Résultat net avant amortissement des survaleurs	1 273	1 173	1 216	+8,5%
Amortissement des survaleurs	(51)	(51)	(47)	+0,0%
Résultat net	1 222	1 122	1 169	+8,9%
Droit des Tiers dans le résultat	32	19	22	+68,4%
Droit du Groupe dans le résultat	1 190	1 103	1 147	+7,9%
Résultat par action (en francs)				
Résultat courant	30,63	28,40	28,59	+7,9%
Résultat net part du Groupe	21,10	19,56	20,34	+7,9%
Résultat net avant impôt				
Global (en millions de francs)	1 687	1 546	1 542	+9,1%
Par action (en francs)	29,92	27,42	27,35	+9,1%

Bilan consolidé

Actif

En millions de francs	31/12/1996			31/12/1995	31/12/1994
	Valeur brute	Amortissements et Provisions	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Actif immobilisé					
Immobilisations Incorporelles	2 983	(383)	2 600	2 500	2 219
Immobilisations Corporelles	7 171	(3 704)	3 467	3 214	3 220
Survaleurs	1 891	(505)	1 386	1 295	1 319
Immobilisations Financières	2 103	(60)	2 043	1 840	2 028
Total de l'actif immobilisé	14 148	(4 652)	9 496	8 849	8 786
Actif circulant					
Stocks	5 179	(59)	5 120	4 499	4 559
Créances d'exploitation	4 889	(230)	4 659	4 215	4 106
Valeurs mobilières de placement	739	(29)	710	482	506
Disponibilités	1 064		1 064	752	1 133
Total de l'actif circulant	11 871	(318)	11 553	9 948	10 304
Comptes de régularisation Actif	193	(11)	182	158	147
Ecart de conversion Actif	6		6	17	38
Total actif	26 218	(4 981)	21 237	18 972	19 275

Passif

En millions de francs	31/12/1996	31/12/1995	31/12/1994
Capitaux propres Groupe	10 476	9 278	8 994
dont Résultat Net part Groupe	1 190	1 103	1 147
Intérêts minoritaires	332	325	341
dont Résultat Tiers	32	19	22
Provisions pour Risques & Charges	462	436	511
Impôt différé passif	57	68	77
Dettes			
Dettes financières	5 098	4 537	5 053
Emballages consignés	86	102	95
Dettes d'exploitation	3 968	3 584	3 515
Dettes diverses	733	618	684
Total des dettes	9 885	8 841	9 347
Comptes de régularisation Passif	25	24	4
Total passif	21 237	18 972	19 275

Tableau de variation des capitaux propres du Groupe

En millions de francs

Capitaux propres du Groupe

AU 31 DÉCEMBRE 1993	8 418
Dividendes payés aux actionnaires	(417)
Variation des réserves	55
Variation de l'écart de conversion	(209)
Résultat net consolidé 1994 - part du groupe	1 147
AU 31 DÉCEMBRE 1994	8 994
Dividendes payés aux actionnaires	(443)
Variation des réserves	(20)
Variation de l'écart de conversion	(356)
Résultat net consolidé 1995 - part du groupe	1 103
AU 31 DÉCEMBRE 1995	9 278
Dividendes payés aux actionnaires	(444)
Variation de l'écart de conversion	452
Résultat net consolidé 1996 - part du groupe	1 190
AU 31 DÉCEMBRE 1996	10 476

Tableau de financement consolidé

En millions de francs	1996	1995	1994
Résultat net consolidé part du Groupe	1 190	1 103	1 147
Résultat net consolidé part des minoritaires	32	19	22
Résultat des sociétés mises en équivalence (net des dividendes reçus)	(45)	(11)	(41)
Dotations aux amortissements sur immobilisations	406	417	405
Dotations aux amortissements des survaleurs	51	51	47
Variation des provisions et de l'impôt différé	21	(84)	150
Plus-value sur cession d'immobilisations et autres éléments	(42)	(54)	(127)
Capacité d'autofinancement	1 613	1 441	1 603
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(209)	(320)	(423)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	1 404	1 121	1 180
Acquisition d'immobilisations non financières (nette des cessions)	(440)	(548)	(404)
Acquisition d'immobilisations financières (nette des cessions)	(154)	(68)	(25)
Incidence des variations du périmètre de consolidation	(159)	(29)	(236)
Variation des créances et des dettes sur immobilisations	7	(36)	76
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	(747)	(681)	(589)
Augmentation de capital	-	-	-
Augmentation (diminution) des emprunts et dettes financières	(29)	26	(168)
Dividendes versés	(459)	(449)	(424)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	(488)	(423)	(592)
Incidence des écarts de conversion	(24)	26	34
Variation nette de la trésorerie	145	43	33
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	(726)	(769)	(802)
Trésorerie à la clôture de l'exercice	(581)	(726)	(769)

ANNEXE

Aux comptes consolidés

NOTE 1 - PRINCIPES ET MÉTHODES COMPTABLES

1.1. Principes de consolidation

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis conformément aux dispositions de la Loi n° 85-11 du 3 janvier 1985 et du décret d'application n° 86-221 du 17 février 1986.

Les états financiers consolidés regroupent, par intégration globale, les filiales d'importance significative dans lesquelles le Groupe PERNOD RICARD contrôle, directement ou indirectement, plus de 50 % du capital ou exerce un contrôle de fait.

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont mises en équivalence.

Toutes les transactions d'importance significative entre les sociétés intégrées ainsi que les résultats internes au Groupe sont éliminés.

La liste des sociétés consolidées figure à la note 17. Par mesure de simplification ou en raison du préjudice grave qui pourrait en résulter, seuls les noms et coordonnées des principales sociétés faisant partie du périmètre de consolidation y sont indiqués.

1.2. Méthodes de conversion

La conversion des comptes établis en devises étrangères est effectuée selon les principes suivants :

- les comptes de bilan sont convertis en utilisant les cours officiels de change à la fin de l'exercice ;
- les comptes de résultat sont convertis en utilisant pour chaque devise le cours moyen de l'exercice ;
- l'écart de conversion, résultant d'une part de l'impact de la variation du taux de change entre le 31 décembre 1995 et le 31 décembre 1996 sur les capitaux propres d'ouverture et, d'autre part, de l'utilisation de taux différents pour le compte de résultat et le bilan, est inclus dans les réserves consolidées.

Les transactions réalisées en devises étrangères sont converties au cours des devises à la date des transactions. Les pertes et profits, résultant de la conversion des soldes concernés aux cours du 31 décembre 1996, sont portés au compte de résultat.

1.3. Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût d'entrée. Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

En application de la Loi du 3 janvier 1985, les fonds de commerce dégagés à l'occasion de fusions anté-

rieures à l'exercice 1987, ont été amortis en 1987 par imputation de leur valeur nette sur les capitaux propres.

1.4. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition ou, s'il y a lieu, à une valeur réévaluée en application des dispositions légales.

L'amortissement est calculé selon le mode linéaire ou, le cas échéant, dégressif, appliqué à la durée d'utilisation estimée.

Les durées moyennes d'amortissement retenues pour les principaux types d'immobilisations sont les suivantes :

Constructions	15 à 50 ans
Installations, matériel et outillage	5 à 15 ans
Autres immobilisations	3 à 5 ans

Les biens immobiliers d'un montant significatif qui sont acquis au moyen d'un contrat de crédit-bail sont capitalisés et amortis selon la durée de vie économique du bien.

Les immeubles ayant fait l'objet de cession-bail font l'objet d'un retraitement similaire. La plus-value dégagée lors de ces opérations est éliminée des résultats de l'exercice de cession.

Les emballages consignés sont évalués au prix de revient. Sur la base des statistiques de chaque entreprise, un retraitement est effectué pour, d'une part, ajuster la valeur d'actif des emballages en fonction des pertes découlant de la casse, d'autre part, comptabiliser le profit éventuel résultant de la freinte en clientèle. Lors de tout changement des taux de consignation, la dette correspondant aux emballages en clientèle est évaluée aux nouveaux taux et la perte éventuelle constatée en résultat.

L'obsolescence est prise en compte par voie d'amortissement.

1.5. Immobilisations financières

Les titres de participation non consolidés sont évalués à leur coût d'acquisition. S'il y a lieu, une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute.

Cette valeur d'inventaire est égale à la valeur actuelle, qui, d'une façon générale peut être estimée à partir du cours de bourse, ou correspondre à la quote-part des capitaux propres de la société que ces titres représentent.

1.6. Écarts d'acquisition

Depuis le 1er janvier 1986, les écarts d'évaluation sont affectés aux actifs et en particulier aux marques s'il y a lieu.

L'écart d'acquisition (survaleur) est amorti selon le mode linéaire sur une durée n'excédant pas 40 ans et appropriée à la nature de l'acquisition effectuée. Pour les investissements stratégiques et notamment les acquisitions d'IRISH DISTILLERS Group et d'ORLANDO WYNDHAM, les écarts d'acquisition sont amortis sur une durée de 40 ans. Ceux-ci représentent environ 70 % du montant net des survaleurs au 31 décembre 1996.

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une analyse à chaque arrêté en fonction de l'évolution de la filiale et peuvent, le cas échéant, faire l'objet d'une dépréciation.

1.7. Stocks

Les stocks sont évalués au prix de revient ou au prix de marché, si ce dernier est inférieur. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur nette comptable.

La majeure partie des stocks est évaluée selon la méthode des coûts moyens pondérés.

Le prix de revient des stocks à cycle long est calculé, de façon uniforme, en incluant les coûts de distillation et de vieillissement hors frais financiers ; ces stocks sont classés en actif circulant selon les usages de la profession, bien qu'une part substantielle de ceux-ci ne soit destinée à la vente qu'après un délai de stockage supérieur à 1 an.

1.8. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont inscrites au bilan, pour leur valeur d'origine. Lorsque la valeur de marché de ces titres à la clôture de l'exercice est inférieure à leur valeur d'origine, une provision pour dépréciation est constituée.

1.9. Emprunts en livres irlandaises

Les effets de la variation du cours de change sur les remboursements à l'échéance des emprunts en livres irlandaises, contractés pour l'acquisition du Groupe IRISH DISTILLERS, ont été éliminés par la constitution d'un dépôt, dans la même devise, d'un montant identique à celui de la dette.

1.10. Provisions pour risques et charges

Le poste enregistre l'ensemble des provisions pour risques et charges comptabilisées par les sociétés du Groupe, et en particulier la provision pour indemnités de départ à la retraite hors charges sociales.

Les sociétés étrangères du Groupe provisionnent dans leurs comptes les engagements de retraite en fonction des dispositions nationales en vigueur. Les sociétés françaises du Groupe enregistrent dans

leurs comptes les indemnités de départ à la retraite acquises à la clôture de l'exercice pour l'ensemble des personnes ayant 45 ans et plus et dont l'ancienneté est supérieure à 10 ans.

1.11. Impôt sur les bénéfices

Depuis le 1er janvier 1977, le Groupe PERNOD RICARD bénéficie du régime de l'intégration fiscale pour les sociétés françaises détenues à plus de 95 %.

Les écarts temporaires entre résultat fiscal et résultat comptable donnent lieu à la comptabilisation des impôts différés actifs ou passifs qui en résultent selon la méthode du report variable ; il s'agit principalement des décalages temporaires, des annulations de provisions réglementées et des retraitements de consolidation.

Les impôts différés actifs au titre de déficits fiscaux et moins-values à long terme n'ont été enregistrés que dans la mesure où la probabilité de leur imputation à court terme sur des bénéfices fiscaux futurs est élevée.

Le poste Impôt Différé Passif enregistre la charge latente nette d'impôt tant à long terme qu'à court terme.

Les impôts différés en France ont été réévalués pour tenir compte de la contribution supplémentaire de 10 % en fonction de leur échéance. Une réévaluation de l'ensemble des impôts différés en France aurait généré un impôt différé passif net supplémentaire de 2 MF.

1.12. Gestion des risques financiers et comptabilisation des instruments de couverture du risque de taux d'intérêt

En 1996, la politique de gestion des risques financiers s'est poursuivie en respect des règles de prudence antérieures : le Groupe PERNOD RICARD s'est attaché à couvrir ses expositions de taux, de change et de liquidités par des positions fermes fondées sur la stricte anticipation de son activité. En particulier, la pratique d'une gestion centralisée du risque de change et la réalisation d'une compensation multilatérale des flux inter-compagnies (netting) ont eu pour effet de réduire de façon significative l'exposition au risque de change.

La comptabilisation des résultats liés aux contrats de garantie de taux souscrits sont rapportés dans les résultats du Groupe PERNOD RICARD prorata temporis tout au long de la durée de vie de ces opérations :

- les primes payées sont étalées comptablement sur la durée de vie du contrat ;

- les différentiels d'intérêts perçus ou payés périodiquement, sont comptabilisés dans l'exercice de référence.

NOTE 2 - PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Le seul changement notable dans le périmètre de consolidation est l'intégration globale de la Société NIHCO (société de distribution de vin et spiritueux au Canada).

NOTE 3 - CHARGES ET PRODUITS EXCEPTIONNELS NETS

En millions de Francs	1996	1995	1994
Charges et produits exceptionnels nets	(49)	(43)	(66)

En 1994, le Groupe a enregistré diverses plus-values sur cessions d'actifs, notamment de la marque Tullamore Dew et d'une partie de la participation qu'il détient dans la Compagnie de Suez, compensées par d'importantes provisions pour charges de restructuration en France et à l'étranger ayant pour objectif une rationalisation industrielle et des gains de productivité administrative.

En 1995 et 1996, les opérations de rationalisation ont généré un certain nombre de plus-values sur des cessions de titres et d'actifs pour un montant de l'ordre de 40 MF. Ces produits n'ont pu compenser diverses charges exceptionnelles (provisions sur divers éléments d'actifs immobilisés, litiges, coût de rationalisation, etc...) dont aucune n'excède 15 MF individuellement.

NOTE 4 - AMORTISSEMENTS DE SURVALEURS

En millions de Francs	1996	1995	1994
Amortissements de survaleurs	(51)	(51)	(47)

NOTE 5 - IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles qui figurent à l'actif du bilan en fin d'exercice sont principalement constituées de marques.

La valeur des marques acquises est déterminée en fonction du secteur d'activité de la société et de l'importance de leur diffusion internationale.

La valeur d'inventaire est estimée à partir des profits futurs que peut générer la marque concernée.

NOTE 6 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

En millions de Francs	1996		1995		1994
	Valeur brute	Amort. provisions	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Terrains	368	(12)	356	363	382
Constructions	2 375	(1 026)	1 349	1 260	1 301
Installations techniques, matériel et outillage	3 197	(2 014)	1 183	1 050	1 063
Autres immobilisations corporelles	1 092	(652)	440	422	388
Immobilisations corporelles en cours	136	-	136	118	77
Avances et acomptes	3	-	3	1	9
Total	7 171	(3 704)	3 467	3 214	3 220

Les investissements industriels annuels sont stables, autour de 520 millions de francs, avec la répartition suivante par secteur d'activité en 1996 :

Vins et spiritueux France	14 %
Vins et spiritueux Etranger	35 %
Boissons et produits sans alcool France	19 %
Boissons et produits sans alcool Etranger	32 %

NOTE 7 - IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

En millions de Francs	1996		1995		1994
	Valeur brute	Provisions	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Titres mis en équivalence	282	-	282	231	190
Autres titres de participations	1 564	(53)	1 511	1 380	1 371
Créances sur participations	124	(3)	121	105	407
Autres	133	(4)	129	124	60
Total	2 103	(60)	2 043	1 840	2 028

Les titres mis en équivalence représentent les sociétés suivantes : Heublein do Brazil, L'Igloo, Beijing Pernod Ricard Winery, Dragon Seal, Simeon Wines, Eight to Twelve.

Les autres titres de participation comprennent les titres Société Générale (2,06 % du capital), Financière Saresco (35 % du capital) et Compagnie de Suez (0,51 % du capital).

Les titres Société Générale et Compagnie de Suez sont valorisés au coût historique.

NOTE 8 - VARIATIONS DE RÉSERVES

Les variations de réserves constatées en 1995 correspondent principalement aux subventions d'investissement reclassées en compte de régularisation passif.

NOTE 9 - STOCKS ET EN-COURS

La répartition des stocks et en-cours à la clôture des exercices 1996, 1995 et 1994 est la suivante :

En millions de Francs	1996	1995	1994
Matières premières	944	772	958
En-cours de biens	2 880	2 591	2 460
Stocks de marchandises	617	502	570
Produits finis	679	634	571
Total	5 120	4 499	4 559

NOTE 10 - PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

En millions de Francs	1996	1995	1994
Provisions pour indemnités de départ à la retraite	137	135	128
Provisions pour risques divers	325	301	383
Total	462	436	511

Les provisions pour risques divers correspondent principalement à des provisions pour risques fiscaux et sociaux à hauteur de 115 MF, des provisions pour litiges avec tiers à hauteur de 40 MF, le solde étant constitué de provisions pour rationalisation et restructurations ainsi que de provisions pour charges publi-promotionnelles à encourir.

Il n'existe pas à notre connaissance de fait ou de litige qui pourrait affecter de façon significative les résultats, la situation financière ou le patrimoine du groupe.

NOTE 11 - IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

En millions de Francs	1996	1995	1994
Impôt exigible	(476)	(433)	(408)
Impôt différé	11	9	35
Total	(465)	(424)	(373)

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable. Au bilan, ils se décomposent de la manière suivante :

En millions de Francs	1996	1995	1994
Impôt différé actif	(289)	(266)	(242)
Impôt différé passif	346	334	319
Impôt différé passif net au bilan	57	68	77

Les impôts différés actifs constatés au 31.12.1996 sur des déficits fiscaux (qui ne sont constatés que si la probabilité d'imputer des bénéfices fiscaux futurs apparaît importante) s'élèvent à 9 MF.

La société CECO en France bénéficie d'un statut fiscal particulier.

NOTE 12 - DETTES FINANCIÈRES

La répartition des dettes financières par date d'exigibilité est la suivante :

En millions de Francs	1996	1995	1994
Court terme (moins de 1 an)	3 163	3 479	2 201
<i>dont concours bancaires</i>	<i>2 355</i>	<i>2 042</i>	<i>2 073</i>
Moyen terme (de 1 à 5 ans)	1 318	471	2 403
Long terme (plus de 5 ans)	618	587	449
Total	5 098	4 537	5 053

• Au 31 décembre 1996, le Groupe PERNOD RICARD dispose de lignes de crédits confirmés pour un montant de 476 millions de francs pour une durée comprise entre 6 mois et 4 ans.

• Le 20 Mars 1992, PERNOD RICARD a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de Francs.

Les TSDI sont qualifiés de "reconditionnés", par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Le montant net disponible au 31 décembre 1996 (soit 249 millions de francs) a été inclus dans le poste "Dettes Financières".

Les emprunts n'ont donné lieu à constitution d'aucune sûreté ou hypothèque autre que les garanties données par PERNOD RICARD SA et détaillées dans la note 13.

NOTE 13 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

En millions de Francs	1996	1995	1994
ENGAGEMENTS DONNÉS			
Crédit-bail	77	87	80
Cautions et garanties	673	581	987
Engagements d'achat aux fournisseurs	110	109	46

La caution donnée à la Société Générale par PERNOD RICARD afin de contre-garantir les obligations (loan notes) émises pour financer en partie l'acquisition du Groupe IRISH DISTILLERS et garanties en principal par la Société Générale, a été réduite à 56 millions de Francs au 31 décembre 1996 contre respectivement 553 et 72 millions de Francs aux 31 décembre 1994 et 1995 (suite au remboursement d'une partie des loan notes.)

En 1994, PERNOD RICARD s'est porté garant à hauteur de 40 millions de Livres Sterling des sommes pouvant être dues par les sociétés BWG Foods et BWG NI au titre d'un emprunt et de contrats de swap souscrits par ces sociétés.

Au 31 décembre 1996, le solde restant dû et pour lequel PERNOD RICARD s'est porté garant s'élève à 36,1 millions de Livres Sterling.

Comme mentionné dans la Note 1.12, dans le cadre de la politique de couverture du risque de change du Groupe PERNOD RICARD, PR Finance dispose d'un portefeuille de couverture devises qui représente au 31 décembre 1996 un montant total de 173 MF se décomposant comme suit :

Contrat	Echéance	Montant	Taux
Achat à terme	3/2/97	22 M AUD	3,9715 - 4,0090
Achat à terme	27/3/97	2 M AUD	3,9860
Vente à terme	10/1/97	2 M GBP	8,3295
Option de vente	26/3/97	1 500 M ESP	0,040175

NOTE 14 - CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

Comme mentionné dans la Note 1.12, le Groupe PERNOD RICARD dispose d'un portefeuille de contrats de garantie de taux qui représente au 31 décembre 1996 un montant total de 1 294 MF se décomposant comme suit :

Société	Contrat	Echéance	Assiette	Garanties
Pernod Ricard	Collar	Sept. 1997	300 MF	5,20% - 6,25%
PR Finance	Options de taux fixe	Déc. 1998	200 MF	5,55%
PR Finance	Swap taux fixe	Janv. 1999	300 MF	3,5%
House of Campbell	Collar	Janv. 1998	160 MF	4% - 6,4%
Orlando	Swap taux fixe	Nov. 2000	80 M AUD	6,58%

NOTE 15 - EFFECTIFS MOYENS ET FRAIS DE PERSONNEL

Les effectifs moyens de l'exercice 1996 s'élèvent à 11 233 personnes contre 11 150 personnes en 1995 et 10 839 en 1994. Ces effectifs sont calculés en moyenne annuelle et tiennent compte de personnels intérimaires.

Les frais de personnel se sont élevés à 2 736 millions de francs contre 2 632 millions de Francs en 1995 et 2 658 millions de Francs en 1994. Ces chiffres incluent outre les charges de personnel intérimaire, l'intéressement et les taxes sur les salaires.

Vins et spiritueux France

En millions de Francs	1996	1995	1994	Variation 1996/1995
Chiffre d'affaires HDT	3 523	3 351	3 326	+ 5,1 %
Achats consommés	(615)	(691)	(675)	- 10,9 %
Marge brute	2 908	2 660	2 651	+ 9,3 %
Frais de commercialisation et de distribution	(1 455)	(1 281)	(1 231)	+ 13,6 %
Frais de production et frais généraux	(686)	(641)	(694)	+ 7,0 %
Résultat opérationnel	767	738	726	+ 4,0 %

NOTE 16 - INFORMATIONS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

VINS ET SPIRITUEUX FRANCE

	1996	1995	1994
Volumes commercialisés en millions de litres	111	104	106

Effectifs moyens	2 262	2 253	2 863
-------------------------	--------------	--------------	--------------

13 centres de production en France

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod.
- Suze.
- Ambassadeur, Dubonnet, Cinzano, Byrrh, Vabé, Bartissol.
- Scotch Whiskies Clan Campbell, White Heather, Aberlour, Cutty Sark (*).
- Irish Whiskeys Jameson, Bushmills, Power, Paddy.
- Whisky canadien Royal Canadian.
- Bourbon Wild Turkey.
- Vodkas Karinskaya, Altaï, Stolichnaya (*).
- Calvados Busnel, Anée.
- Cognacs Bisquit, Renault, Armagnac Marquis de Montesquiou.
- Rhum Havana Club.
- Portos Cintra, Warre.
- Liqueurs Soho, Alaska, Cusenier, eaux de vie la Duchesse.
- Gins Black Jack, Hastings.
- Café de Paris, Blancs de fruits.

(*): concession

(Ces marques concédées, représentent une part peu significative de l'activité du groupe).

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- Ricard et ses filiales : Renault Bisquit, Galibert & Varon.
- Pernod et sa filiale : Cusenier.
- CSR Pampryl.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution en France, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants.

VINS ET SPIRITUEUX EXPORT ET ÉTRANGER

1996 1995 1994

Volumes commercialisés

en millions de litres 242 228 230

Effectifs moyens 3 794 3 709 3 375

21 centres de production et d'embouteillage :

- USA : Lawrenceburg.
- Royaume Uni : Aberlour, Kilwinning, Glenallachie.
- Irlande : Bushmills, Fox and Geese, Cork, Midleton.
- Australie : Rowland Flat, Griffith, Hunter Estate.
- Espagne : Dicastillo.
- Suisse : Genève.
- Argentine : Capilla, Mendoza, Cafayatte.
- Italie : Canelli.
- Pays-Bas : Almelo, Tilburg.
- Grèce : Palini.
- Autriche : Vienne.

Marques principales :

- Ricard, Pastis 51, Pernod.
- Suze.
- Dubonnet.
- Scotch Whiskies Clan Campbell, Aberlour, White Heather, House of Lords, Glenforres.
- Irish Whiskeys Jameson, Bushmills, Paddy, Power.
- Bourbon Wild Turkey.
- Whisky canadien Royal Canadian.
- Cognacs Bisquit, Renault.
- Armagnac Marquis de Montesquiou, Calvados Busnel, Brandies Dorville.
- Rhum Havana Club.
- Liqueurs Zoco, Amaro, Sambuca, Fior di Vite, Mariposa, Ocho Hermanos, Millwood, Eoliki.
- Cork Dry Gin, vodkas Huzzar, Altaï, Petroff, genièvre Legner Light.
- Vins Cruse, Alexis Lichine, Victor Bérard, Pasquier Desvignes.

- Jacob's Creek, Orlando, Wyndham, Etchart, Palacio de la Vega, Long Mountain, Dragon Seal, Terra Andina.

- Canei, Carrington, Café de Paris, Carlton.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales : Prac SA (Espagne) et sa filiale Palacio de la Vega, Perisem (Suisse), Ramazzotti (Italie), IGM Deutschland (Allemagne) et sa filiale Polacek (Autriche), PR Nederland BV et sa filiale Kerssens (Pays-Bas), Lizas & Lizas (Grèce), Somagnum (Portugal), Casella Far East (Hong Kong), Cusenier Saic (Argentine) et sa filiale Etchart (Argentine), Perising (Singapour), Pernod Ricard Japan (Japon), Casella Taiwan (Taiwan), Perithai (Thaïlande), PRC Diffusion (Caraïbes), PRK Distribution Ltd (Corée).
- Irish Distillers Group Plc et ses filiales Irish Distillers Ltd (Irlande), Old Bushmills Distillery Ltd (Irlande du Nord), Fitzgerald (Irlande), PR South Africa (Afrique du Sud).
- Campbell Distillers et sa filiale Caxton Tower.
- Austin Nichols et sa filiale Boulevard Distillers.
- Nihco (Canada)
- Orlando Wyndham.
- Ricard et ses filiales.
- Pernod et ses filiales : Cusenier, Crus et Domaines de France.
- CSR Pampryl.
- World Brands Duty Free et ses filiales World Brands Duty Free Inc (USA), Perau Associates (Suède), Brand Partners (Norvège), World Brands Denmark, World Brands Finland.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes, les cafés-hôtels-restaurants et les magasins spécialisés.

Vins et spiritueux export et étranger

En millions de Francs	1996	1995	1994	Variation	Hors effet
				1996/1995	devise
Chiffre d'affaires HDT	4 843	4 358	4 450	+ 11,1 %	+ 8,9 %
Achats consommés	(1 748)	(1 579)	(1 650)	+ 10,7 %	
Marge brute	3 095	2 779	2 800	+ 11,4 %	
Frais de commercialisation et de distribution	(1 394)	(1 205)	(1 210)	+ 15,7 %	
Frais de production et frais généraux	(977)	(912)	(951)	+ 7,1 %	
Résultat opérationnel	724	662	639	+ 9,4 %	+ 6,1 %

Note : L'effet devise correspond à l'impact des variations de devise sur la conversion des comptes des filiales étrangères.

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL FRANCE

	1996	1995	1994
Volumes commercialisés			
en millions de litres *	418	441	539

Effectifs moyens	1 818	1 919	2 138
-------------------------	--------------	--------------	--------------

(*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

13 centres de production et d'embouteillage :

Marques principales :

- Orangina.
- Banga.
- Cidres La Cidraie, Loïc Raison, Duché de Longueville, Flagger.
- Brut de Pomme.
- Champomy.
- Pacific.

- Pampryl, Pam-Pam.
- Agruma.
- Sirops Cusenier.
- Pepsi-Cola (1).

(1) Accord de distribution en CHR.

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SIAS-MPA et sa filiale SIAS France.
- Cusenier.
- CSR Pampryl.
- Ricard.
- CFPO et ses filiales Orangina France, CECO, New Drinks Company

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants. Pour l'activité Préparations aux Fruits, il s'agit des principaux groupes de l'industrie agro-alimentaire.

Boissons et produits sans alcool France

En millions de Francs	1996	1995	1994	Variation 1996/1995
Chiffre d'affaires HDT	2 789	2 857	3 398	- 2,4 %
Achats consommés	(1 168)	(1 226)	(1 643)	- 4,7 %
Marge brute	1 621	1 631	1 755	- 0,6 %
Frais de commercialisation et de distribution	(781)	(782)	(862)	- 0,2 %
Frais de production et frais généraux	(647)	(625)	(655)	+ 3,5 %
Résultat opérationnel	193	224	238	- 13,8 %

Note : Les chiffres de l'exercice 1994 comprenaient l'activité Ventes à Emporter, rétrocédée par Orangina à Pepsico à compter du 1er janvier 1995.

BOISSONS ET PRODUITS SANS ALCOOL EXPORT ET ÉTRANGER

	1996	1995	1994
Volumes commercialisés			
en millions de litres*	327	350	323
Effectifs moyens	3 359	3 269	2 463

(*) Hors activités aromatiques et préparations aux fruits.

20 centres de production à l'étranger

- Allemagne : Constance, Nauen.
- Royaume Uni : Corby.
- Australie : Mangrove Mountain.
- USA : Anna Botkins (Ohio), Winter Haven (Floride), Fort Worth (Texas), Carlstadt (New Jersey), Hialeah (Floride), Opelousas (Louisiane).
- Mexique : Zamora, Jacuna.
- Italie : Turin.
- Grèce : Le Pirée.

- République Tchèque : Kaplice.
- Corée : Séoul.
- Autriche : Kröllendorf.
- Pologne : Ostrolenka.
- Argentine : Arroyo-Seco.
- Fidji : Fidji.

Marques principales :

- Orangina.
- Yoo-Hoo.
- Minerva.
- Pampryl.
- La Cidraie, E33

Sociétés dont l'activité contribue au secteur :

- SEGM et ses filiales, dont notamment Cusenier SAIC.
 - SIAS-MPA et ses filiales : SIAS France, DSF (Allemagne), Ramsey et Flavors from Florida (Etats-Unis), SIAS Foods UK (Royaume-Uni), San Giorgio Flavors (Italie), MMF SIAS (Australie), SIAS Mex et SIAS Port (Mexique), SIAS Korea, YB SIAS (Autriche), SIAS Polska (Pologne), SIAS Fruit Argentina (Argentine), SIAS Bohemia (République Tchèque).

- CSR Pampryl.
 - CFPO.
 - Yoo-Hoo Industries.
 - Orlando Wyndham.
 - B.W.G. et sa filiale J&J Haslett.

Les principaux clients du secteur sont les groupes de grande distribution, les grossistes et les cafés-hôtels-restaurants. Pour l'activité Préparations aux Fruits, il s'agit des principaux groupes de l'industrie agro-alimentaire

Boissons et produits sans alcool export et étranger

En millions de Francs	1996	1995	1994	Variation 1996/1995	Hors effet devises
Chiffre d'affaires HDT	5 659	5 368	4 659	+ 5,4 %	+ 4,0 %
Achats consommés	(3 982)	(3 767)	(3 127)	+ 5,7 %	
Marge brute	1 677	1 601	1 532	+ 4,7 %	
Frais de commercialisation et de distribution	(656)	(616)	(566)	+ 6,5 %	
Frais de production et frais généraux	(770)	(736)	(704)	+ 4,6 %	
Résultat opérationnel	251	249	262	+ 0,8 %	+ 0 %

Note : L'effet devise correspond à l'impact des variations de devise sur la conversion des comptes des filiales étrangères.

NOTE 17 - LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

Sociétés	Siège	% d'intérêt 1996	% d'intérêt 1995	Méthode de conso- lida-tion	Numéro Siren
Pernod Ricard	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08			Société mère	582 041 943
PR Finance	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08	100	100	I.G.	349 785 238
Ricard	4 et 6, rue Berthelot, 13014 Marseille	100	100	I.G.	303 656 375
- Renault Bisquit	Domaine de Lignères, 16170 Rouillac	100	100	I.G.	905 420 170
- Galibert & Varon	Lignères, 16170 Rouillac	99,3	99,3	I.G.	457 208 437
Pernod	120, avenue du Maréchal Foch, 94105 Créteil	100	100	I.G.	302 208 301
- Cusenier	142, boulevard Haussmann, 75008 Paris	100	100	I.G.	308 198 670
- Crus et Domaines de France	109, rue Achard - 33000 Bordeaux	100	100	I.G.	384 093 290
SEGM	2, rue de Solférino, 75007 Paris	100	100	I.G.	302 453 592
PR Europe					
- Prac SA (Espagne)	Avenida Diagonal 477, Plança 14, Barcelone 36	100	100	I.G.	
- Palacio de la Vega (Espagne)	31263 Di Castello, Navarre	100	100	I.G.	
- Perisem (Suisse)	44, route de St-Julien, 1227 Carouge, Genève	100	100	I.G.	
- Ramazzotti (Italie)	Corso Buenos Aires, 54, 20124 Milan	100	100	I.G.	
- Somagnum (Portugal)	Rua Antonia Maia nº6,				
	Quinta do Borel, 2720 Amadora	60,0	60,0	I.G.	
- IGM Deutschland (Allemagne)	Schloss Strasse 18-20, 56068 Koblenz	100	100	I.G.	
- Polacek (Autriche)	Resselgasse 1, 2201 Gerasdorf	100	100	I.G.	
- PR Nederland (Pays-Bas)	De Kroonstraat 1, 5048 AP Tilburg	100	100	I.G.	
- Lizas & Lizas (Grèce)	L. Anthousas, 15344 Palini Attiki	100	100	I.G.	
- PR Belux (Belgique)	104/106 rue Emile Delva B1020 Bruxelles	66,7	-	I.G.	
PR Asia					
- Pernod Ricard Japan K.K. (Japon)	Tamaya Building, 3rd Floor, 14-12 Shinjuku 1 Chome Shinjuku-Ku, Tokyo 160	100	100	I.G.	
- Casella Far East Ltd. (Hong Kong)	1007-8 New Kowloon Plaza - 38 Tai Kok Tsui Road, Kowloon, Hong Kong	100	100	I.G.	
- Beijing Pernod Ricard Winery (Chine)	Nº 2 Yu Quan Road, Western Suburb, Beijing 100039	65,0	65,0	M.E.E.	
- Dragon Seal (Chine)	Nº 2 Yu Quan Road, Western Suburb, Beijing 100039	53,0	53,0	M.E.E.	
- Casella Taiwan (République de Chine)	Pao Fu Commercial Center 15/F.2, 420 Fu Hsin N. Road - Taipei	80,0	80,0	I.G.	
- Perithai (Thaïlande)	2533 Sukhumvit Rd, Bangchack Praekhanong, Bangkok 10250	100	100	I.G.	
- PRK Distribution Ltd (Corée)	941-26 Daechi-Dong-Kangnam-Ku, 135-081 Séoul	95,6	95,6	I.G.	
- Perising Pte Ltd. (Singapour)	60B, Martin Road, # 05-07/08 Trade Mart, Singapour	100	100	I.G.	

Sociétés	Siège	%	%	Méthode de conso- lidation	Numéro Siren
		d'intérêt 1996	d'intérêt 1995		
PR Americas					
- Cusenier Saic (Argentine)	Lima 229 - 4e - 1073 Buenos Aires	100	100	I.G.	
- Etchart (Argentine)	Lima 229, 4e, 1073 Buenos Aires	100	50,0	I.G.	
- PRC Diffusion (Caraïbes)	Z.I. Californie, Immeuble Synergie, Centre d'affaires, 97232 Le Lamentin	100	100	I.G.	390 984 912
Nihco (Canada)	2155 Cagnon, Lachine, Québec H8T3M7	100	-	I.G.	
Austin Nichols (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	100	100	I.G.	
- Boulevard Distillers (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	70,0	70,0	I.G.	
- Yoo-Hoo Industries (USA)	156, East, 46th Street, New York N.Y. 10017	100	100	I.G.	
World Brands Duty Free (Grande-Bretagne)	924, Great West Road, Brentford, Middlesex TW8-9DY	100	100	I.G.	
- World Brands Duty Free Inc (USA)	1200 Bayhill Drive, Suite 302, San Bruno, California 94056 USA	100	100	I.G.	
- Perau Associates AS (Suède)	Box 6703, Yxkullsgatan 18, 11385 Stockholm	100	100	I.G.	
- Brand Partners A/S (Norvège)	PO Box 2752 Solli, N0204 Oslo	50,0	50,0	I.G.	
- World Brands Denmark A/S (Danemark)	Homemansgate 36/A, PO Box 861, 2100 Copenhagen 0	100	100	I.G.	
- World Brands Finland O/Y (Finland)	Salomonkatu 17a, 00100 Helsinki	100	-	I.G.	
CSR*	160 avenue Paul Vaillant Couturier, 93126 La Courneuve Cedex	99,2	99,2	I.G.	552 024 275
JFA Pampryl	160 avenue Paul Vaillant Couturier, 93126 La Courneuve Cedex	99,2	99,2	I.G.	035 680 016
CSR Pampryl	12 rue François Mignotte, 21700 Nuits Saint George	99,2	99,2	I.G.	321 875 007
Campbell Distillers (Grande-Bretagne)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	100	I.G.	
- White Heather Distillers (G.B.)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	100	I.G.	
- Aberlour Glenlivet Distillery (G.B.)	West Byrehill, Kilwinning, Ayrshire KA 136 LE	100	100	I.G.	
- Caxton Tower (G.B.)	4 Harlequin Ave., Brentford, Middlesex TW8 9EW	100	100	I.G.	
Santa Lina	2, rue de Solférino, 75007 Paris	100	100	I.G.	045 920 105
SIAS-MPA	142, boulevard Haussmann, 75379 Paris Cedex 08	100	100	I.G.	436 380 521
- SIAS-France	17, avenue du 8-mai-1945, 77295 Mitry-Mory	100	100	I.G.	341 826 006
- Ramsey SIAS (USA)	6850 Southpointe Parteway, Brecksville, Ohio 44141	100	100	I.G.	
- Flavors From Florida (USA)	203 Bartow Municipal Airport, Bartow, Florida 33830-9599	100	100	I.G.	
- DSF GmbH (Allemagne)	Lilienthalstrasse 1, D.78467 Konstanz	60,0	60,0	I.G.	
- SIAS Port (Mexique)	Martinez de Navarrete 83B, Col. Francisco Villa, 59845 Jacona, Michoacan	100	100	I.G.	
- SIAS Mex (Mexique)	Martinez de Navarrete 83B, Col. Francisco Villa, 59845 Jacona, Michoacan	100	100	I.G.	
- MMF SIAS (Australie)	CNR George Downs Drive & Wisemans Ferry Road, Central Mangrove, NSW 2250	100	100	I.G.	
- SIAS Korea (Corée)	77-1 Kanak-Dong, Songpa-Ku - Séoul	95,6	95,6	I.G.	
- SIAS Foods UK Ltd (Grande-Bretagne)	Oakley Hay Lodge, Great Fold Road, Corby NN 189 AS	100	100	I.G.	
- YB SIAS GmbH (Autriche)	A-3363 Kröllendorf	50,0	50,0	I.G.	
- SIAS Polska (Pologne)	UL. Lawska 2, 07-410 Ostroeka	93,0	90,0	I.G.	
- SIAS Fruit Argentina (Argentine)	456, avenue Cordoba, 1054 Cap. Fed., Buenos Aires	100	74,0	I.G.	
- SIAS Bohemia (République Tchèque)	Pohorska 290, Kaplice, République Tchèque	100	100	I.G.	
- South Pacific Foods (Fidji)	POB 80, Nayama Road, Sigatoka, Fidji Islands	100	100	I.G.	
- San Giorgio Flavors (Italie)	Via Fossata 114, 1047 Torino	100	100	I.G.	
Compagnie Financière des Produits Orangina	595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire, 13855 Aix en Provence Cedex 3	100	100	I.G.	56 801 254
- Centre d'Elaboration des Concentrés Orangina	Parc d'activités du plateau de Signes, 83870 Signes	100	100	I.G.	382 255 016
- Orangina France	595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire, 13855 Aix en Provence Cedex 3	95,4	95,1	I.G.	056 807 076
- L'Igloo	7, Première Avenue, 13127 Vitrolles	47,7	47,6	M.E.E.	085 720 217
- The New Drinks Company	595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire, 13855 Aix en Provence Cedex 3	100	-	I.G.	
Comrie Plc (Irlande)	61 Fitzwilliam Square, Dublin 2 (siège statutaire)	100	100	I.G.	
Irish Distillers Group Plc (Irlande)	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	100	I.G.	
- Irish Distillers Limited (Irlande)	Bow Street Distillery, Smithfield, Dublin 7	100	100	I.G.	
- Old Bushmills Distillery Ltd (Irlande du Nord)	Distillery Road, Bushmills, Co Antrim BT57 BXH	100	100	I.G.	
- Fitzgerald & Co. Ltd (Irlande)	11-12 Bow Street, Dublin 7	100	100	I.G.	
- Dillon Bass Limited (Irlande du Nord)	Distillery Road, Bushmills, Co Antrim BT57 BXH	42,5	42,5	M.E.E.	
- BWG Limited (Irlande)	Greenhills Road, Walkinstown, Dublin 12	100	100	I.G.	
- J&J Haslett (Irlande du Nord)	20, The Cutts, Derrinagh, Dunmurry, Belfast, BT 17 9HR	100	100	I.G.	
- PR South Africa (Afrique du Sud)	Van der Bijl House, 37 Market Street, Stellenbosch, 7600 South Africa	100	100	I.G.	
Pernod Ricard Australia (Australie)	Grosvenor Place, 225 George Street, Sydney NSW 2000 Australia	100	100	I.G.	
- Orlando Wyndham Group Pty Limited	33 Exeter Terrace, Devon Park SA 5008, Australia	88,4	80,7	I.G.	
- Simeon Wines**	170 Greenhill Road Parkside SA 5063, Australia	33,0	30,0	M.E.E.	
Heublein do Brazil (Brésil)	655, rue Araporé, Sao Paulo	30,0	30,0	M.E.E.	

I.G. : Intégration globale - M.E.E. : Mise en équivalence

* La société CSR est cotée sur le marché hors cote de la bourse de Paris - ** La société Simeon Wines est cotée à la Bourse de Sydney

Le pourcentage de contrôle est égal au pourcentage d'intérêt sauf pour L'Igloo (50 %) et Simeon Wines (38 %).

Rapport des Commissaires aux Comptes

Comptes consolidés - Exercice clos le 31 décembre 1996

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Pernod Ricard relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1996, présentés aux pages 39 à 52.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations relatives au Groupe, données dans le rapport de gestion. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 25 mars 1997

Les Commissaires aux Comptes

CCC-JD
Jean DELQUIÉ

Société d'Expertise
Comptable A & L GENOT
Alain GENOT - Louis GENOT

Cabinet MAZARS & GUERARD
Frédéric ALLILAIRE
Xavier CHARTON

Bilan Pernod Ricard

Actif

En milliers de francs	31.12.1996			31.12.1995	31.12.1994
	Brut	Amortissements et provisions	Net	Net	Net
Immobilisations incorporelles	225 226	(9 197)	216 029	215 105	214 953
Licences, marques	225 226	(9 197)	216 029	215 105	214 953
Immobilisations corporelles	45 750	(23 576)	22 174	21 507	17 713
Terrains	6 733	0	6 733	6 812	6 010
Constructions	17 207	(7 695)	9 512	9 793	6 709
Matériel et outillage	986	(975)	11	16	16
Autres	20 824	(14 906)	5 918	4 886	4 978
Immobilisations financières	6 638 458	(16 950)	6 621 508	6 472 610	7 409 351
Participations	4 219 324	(14 632)	4 204 692	4 021 676	4 081 996
Créances rattachées à des participations	2 352 801	(2 318)	2 350 483	2 391 246	3 326 432
Prêts	689	0	689	689	689
Autres	65 644	0	65 644	58 999	234
Total actif immobilisé	6 909 434	(49 723)	6 859 711	6 709 222	7 642 017
Avances et acomptes versés sur commandes	1 205	0	1 205	1 086	1 253
Créances d'exploitation	125 219	0	125 219	85 387	86 833
Créances clients et comptes rattachés	102 521	0	102 521	69 537	69 683
Autres	22 698	0	22 698	15 850	17 150
Créances diverses	124 745	(1 680)	123 065	117 305	572 415
Valeurs mobilières de placement	509 757	(28 382)	481 375	262 390	304 836
Disponibilités	34 320	0	34 320	2 178	17 057
Total actif circulant	795 246	(30 062)	765 184	468 346	982 394
Charges constatées d'avance	1 007	0	1 007	954	3 558
Charges à répartir sur plusieurs exercices	4 956	0	4 956	5 668	5 805
Écart de conversion - Actif	32 462	0	32 462	51 567	28 229
Total comptes de régularisation	38 425	0	38 425	58 189	37 592
Total général	7 743 105	(79 785)	7 663 320	7 235 757	8 662 003

Passif

En milliers de francs	31.12.1996	31.12.1995	31.12.1994
Capital	1 127 733	1 127 733	1 127 733
Primes d'émission, de fusion, d'apport	248 967	248 967	248 967
Réserves	2 095 542	2 095 542	2 076 747
Réserve légale	112 773	112 773	93 978
Réserves réglementées	1 982 769	1 982 769	1 982 769
Report à nouveau	1 022 310	1 140 035	974 201
Résultat de l'exercice	1 002 202	326 094	627 154
Provisions réglementées	5 770	8 339	8 407
Total des capitaux propres	5 502 524	4 946 710	5 063 209
Autres fonds propres (TSDI)	257 763	267 429	277 095
Provisions pour risques et charges	67 892	72 168	50 579
Dettes financières	663 359	831 919	1 922 491
Emprunts obligataires non convertibles	400 000	400 000	400 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	15 474	190 419	1 184 853
Emprunts et dettes financières diverses	247 885	241 500	337 638
Dettes d'exploitation	68 930	57 556	54 483
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	40 615	35 499	33 722
Dettes fiscales et sociales	28 315	22 057	20 761
Dettes diverses	1 101 819	1 059 975	1 294 146
Dettes fiscales (impôts sur les bénéfices)	51 218	54 964	-
Autres	1 050 601	1 005 011	1 294 146
Total des dettes	1 834 108	1 949 450	3 271 120
Produits constatés d'avance	401		
Écart de conversion - Passif	632		
Total comptes de régularisation	1 033		
Total général	7 663 320	7 235 757	8 662 003

Compte de résultat Pernod Ricard

En milliers de francs	1996	1995	1994
Redevances	264 764	220 467	218 128
Autres produits	151 403	140 865	134 104
Reprises sur provisions			46
Total des produits d'exploitation	416 167	361 332	352 278
Services extérieurs	(293 397)	(269 488)	(270 136)
Impôts, taxes et versements assimilés	(5 628)	(5 902)	(5 613)
Charges de personnel	(39 818)	(38 939)	(40 957)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(3 611)	(2 961)	(3 469)
Autres charges	(1 918)	(2 003)	(1 970)
Total des charges d'exploitation	(344 372)	(319 293)	(322 145)
Résultat d'exploitation avant opérations financières	71 795	42 039	30 133
Produits de participations	850 514	418 537	539 384
Autres intérêts et produits assimilés	29 996	109 724	105 954
Reprises sur provisions	51 567	29 586	1 359
Différences positives de change	209	13 402	37 351
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		545	1 264
Total des produits financiers	932 286	571 794	685 312
Dotations aux provisions	(32 271)	(51 567)	(29 586)
Intérêts et charges assimilés	(111 949)	(228 828)	(216 024)
Différences négatives de change	(1 955)	(20 434)	(9 804)
Total des charges financières	(146 175)	(300 829)	(255 414)
Résultat financier	786 111	270 965	429 898
Résultat courant	857 906	313 004	460 031
Produits exceptionnels	120 092	72 176	510 724
Charges exceptionnelles	(22 643)	(139 678)	(397 123)
Résultat exceptionnel	97 449	(67 502)	113 601
Résultat avant impôt	955 355	245 502	573 632
Impôt sur les bénéfices	46 847	80 592	53 522
Bénéfice de l'exercice	1 002 202	326 094	627 154

ANNEXE

Aux comptes sociaux

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 décembre 1996, dont le total est de F. 7 663 319 672 et au compte de résultat de l'exercice, qui fait apparaître un bénéfice de F. 1 002 201 695.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 1er janvier au 31 décembre 1996.

Les notes n° 1 à 17, ci-après, présentées en milliers de francs font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 19 mars 1997 par le Conseil d'Administration.

NOTE 1 - RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

1.1 Immobilisations incorporelles

La valeur brute des immobilisations incorporelles est constituée essentiellement par la valeur des fonds de commerce et marques dégagés à l'occasion de la fusion entre PERNOD et RICARD en 1975 et lors de fusions ultérieures.

Elles sont dépréciées lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur brute.

1.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations), à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont fait l'objet d'une réévaluation.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue :

• Contructions	50 ans linéaire
• Agencements et aménagements des constructions	10 ans linéaire
• Matériel et outillage	5 ans dégressif
• Matériel roulant	5 ans linéaire
• Mobilier, matériel de bureau	10 ans linéaire ou 4 ans dégressif

1.3 Participations, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par la valeur d'apport ou par le coût d'achat hors frais accessoires. Dans le cadre des dispositions légales, certains titres ont été réévalués selon leur valeur au 31 décembre 1976.

En fin d'année, lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

La valeur d'inventaire des titres de participations est égale à leur valeur actuelle qui, d'une façon générale, correspond à la quote-part des capitaux propres de la filiale que ces titres représentent.

Dans certaines situations particulières la société prend également en compte le potentiel économique et financier de la filiale considérée, en faisant notamment référence à l'actif net réévalué.

Les titres acquis dans le cadre de plans d'option d'achat d'actions ont été inscrits en valeurs mobilières de placement et évalués au prix d'achat des actions par les bénéficiaires.

1.4 Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

1.5 Provisions réglementées

Les provisions réglementées figurant au bilan comprennent l'amortissement exceptionnel des titres de participation dans des sociétés d'innovation et la provision spéciale de réévaluation des biens amortissables.

1.6 Opérations en devises

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contrevaletur à la date de l'opération. Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contrevaletur au cours de fin d'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en «écart de conversion». Les pertes latentes de change font l'objet d'une provision pour risques, pour leur valeur totale.

1.7 Provisions d'exploitation

Outre les provisions habituellement constatées au titre des charges à payer, PERNOD RICARD constitue chaque année une provision pour faire face au paiement des indemnités de départ à la retraite.

1.8 Impôt sur les bénéfices

En application de l'article 209 sexies du CGI, PERNOD RICARD bénéficiait d'un agrément d'intégration fiscale depuis le 1er janvier 1977.

A compter du 1er janvier 1988, la Société a opté pour le nouveau régime fiscal des groupes.

Les économies et les pertes transférées par les filiales en application de ce régime :

- sont constatées en impôt sur les sociétés lorsqu'elles sont définitives,
- sont inscrites en créances diverses pour les surcoûts et en provisions pour risques et charges, pour les économies, lorsqu'elles sont provisoires.

En revanche, les gains et les surcoûts d'intégration provenant de la société mère sont constatés dès l'exercice où ils naissent en impôt sur les sociétés.

1.9 Transfert de l'activité de trésorerie à PR Finance S.A.

PERNOD RICARD a transféré, au 1er décembre 1995, son activité de centralisation de la trésorerie et de financement des besoins de PERNOD RICARD et de ses filiales (principalement françaises) à PR Finance S.A., filiale à 100 %.

Par ailleurs, dans le cadre de la procédure centralisée de change, PR Finance S.A. assure désormais la compensation multilatérale des flux commerciaux intra-Groupe (netting) et la couverture des expositions de change des filiales.

NOTE 2 - ÉTAT DE L'ACTIF IMMOBILISÉ

	Valeurs brutes au 01.01.96	Augmentations	Diminutions	Valeurs brutes au 31.12.96	Valeurs d'origine avant réévaluation
Immobilisations incorporelles	223 638	1 603	15	225 226	225 226
Immobilisations corporelles	44 190	2 794	1 234	45 750	39 782
Immobilisations financières	6 577 537	152 294	91 373	6 638 458	6 437 771
Total	6 845 365	156 691	92 622	6 909 434	6 702 779

IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les mouvements de l'exercice se décomposent de la façon suivante :

Acquisitions de titres de participation					102 841
• 203 000 titres PR AUSTRALIA			83 424		
• 4 % de SYMINGTON/V.D.B			2 244		
• Autres			17 173		
Augmentations sur créances rattachées à des participations					42 687
• COMRIE			27 088		
• Autres			15 599		
Autres immobilisations financières					6 766
Total					152 294
Cessions de titres de participations					7 803
• 8 % de WARRE			681		
• 50 000 titres SOGINNOVE			5 000		
• 37 737 titres DRAGON SEAL			2 122		
Diminutions sur créances rattachées à des participations					83 450
• SEGM			80 634		
• RÉSIDENCES DE CAVALIÈRE			2 816		
Autres immobilisations financières					120
Total					91 373

NOTE 3 - ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

	au 01.01.96	Augmentations	Diminutions	au 31.12.96
Immobilisations incorporelles	2 533	679	15	3 197
Immobilisations corporelles	22 683	1 938	1 045	23 576
Total	25 216	2 617	1 060	26 773

NOTE 4 - ÉTAT DES PROVISIONS

	Montant au 01.01.96	Augmentations	Diminutions	au 31.12.96
Provisions réglementées				
• Amortissements dérogatoires	6 663	-	2 500	4 163
• Provision spéciale de réévaluation	1 676	-	69	1 607
Total 1	8 339	-	2 569	5 770
Provisions pour risques et charges				
• Pour pertes de change	51 567	32 272	51 567	32 272
• Provisions pour impôts	8 581	14 343	207	22 808
• Autres provisions	12 020	792	-	12 812
Total 2	72 168	47 498	51 774	67 892
Provisions pour dépréciations				
• Sur immobilisations incorporelles	6 000	-	-	6 000
• Sur immobilisations financières	104 927	1 395	89 372	16 950
• Autres provisions	20 326	11 176	1 440	30 062
Total 3	131 253	12 571	90 812	53 012
Total général	211 760	60 069	145 155	126 674

PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION :

• Immobilisations financières

La hausse du dollar australien a permis la reprise dans son intégralité de la provision sur les titres PR AUSTRALIA.

• Autres provisions

Les titres acquis dans le cadre des plans d'option d'achat mis en place en 1988, 1989, 1994 et 1996 ont été évalués par référence à la valeur d'achat des titres par les bénéficiaires.

NOTE 5 - ÉTAT DES ÉCHÉANCES DES CRÉANCES ET DES DETTES

1) CRÉANCES

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
ACTIF IMMOBILISÉ			
• Créances rattachées à des participations	2 352 801	22 989	2 329 812
• Prêts	689		689
• Autres immobilisations financières	65 644		65 644
ACTIF CIRCULANT	795 246	794 126	1 120
Total général	3 214 380	817 115	2 397 265

2) DETTES

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Emprunts obligataires non convertibles	400 000		400 000
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	15 474	15 474	
Emprunts et dettes financières diverses	247 885		247 885
Dettes d'exploitation	68 930	68 930	
Dettes diverses	1 101 819	991 003	110 816
Total général	1 834 108	1 075 407	758 701

Au 31 décembre 1996, le Groupe PERNOD RICARD dispose de lignes de crédit confirmé d'un montant de 300 millions de francs à échéance juin 1997.

NOTE 6 - ÉLÉMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DU BILAN

Postes du bilan valeur brute	Montant concernant les entreprises	
	Liées	avec lesquelles la Société a un lien de participation
Participations	3 929 912	289 412
Créances rattachées à des participations	2 342 261	10 540
Créances clients et comptes rattachés	102 334	-
Autres créances	90 526	-
Emprunts et dettes financières diverses		181 279
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	2 410	-
Autres dettes	1 010 163	-

NOTE 7 - RÉÉVALUATION

Variation de la provision spéciale de réévaluation :

La reprise de provision s'élève à 68 358 francs.

NOTE 8 - PRODUITS À RECEVOIR ET CHARGES À PAYER

PRODUITS À RECEVOIR

Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
• Créances rattachées à des participations	20 236
• Autres immobilisations financières	11 891
• Créances clients et comptes rattachés	102 334
• Autres créances	154
• Disponibilités	15
Total	134 630

CHARGES À PAYER

Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
• Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	12 152
• Dettes financières diverses	0
• Dettes fournisseurs et comptes rattachés	16 598
• Dettes fiscales et sociales	6 972
• Autres dettes	3 837
Total	39 559

NOTE 9 - COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 31 décembre 1996, le capital social se compose de 56 386 660 actions de valeur nominale F. 20 soit F. 1 127 733 200.

NOTE 10 - AUTRES FONDS PROPRES : TITRES SUBORDONNÉS A DURÉE INDÉTERMINÉE

Le 20 Mars 1992 PERNOD RICARD a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de Titres Subordonnés à Durée Indéterminée pour un montant nominal de 400 millions de francs.

Les TSDI sont qualifiés de «reconditionnés», par suite de la conclusion avec une société tierce d'une convention concomitante à l'émission.

Le montant net disponible au 31 décembre 1996 est de 257 763 milliers de francs et apparaît dans le poste «autres fonds propres».

NOTE 11 - EMPRUNTS OBLIGATAIRES NON CONVERTIBLES

PERNOD RICARD a émis un emprunt obligataire zéro coupon de 400 MF, de maturité 6 ans et indexé sur l'évolution de l'action Pernod Ricard

Les intérêts payés à l'échéance seront au maximum égal à 120 % du montant emprunté, soit un taux d'intérêt annuel de 14 % environ.

PR Finance S.A., filiale à 100 % de PERNOD RICARD, a swapé ces intérêts contre un taux Pibor 3 mois.

NOTE 12 - VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

	Total	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	955 355	857 906	97 449
Impôt avant intégration	(20 219)	(3 601)	(16 618)
Gain net d'intégration fiscale	67 066		

Résultat après impôt 1 002 202

NOTE 13 - ENGAGEMENTS FINANCIERS

	Montant
ENGAGEMENTS DONNÉS	
Cautions concernant les filiales	1 667 366*
Cautions concernant les tiers	99 186
Total	1 766 552

* dont caution accordée à PR FINANCE S.A. en 1996
- 1 280 MF - relative à des emprunts et des billets de trésorerie.

CONTRAT DE CESSIION-BAIL

Valeur de cession des biens	140 000
Durée de contrat	15 ans
Redevances cumulées payées au 31.12.1996	157 704
Redevances restant dues	
• à moins de 1 an	8 897
• de 1 an à 5 ans	26 221
• à plus de 5 ans	13 350
Valeur de rachat en fin de contrat	nulle
Amortissement économique en 1996	442

CONTRATS DE GARANTIE DE TAUX

PERNOD RICARD reste titulaire d'un contrat de garantie de taux au 31 décembre 1996 dont les principales caractéristiques sont :

En francs	COLLAR
Montant	300 000 000
Taux garantis :	
• plafond	6,25 %
• plancher	5,20 %
Durée	2 ans
Départ	01/09/1995
Échéance	01/09/1997

Comme mentionné dans la note 1.9 PR Finance S.A. assure désormais la couverture des expositions de change des filiales. De même, la couverture des risques de taux est assurée par PR Finance S.A.

NOTE 14 - ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS

Nature des différences temporaires	Montant d'impôt
ACCROISSEMENTS	
Provisions pour impôts :	
• plus value de fusion 1976	959
Accroissement de la dette future d'impôts	959

ALLÈGEMENTS

Provisions non déductibles l'année de comptabilisation :	
• Organic	228
• Indemnités de départ à la retraite	1 634

Allègement de la dette future d'impôts 1 862

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 1996, soit 36 2/3 %. à l'exception des impôts différés dont l'échéance est postérieure au 31 décembre 1997 (taux 33,33%).

NOTE 15 - EFFECTIF MOYEN 1996

	Personnel salarié	A disposition de l'entreprise
Cadres	26	-
Agents de maîtrise et techniciens	12	-
Employés	8	2
Total	46	2

NOTE 16 - REDEVANCES

Les redevances perçues en exécution des contrats de licence de marques détaillés dans le paragraphe II.2 du rapport spécial des commissaires aux comptes, sont proportionnelles au chiffre d'affaires.

NOTE 17 - TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 1996

Chiffres en milliers de francs	Capital	Capitaux propres avant affectation des résultats	Quote-part du Capital (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts	Cautions et avals	Chiffre d'affaires hors taxes	Résultat net	Dividendes encaissés
				Brute	Nette					
Ricard,										
4 et 6, rue Berthelot,										
13014 Marseille	350 000	1 201 163	100	440 981	440 981	-	-	2 638 493	326 536	300 998
Austin Nichols,										
156 East - 46th Street,										
New York, N.Y. 10017 (USA)	5	1 368 792	100	1 102 784	1 102 784	-	-	1 146 660	59 468	-
Pernod,										
120, avenue du Maréchal-Foch,										
94015 Créteil	258 000	898 449	100	622 771	622 771	-	-	1 471 231	65 992	54 825
Compagnie Financière des Produits Orangina,										
595, rue Pierre Berthier, Domaine de St Hilaire										
13855 Aix-en-Provence Cedex 3	65 505	539 967	99,93	258 861	258 861	-	-	287 929	98 976	95 216
SEGM,										
2, rue de Solférino,										
75007 Paris	235 000	372 334	100	238 779	238 779	-	-	36 498	(53 774)	-
CSR,										
160, av. Paul Vaillant Couturier										
93126 La Courneuve Cedex	58 457	169 745	99,16	101 773	101 773	-	-	45 000	(10 343)	-
Campbell, West Byrehill,										
Kilwinning, Ayrshire -										
KA 136 LE (Ecosse)	66 456	590 880	96,71	263 684	263 684	-	-	700 875	81 969	106 800
Santa Lina,										
2 et 2 bis, rue de Solférino										
75007 Paris	21 250	852 403	99,96	44 226	44 226	-	-	-	79 561	-
Résidences de Cavalière,										
83290 Cavalière	20 600	20 988	99,98	20 501	20 501	31 285	-	6 288	(2 813)	-
PR Australia,										
Grosvenor Place, 225 George Street										
Sydney NSW 2000 (Australie)	613 340	729 466	100	716 087	716 087	-	-	934 226	20 712	-
Heublein Brazil,										
rue Araporé 655 Jardin Guedella,										
Sao Paulo (Brésil)	368 351	695 138	30	99 817	99 817	-	-	1 823 529	219 003	19 535
Compagnie de Suez,										
1, rue d'Astorg,										
75008 Paris	12 282 253	n.d.	0,51	250 408	250 408	-	-	n.d.	n.d.	6 813

RENSEIGNEMENTS GLOBAUX CONCERNANT LES AUTRES FILIALES ET PARTICIPATIONS
FILIALES :

- Françaises	8 519	4 770	-	1 280 000	-	-	-
- Étrangères	8 841	7 674	2 310 442	59 682	-	-	265 793

PARTICIPATIONS :

- Françaises	10 750	10 750	-	-	-	-	-
- Étrangères	30 541	20 825	8 701	-	-	-	531

Résultats financiers

AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

En francs	1992	1993	1994	1995	1996
SITUATION FINANCIÈRE EN FIN D'EXERCICE					
Capital social	939 777 680	939 777 680	1 127 733 200	1 127 733 200	1 127 733 200
Nombre d'actions émises	(1) 46 988 884	46 988 884	(2) 56 386 660	56 386 660	56 386 660
Nombre d'obligations convertibles en actions	-	-	-	-	-

RÉSULTAT GLOBAL DES OPÉRATIONS EFFECTUÉES

Chiffre d'affaires hors taxes	-	-	-	-	-
Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	1 217 477 347	401 337 260	597 063 916	321 181 560	858 659 125
Impôt sur les bénéfices	(8 308 805)	46 890 401	53 522 333	80 591 718	46 846 974
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	1 175 716 482	534 311 404	627 153 941	326 093 995	1 002 201 696
Montant des bénéfices distribués	399 405 514	422 899 956	451 093 280	451 093 280	473 647 944

RÉSULTAT DES OPÉRATIONS RÉDUIT À UNE SEULE ACTION

Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	25,73	9,54	11,54	7,13	16,06
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	25,02	11,37	11,12	5,78	17,77
Dividendes versés à chaque action	8,50	9,00	8,00	8,00	8,40
Dividende par action, ajusté en fonction de l'évolution du capital	7,08	7,50	8,00	8,00	8,40

PERSONNEL

Nombre de salariés	44	44	47	47	46
Montant de la masse salariale	23 394 891	25 411 231	28 448 900	27 278 917	27 875 539
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	9 722 243	10 461 071	12 508 293	11 660 100	11 942 562

(1) Division par quatre de la valeur nominale de l'action - (2) Attribution d'une action gratuite pour cinq, le 1er juillet 1994.

Rappel des dividendes distribués au cours des cinq dernières années :

Exercice	Date de mise en paiement	Montant net	Avoir fiscal	Total	Montant global de l'exercice
1991	16/01/92	15,00	7,50	22,50	48,00
	19/05/92	17,00	8,50	25,50	
1992	14/01/93	4,00	2,00	6,00	12,75 (a)
	17/05/93	4,50	2,25	6,75	
1993	13/01/94	4,30	2,15	6,45	13,50
	26/05/94	4,70	2,35	7,05	
1994	12/01/95	3,75	1,88	5,63	12,00 (b)
	11/05/95	4,25	2,13	6,38	
1995	11/01/96	4,00	2,00	6,00	12,00
	14/05/96	4,00	2,00	6,00	
1996	14/01/97	4,00	2,00	6,00	

(a) Sur un nombre de titres x 4 à la suite de la division du nominal

(b) Sur un nombre de titres x 1,2 à la suite d'une distribution d'actions gratuites à raison de 1 nouvelle pour 5 anciennes.

Les dividendes, dont le paiement n'a pas été demandé, sont prescrits au bénéfice du Trésor Public au terme de 5 ans après leurs mises en paiement.

Le montant du dividende 1996 sera connu définitivement à l'issue de l'Assemblée Générale.

Inventaire des valeurs mobilières

Au 31 décembre 1996

En francs

VALEURS FRANÇAISES DONT LA VALEUR D'INVENTAIRE EST SUPÉRIEURE A F 100 000

	Nombre de titres	Valeur d'inventaire nette
Pernod	2 579 988	622 770 674
Ricard	1 749 992	440 980 868
CFPO	11 902	258 861 144
Compagnie de Suez	830 858	250 408 074
SEGM	999 990	238 778 544
CSR	429 376	101 772 895
Santa Lina	15 618	44 225 889
Résidences de Cavalière	205 950	20 500 950
Idianova	40 165	4 400 290
Agrinova	35 000	3 650 000
EVC	790	2 715 625
SCI du Domaine de Cavalière	18 820	2 163 184
PR Finance S.A.	14 994	1 499 400
Galibert et Varon	4 991	542 274
Pronatec	2 000	250 000
Germe	750	150 000
SNC CRPF-PR	100	100 000
Sous-total		1 993 769 811
Autres titres sociétés françaises		48 297
Participations dans les sociétés étrangères non cotées en Bourse		2 210 873 475
Total général		4 204 691 583

Rapports des Commissaires aux Comptes

Exercice clos le 31 décembre 1996

RAPPORT GÉNÉRAL

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 1996, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Pernod Ricard tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la Loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

2. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession aux vérifications spécifiques prévues par la Loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Fait à Paris, le 25 mars 1997

Les Commissaires aux Comptes :

CCC-JD

Jean Delquie

Société d'Expertise Comptable A. & L. Genot

Louis Genot

Alain Genot

Cabinet Mazars & Guérard

Frédéric Allilaire

Xavier Charton

RAPPORT SPÉCIAL

Exercice 1996

Mesdames, Messieurs,

En application de l'article 103 de la Loi du 24 juillet 1966, nous portons à votre connaissance les conventions visées à l'article 101 de cette Loi.

I. Conventions conclues au cours de l'exercice et préalablement autorisées.

I.1. Dans sa séance du 7 mai 1996, votre conseil d'administration a autorisé ou approuvé les conventions avec :

• Société pour l'Exportation de Grandes Marques - S.E.G.M.

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT représentant permanent de PERNOD RICARD, venue à échéance du contrat de licence de marque entre PERNOD RICARD et SEGM.

• Pernod

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de PERNOD RICARD, Monsieur Thierry JACQUILLAT, Monsieur Bernard CAMBOURNAC et Monsieur François GÉRARD.

A partir du 1er janvier 1996, PERNOD RICARD a donné en concession à la société PERNOD pour les territoires autres que la France Métropolitaine et Monaco, les marques Pernod, Pastis 51 et Suze.

• Ricard

Administrateur commun : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de PERNOD RICARD.

A partir du 1er janvier 1996, PERNOD RICARD

a donné en concession à la société RICARD pour les territoires autres que la France Métropolitaine et Monaco, les marques Ricard et Dubonnet.

I.2. Dans sa séance du 19 décembre 1996, votre conseil d'administration a autorisé avec :

• **PR Asia**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT.

La cession le 23 décembre 1996 des 31,4% détenus par votre société dans Dragon Seal à PR Asia pour 1 million de francs.

II. Conventions conclues au cours d'exercices précédents et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice.

II.1. Il convient de noter le maintien en totalité ou en partie des divers prêts, avances et cautions consentis antérieurement aux sociétés suivantes :

• **COMRIE**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT.

- Avance non rémunérée dont le solde est débiteur de F 2 034 226 432,90 au 31 décembre 1996.

- Caution donnée à la Société Générale en garantie des obligations (Loans Notes) pour un montant de IEP 6 782 000,00.

• **PR FINANCE S.A.**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD et Monsieur Thierry JACQUILLAT.

- Emission au profit de PR FINANCE S.A. et à l'intention des porteurs de billets de trésorerie, d'une garantie irrévocable et inconditionnelle rémunérée par une commission de 0,10% par an. Le montant garanti s'élevait à 980 millions de francs au 31 décembre 1996.

Votre société a facturé à ce titre un total de 1 424 460,00 (HT).

- Garantie donnée à la Société Générale, irrévocablement et inconditionnellement pour l'ensemble des engagements pouvant être souscrits par PR FINANCE S.A., concurremment à PERNOD RICARD, sous le couvert de l'ouverture de crédit accordée de 300 millions de francs et pour laquelle PERNOD RICARD facture une commission annuelle de 0,1% calculée, sur les tirages réalisés par PR FINANCE SA.

II.2. En exécution des contrats de licences de marques dont le renouvellement pour une durée de 10 ans à compter du 1er janvier 1995 a été autorisé par votre Conseil d'Administration lors de sa réunion du 16 décembre 1994 et des contrats de

concession autorisés lors de la réunion du 7 mai 1996 (§ I.1. ci-dessus), votre société a facturé, au titre de l'exercice aux sociétés suivantes :

• **Ricard**

Pour un montant total de F 173 377 770,00 (HT).

• **Pernod**

Pour un montant total de F 81 668 447,79 (HT).

• **Cusenier**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, représentant permanent de PERNOD RICARD, Monsieur Bernard CAMBOURNAC et Monsieur François GÉRARD.

Pour un montant total de F 4 753 577,00 (HT).

• **Orangina France**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de PERNOD RICARD et Monsieur Jean-Claude BETON.

Pour un montant total de F 1 776 280,00 (HT)

• **Compagnie Financière des Produits Orangina - C.F.P.O.**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD, Monsieur Thierry JACQUILLAT, représentant permanent de PERNOD RICARD et Monsieur Jean-Claude BETON.

Pour un montant total de F 754 480,00 (HT).

II.3. En application d'une convention d'assistance technique autorisée par votre Conseil d'Administration avec :

• **SIAS MPA**

Administrateurs communs : Monsieur Patrick RICARD représentant permanent de SANTA LINA, Monsieur Thierry JACQUILLAT et Monsieur François GÉRARD.

Votre société a facturé un total de F 13 749 302,00 (HT).

Paris, le 25 mars 1997

Les Commissaires aux Comptes

CCC-JD

Jean Delquie

Société d'Expertise

Comptable A. & L. Genot

Louis Genot

Alain Genot

Cabinet Mazars & Guérard

Frédéric Allilaire

Xavier Charton

Résolutions

PREMIÈRE RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, lecture entendue du rapport de gestion et des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice clos le 31 décembre 1996 et après que lui aient été présentés le compte de résultat, le bilan et les annexes afférents à cet exercice, et faisant apparaître un solde bénéficiaire de F. 1 002 201 695,55 approuve tels qu'ils sont présentés ces comptes, bilan, annexes et toutes les opérations qu'ils traduisent.

DEUXIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale approuvant l'affectation des résultats proposée par le Conseil d'Administration constate que le bénéfice distribuable de l'exercice se calcule comme suit :

Résultat bénéficiaire de l'exercice : F 1 002 201 695,55

Report à nouveau créditeur : F 1 015 035 763,28

Montant distribuable : F2 017 237 458,83

Et décide d'affecter ledit bénéfice de la manière suivante :

Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende une somme égale à 6 % du capital social, soit F. 1,20 par action : F 67 663 992,00

Somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de dividende complémentaire F. 7,20 par action : F 405 983 952,00

Le solde étant reporté à nouveau, soit : F 1 543 589 514,83

Montant réparti : F2 017 237 458,83

Elle fixe donc à F. 8,40 pour chacune des 56.386.660 actions d'une valeur nominale de F. 20,00 composant le capital social le dividende de l'exercice ouvrant droit à un avoir fiscal de F. 4,20 par action. Le dividende total unitaire de l'exercice s'élève à F. 12,60. Lors de leur mise en paiement, les dividendes correspondant aux actions détenues par la Société dans le cadre des plans d'option d'achat d'actions seront déduits du

dividende global et seront affectés au compte «Report à nouveau».

L'Assemblée Générale décide que ce dividende correspondant au coupon n° 81 sera mis en paiement le 14 Mai 1997 :

- par chèque barré pour les actions inscrites en compte «Nominatif pur» ;
- par crédit en compte auprès des banques, entreprises d'investissement et établissements financiers dépositaires des titres pour les actions au «Porteur» ou inscrites en compte «Nominatif administré»

et ce pour le montant sus-indiqué de F. 8,40 par action diminué de l'acompte de F. 4,00 mis en distribution le 14 Janvier 1997.

L'Assemblée Générale donne acte au Conseil d'Administration que, conformément aux dispositions de l'Article 243 bis du Code Général des Impôts, il lui a été précisé que les montants des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents et celui de l'avoir fiscal correspondant ont été les suivants :

	Nombre d'actions	Montant net (en F.)	Avoir fiscal (en F.)	Revenu global (en F.)
1993	46 988 884	9,00	4,50	13,50
1994	56 386 660 (1)	8,00	4,00	12,00
1995	56 386 660	8,00	4,00	12,00

(1) A la suite de la distribution d'actions gratuites à raison d'une action nouvelle pour cinq anciennes.

TROISIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale, statuant sur le rapport spécial présenté par les Commissaires aux Comptes, en application des dispositions légales en la matière, approuve les conventions visées dans ce rapport et intervenues ou dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice 1996.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

L'Assemblée Générale donne quitus entier et définitif au Conseil d'Administration de sa gestion pour l'exercice 1996.

CINQUIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale réélit la S.A. PAUL RICARD en qualité d'Administrateur pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2002.

SIXIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale élit Monsieur Jean-René FOURTOU en qualité d'Administrateur pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2002.

SEPTIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale élit Monsieur Jean-Dominique COMOLLI en qualité d'Administrateur pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2002.

HUITIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale décide de porter à F. 2 103 000 pour l'exercice 1997, la valeur globale des jetons de présence du Conseil d'Administration fixée à F. 2 003 000 par l'Assemblée Générale Ordinaire du 4 mai 1995.

Cette allocation, dont le Conseil d'Administration fixera comme il l'entendra la répartition entre ses membres, sera portée aux charges d'exploitation et maintenue d'année en année jusqu'à nouvelle décision de l'Assemblée Générale.

NEUVIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale, en application des dispositions des Articles 217-2. et suivants de la loi du 24 Juillet 1966 sur les sociétés commerciales, après avoir entendu la lecture du rapport de gestion :

1) Autorise la Société, pour une durée de dix huit mois à compter du jour de la présente Assemblée, à acheter en bourse 2 819 333 actions Pernod Ricard au prix maximum de F. 600,00, et les vendre en bourse au prix minimum de F. 210,00 en vue de régulariser leur cours.

2) Donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration dans les limites ci-dessus fixées à l'effet d'accomplir ou faire accomplir toutes opérations s'inscrivant dans le cadre de la présente résolution, effectuer toutes formalités requises, notamment tenir un registre des achats et des ventes, fournir dans son rapport à l'Assemblée Générale Ordinaire toutes informations requises par la loi à ce sujet et généralement faire le nécessaire.

Cette autorisation rend caduque celle de même nature décidée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 7 Mai 1996.

DIXIÈME RÉOLUTION

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait du Procès-Verbal de la présente réunion pour effectuer, partout où besoin sera, tous dépôts et procéder à toutes formalités de publicité légale ou autres qu'il appartiendra.

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital

1. RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

- Dénomination : PERNOD RICARD

- Siège Social : 142, boulevard Haussmann - 75008 PARIS

PERNOD RICARD est une Société Anonyme à Conseil d'Administration régie par la loi sur les Sociétés Commerciales (24 juillet 1966)

Pernod Ricard est une Société Anonyme de droit français à Conseil d'Administration, soumise à la Loi sur les Sociétés Commerciales (24.07.1966).

Elle a été constituée à compter du 13 juillet 1939 pour une durée de 99 années qui prendra fin à pareille époque de l'année 2038.

L'objet social, tel que mentionné dans l'article 2 des statuts, peut être ainsi résumé :

“Directement ou indirectement la fabrication, l'achat et la vente de tous vins, spiritueux et liqueurs, ainsi que de l'alcool et de tous produits et denrées d'alimentation. La prise d'intérêts dans toute Société industrielle, commerciale, agricole, immobilière, financière ou autres.”

La société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le n° PARIS B 582041943 (58 B 4194).

Les documents juridiques (statuts, procès verbaux d'Assemblées Générales, rapports des contrôleurs légaux....) peuvent être consultés au Siège Social de : PERNOD RICARD - 142, Boulevard Haussmann, 75008 PARIS

L'exercice social commence le premier janvier et finit le trente et un décembre.

Répartition statutaire des bénéfices

- Sur les bénéfices nets, diminués le cas échéant des pertes antérieures, 5 % à la réserve légale tant que celle-ci n'a pas atteint le plafond légal ;
- Sur le complément 6 % à titre de premier dividende ;
- Sur l'excédent disponible, selon décision de l'Assemblée, ou report à nouveau ou dotation à tous fonds de réserve ;
- Le solde est réparti aux actionnaires à titre de dividende complémentaire ;

L'Assemblée Générale Ordinaire est autorisée à prélever sur les réserves non obligatoires qui auraient été constituées sur les exercices antérieurs, toutes sommes qu'elle jugerait bon pour être :

- soit distribuées aux actionnaires ou affectées à l'amortissement total ou partiel des actions ;
- soit capitalisées ou affectées au rachat et à l'annulation d'actions.

L'Assemblée statuant sur les comptes de l'exercice a la faculté d'accorder à chaque actionnaire, pour tout ou partie du dividende mis en distribution, ou des acomptes sur dividende, une option entre le paiement en numéraire ou en actions.

Assemblées Générales

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital social qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis dix ans au moins, et ce à compter du 12 mai 1986 inclusivement, au nom du même actionnaire (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

Chaque membre de l'Assemblée a autant de voix qu'il possède et représente d'actions, dans la limite de 30 % des droits de vote. Le mandataire d'un actionnaire dispose des voix de son mandant dans les mêmes conditions et la même limite (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

Toute personne physique ou morale qui vient à posséder un pourcentage de participation supérieur à 0,5% du capital social, est tenu d'informer la société du nombre total d'actions qu'elle possède, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, dans un délai de quinze jours à compter de la date à laquelle ce seuil a été dépassé. Cette notification devra être renouvelée, dans les mêmes conditions, en cas de franchissement de chaque seuil contenant la fraction retenue de 0,5% jusqu'au seuil de 4,5% inclus (Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1988).

En cas de non respect de l'obligation mentionnée à l'alinéa qui précède, les actions excédant la fraction non déclarée sont privées du droit de vote à la demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5% au moins du capital social, pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration du délai fixé par l'Article 356-4 de la loi du 24 juillet 1966 suivant la date de régularisation de la notification

(Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1988).

D'autres informations concernant les Assemblées Générales se trouvent en rubrique Carnet de Bord de l'Actionnaire.

2. RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL

Les conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et les droits des actions sont en tous points conformes aux prescriptions légales. Les statuts ne prévoient pas de dispositions dérogatoires et n'imposent pas de contingences particulières.

Montant de capital souscrit

Le capital est fixé à la somme de UN MILLIARD CENT VINGT SEPT MILLIONS SEPT CENT TRENTE TROIS MILLE DEUX CENTS FRANCS (1.127.733.200 Francs).

Il est divisé en cinquante six millions trois cent quatre vingt six mille six cent soixante (56.386.660) actions de vingt francs de nominal unitaire, toutes de même catégorie.

Toutes les actions composant le capital sont entièrement libérées.

On trouvera ci-dessous le rappel des résolutions adoptées en Assemblée Générale Extraordinaire et autorisant le Conseil d'Administration à augmenter le capital social :

Date A.G.E.	N° de Résolution	Objet	Durée
19.05.94	1	Autorisation d'augmenter le capital social Sans renonciation du droit préférentiel de souscription A concurrence de 2 Mds de F	5 ans
7.05.96	3	Autorisation à émettre Par émission d'actions en numéraire Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	3 ans
7.05.96	4	Autorisation à émettre Obligations convertibles en actions Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
7.05.96	5	Autorisation à émettre Obligations avec B S A Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
7.05.96	6	Autorisation à émettre Bons de Souscription d'Actions Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	1 an
7.05.96	7	Autorisation à émettre Toutes valeurs mobilières autres que Résolutions 3, 4, 5, 6, de l'AGE du 7.05.96 et résolution 1 de l'AGE du 19.05.94 Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	2 ans
7.05.96	8	Autorisation à émettre Résolutions 3, 4, 5, 6, 7 de l'A G E du 07/05/96 et résolution 1 de l'A G E du 19/05/94 rendues possibles en cas d'O P A et d'O P E	1 an

Ces autorisations n'ont pas été utilisées à ce jour.

Résolutions soumises à l'AGE du 6 mai 1997 autorisant le Conseil d'Administration à augmenter le capital social :

- Les résolutions 3, 4 et 6 sont susceptibles de venir en substitution des résolutions 4, 5 et 7 de l'AGE du 7 mai 1996.
- Les résolutions 5 et 7 sont susceptibles de venir en renouvellement des résolutions 6 et 8 de l'AGE du 7 mai 1996.

N° de Résolution	Objet	Durée
3	Autorisation à émettre Obligations convertibles en actions Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
4	Autorisation à émettre Obligations avec B S A Avec renonciation du droit préférentiel - A concurrence de 2 Mds de F	2 ans
5	Autorisation à émettre Bons de Souscription d'Actions Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	1 an
6	Autorisation à émettre Toutes valeurs mobilières autres que résolution 3 de l'AGE du 7/05/96, résolutions 3, 4, 5 de l'AGE du 6/05/97 et résolution 1 de l'AGE du 19/05/94 Avec renonciation du droit préférentiel et à imputer sur autorisation 19/05/94	2 ans
7	Autorisation à émettre Résolution 3 de l'AGE du 07/05/96, résolutions 3, 4, 5, 6 de l'A G E du 06/05/97 et résolution 1 de l'A G E du 19/05/94 rendues possibles en cas d'O P A et d'O P E	1 an

Il n'existe pas, à ce jour, de titres non représentatifs du capital.

PERNOD RICARD n'a pas, à ce jour, émis de valeurs mobilières quelles qu'elle soient, donnant droit par par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon, ou de toute autre manière, à l'attribution, à tout moment, ou à date fixe, de titres qui seront émis en représentation d'une quotité du capital social.

Tableau d'évolution du capital

Capital avant	Titres Nominal	Année	Nature de l'opération	Quotité	Prise d'effet	Titres créés	Titres au capital	Capital après	Nominal	
783 148 080	9789351	80	1990	Attribution gratuite	1 pour 5	26/02/90	1957870	11747221	939 777 680	80
939 777 680	11747221	80	1992	Division par 4 du nominal	4 pour 1	1/07/92	35241663	46988884	939 777 680	20
939 777 680	46988884	20	1994	Attribution gratuite	1 pour 5	1/07/94	9397776	56386660	1 127 733 200	20

3. RÉPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

Les informations rapportées ci-dessous ont été recueillies au 31 décembre 1996 :

- Le nombre total de droits de vote ressort à 68 548 962 ;
- Le nombre approximatif d'actionnaires est de 100.000 ;
- Détiennent au moins 5 % du capital les différents actionnaires suivants :

* S.A. PAUL RICARD, entièrement détenue par la famille Ricard, possède 7 049 371 actions dont 6 534 999 avec

vote double, soit 12,5 % du capital et 19,8 % des droits de vote ;

* SOCIETE IMMOBILIERE ET FINANCIERE POUR L'ALIMENTATION (S.I.F.A.) détient 5 743 299 actions, dont 5.273.400 avec vote double, soit 10,2 % du capital et 16,1 % des droits de vote ;
La S.I.F.A. est détenue à hauteur de 55 % de son capital par le Groupe SOCIETE GENERALE.

- Actions propres détenues directement ou indirectement dans les Sociétés du Groupe : 4.500, soit 0,01 %.
- Le personnel, par l'intermédiaire d'organismes de placement collectif, détient 2,5 % du capital et 4,4 % des droits de vote.

Il n'y a pas de pacte d'actionnaire au sens de la loi 89-531 du 2 août 1989.

Il n'y a pas eu de modification significative dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices.

L'organigramme du Groupe est présenté en pages 8 et 9.

4. MARCHÉ DES TITRES DE L'ÉMETTEUR

Indication des Bourses

Les actions PERNOD RICARD sont actuellement négociées sur les Marchés Officiels de :

- BOURSE DE PARIS (règlement mensuel) ;
- BOURSE DE FRANCFORT (Allemagne).

Autres Marchés

- Les actions PERNOD RICARD se négocient également sur le SEAQ International de Londres.
- PERNOD RICARD a émis en 1993 un programme d'ADR (American Depositary Receipt) sous couvert de la Bank of New York (marché OTC).

5. OPTIONS D'ACHAT D'ACTIONS

Des options d'achat d'actions ont été attribuées aux cadres à haut niveau de responsabilité des sociétés du Groupe.

Les plans d'options en vigueur au cours de l'exercice écoulé présentent les caractéristiques suivantes :

Date d'autorisation Par l'Assemblée Générale Extraordinaire	Date de l'attribution par le Conseil d'Administration	Durée des Options	Nombre de bénéficiaires	Nombre d'options attribuées depuis l'origine	Dont options attribuées aux dirigeants de Pernod Ricard SA	Prix d'exercice	Nombre d'options exercées au 31.12.96	Options non exercées au 31.12.96
10.05.88	18.07.88	10 ans	162	575 856	41 501	136,11	522 764	53 092
10.05.88	15.12.89	{ 6 ans 10 ans	10	50 688	0	202,30	50 688	0
			18	257 299	114 164	202,30	188 755	68 544
12.05.93	4.10.94	10 ans	218	775 130	75 600	307,34	12 930	762 200
7.05.96	19.12.96	10 ans	297	842 000	92 400	266,00	0	842 000

Le prix d'exercice ainsi que le nombre d'options ont été ajustés à la suite des différentes modifications intervenues sur le capital depuis la date d'attribution.

Rémunération brute annuelle allouée aux dirigeants de la société Pernod Ricard SA en 1996 (11 personnes) au titre de l'ensemble des fonctions exercées dans le Groupe : 16 818 907 F (ces 11 personnes incluent les 2 mandataires sociaux et les 9 directeurs salariés de Pernod Ricard S.A.).

Responsable du document de référence

Responsables du contrôle des comptes

1 RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

M. Patrick Ricard,
Président Directeur Général.

2 ATTESTATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

A notre connaissance, les données du présent prospectus sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Pernod Ricard ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

Le Président Directeur Général
Patrick RICARD

3 NOMS ET ADRESSES DES CONTRÔLEURS LÉGAUX

Les commissaires aux comptes de Pernod Ricard sont :

- la Compagnie Consulaire d'expertise comptable Jean Delquié, nommée en Assemblée Générale du 12 mai 1993, pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998,
- la Société d'Expertise Comptable A & L Genot, nommée pour la première fois en Assemblée Générale du 11 juin 1987 et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1998,
- le Cabinet Mazars & Guérard, nommé pour la première fois en Assemblée Générale du 11 juin 1987 et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera sur les comptes de l'exercice 1997.

4 ATTESTATION DES RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

Nous avons procédé à la vérification des informations financières et comptables données dans le présent Document de Référence en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Les comptes annuels et les comptes consolidés des exercices 1994 à 1996 ont fait l'objet d'un audit par nos soins. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations financières et comptables présentées. Les rapports de l'exercice 1996 sont repris dans le présent document.

Les Commissaires aux Comptes

C.C.C. JD
M. Jean DELQUIÉ

Société d'Expertise
Comptable A & L GENOT
MM. Alain et Louis GENOT

Cabinet MAZARS & GUERARD
M. Frédéric ALLILAIRE
M. Xavier CHARTON

Carnet de bord de l'Actionnaire

COMMENT PARTICIPER AUX ASSEMBLÉES ?

Les actionnaires sont informés des réunions par avis publiés au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO) et dans un journal habilité à recevoir les annonces légales pour le département du Siège Social. Publication est également faite dans la presse économique et financière d'audience nationale.

Les actionnaires titulaires de titres nominatifs (depuis un mois au moins à la date de l'insertion de l'avis de convocation) sont convoqués à toutes assemblées par lettre ordinaire.

Les actionnaires, quel que soit le nombre d'actions dont ils disposent, peuvent assister aux Assemblées, s'y faire représenter ou voter par correspondance après avoir immobilisé leurs titres, sauf s'ils sont inscrits au nominatif.

Les propriétaires d'actions au porteur désirant se faire représenter ou voter par correspondance doivent faire immobiliser leurs titres, cinq jour francs avant la date des Assemblées auprès de la Société Pernod Ricard, 142, Boulevard Haussmann, 75008 Paris, ou auprès des établissements ci-après(*).

Les titulaires d'actions nominatives, depuis cinq jours au moins avant la date des Assemblées, peuvent y assister, s'y faire représenter ou voter par correspondance sans aucune formalité.

Les formulaires de vote par correspondance peuvent être obtenus au Siège de la Société.

Les votes par correspondance ne sont pris en compte que pour les formulaires parvenus à la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ou au Siège de la Société PERNOD RICARD dans un délai de trois jours au moins avant les Assemblées.

Les cartes d'admission aux Assemblées sont adressées à tout actionnaire qui en fait la demande au Siège de la Société, 142, Boulevard Haussmann, 75008 Paris, ou dans un des établissements bancaires qui précèdent, en produisant, si les titres sont au porteur, une attestation d'immobilisation dans les conditions indiquées ci-dessus.

(*) SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, 29, Boulevard Haussmann, 75009 PARIS • BANQUE NATIONALE DE PARIS, 16, Boulevard des Italiens, 75009 PARIS • CRÉDIT LYONNAIS, 19, Boulevard des Italiens, 75002 PARIS • CRÉDIT DU NORD, 6 et 8, Boulevard Haussmann, 75009 PARIS • CRÉDIT COMMERCIAL DE FRANCE, 103, Av. Champs-Élysées, 75008 PARIS • SOCIÉTÉ MARSEILLAISE DE CRÉDIT, 75, rue de Paradis, 13006 MARSEILLE • BANQUE INDOSUEZ, 96, Boulevard Haussmann, 75008 PARIS • CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATIONS, 56, rue de Lille, 75007 PARIS • CAISSE NATIONALE DE CRÉDIT AGRICOLE, 91-93, Bld Pasteur, 75015 PARIS • BANQUE PARIBAS, 3, rue d'Antin, 75002 PARIS, et dans toutes les Agences de Paris et de Province de ces établissements, ou auprès de l'établissement financier dépositaire des titres.

N° Vert 0800 11 97 57 POUR LES ACTIONNAIRES AU NOMINATIF PUR

Les actionnaires au nominatif pur peuvent passer directement leurs ordres d'achat ou de vente auprès de la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE à qui a été confiée la gestion de ces positions.

Un numéro vert (appel gratuit) est à votre disposition : 0800.11.97.57.

Dès réception, par téléphone par fax ou courrier, les ordres sont passés directement sur le marché (RM). Ils sont réputés valables jusqu'au terme du mois boursier (liquidation). Dans le cas d'un premier achat (nouvel actionnaire), la couverture est assurée par virement d'un montant de 50 % de l'ordre. Si vous êtes déjà actionnaire en nominatif pur vous pouvez acquérir, sans provision espèces préalable, dans la limite du double de vos avoirs et de 50.000 F. Au delà vous devez assurer une couverture en espèce selon le même principe que précédemment.

L'avis d'opéré vous est adressé dès exécution de l'ordre pour règlement le dernier jour ouvré du mois.

Dans le cas d'une vente, les ordres sont acceptés dans la limite du nombre de titres effectivement inscrits en nominatif pur. L'avis d'opéré est adressé dès exécution de l'ordre et le règlement intervient, par chèque ou par virement bancaire, à J + 2 pour un ordre exécuté en Règlement Immédiat (commission complémentaire), le dernier jour ouvré du mois pour un ordre au Règlement Mensuel.

Des courtages préférentiels ont été négociés avec la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE.

Pour tous renseignements et pour obtenir les imprimés d'ordres vous pouvez prendre contact avec :

- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - Département des Titres
32, avenue du Champ de Tir - 44024 NANTES
Cedex 01 - Tél. : 0800.11.97.57 (numéro vert)
- PERNOD RICARD
Direction Financière : Antoine PERNOD
Tél. : 01.40.76.77.78 - Fax 01.45.62.22.75

PERNOD RICARD SUR INTERNET (<http://www.pernod-ricard.fr>)

PERNOD RICARD est désormais présent sur Internet avec un site en langue française et anglaise conçu pour l'information de ses actionnaires et de la communauté financière. Présentation du Groupe et de ses produits, actualité, mais aussi tous les communiqués 1996 et 1997, les comptes 1996 téléchargeables et la vie du titre en direct. Il est également possible de commander les différents supports d'information écrits édités par Pernod Ricard.

PERNOD RICARD SUR LE MINITEL

• **3615 CLIFF** (1,29 F/mn)
Présentation du Groupe, chiffre-clés, actualité, informations actionnaires.

• **3615 COB** (1,01 F/mn)
Les communiqués de presse économiques et financiers émis par PERNOD RICARD diffusés in extenso, en temps réel, à la disposition du grand public (RUBRIQUE : Information des Sociétés cotées).

• **3611 LES PAGES ZOOM** (3 mn gratuites puis 0,37 F/mn)
Les marques et les coordonnées de toutes les filiales du Groupe en France et dans le monde.

Tableau de Concordance

Sections	Rubriques	Pages
1.1.	Nom et fonctions du responsable du document	74
1.2.	Attestation des responsables	74
1.3.	Noms et adresses des contrôleurs légaux	34
3.1.	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur	70 et 71
3.2.	Renseignements de caractère général concernant le capital	71 et 72
3.3.	Répartition actuelle du capital et des droits de vote.....	72 et 73
3.4.	Marché des titres de l'émetteur.....	73
3.5.	Dividendes.....	64
4.1.	Présentation de la société et du groupe.....	1 et 4 à 9
4.3.	Faits exceptionnels et litiges.....	46 et 47
4.4.	Effectifs	30 à 32 et 48
4.5.	Politique d'investissement	46
5.1.	Comptes de l'émetteur	39 à 65
6.2.	Intérêts des dirigeants dans le capital.....	72 et 73
7.1.	Evolution récente	12 à 15 et 35 à 37
7.2.	Perspectives d'avenir	2 et 3, 15, 37



Le présent document de référence
a été enregistré auprès de
la Commission des Opérations de Bourse
le 15 avril 1997
sous le numéro R.97-092
Il ne peut être utilisé à l'appui d'une opération
financière que s'il est complété par une note
d'opération visée par la Commission.

Pernod Ricard :

142, boulevard Haussmann

75008 Paris

TÉL.: 33 (01) 40.76.77.78

CONCEPTION, RÉALISATION :

Olympe : 24, rue Fortuny - 75017 Paris

Tél.: 33 (01) 45.72.33.66

DIRECTION ARTISTIQUE : Avenue A, Paris

ILLUSTRATIONS : Daniel Dewalle,

Sociétés du Groupe et

Service Photographique Pernod Ricard.

