

RAPPORT ANNUEL

2005
2006



Pernod Ricard



Réussite de l'intégration d'Allied Domecq et poursuite de la croissance

N° 2 mondial des Vins & Spiritueux, Pernod Ricard occupe une position de premier plan sur l'ensemble des continents. Avec 17 600 collaborateurs dans plus de 70 pays, le Groupe a réalisé en 2005/2006 un chiffre d'affaires de 6 066 millions d'euros.

Depuis sa création en 1975, Pernod Ricard s'est développé de manière très soutenue, tant par croissance interne que par acquisitions successives : le rachat d'Allied Domecq, en juillet 2005, est l'illustration la plus récente des ambitions mondiales du Groupe.

Fort d'un portefeuille de grandes marques Premium, d'une présence sur tous les continents et d'une organisation décentralisée, Pernod Ricard entend bien poursuivre la dynamique de son développement international.

Chiffres clés

6 066 M€

Chiffre d'affaires

+ 68 %

Croissance du chiffre d'affaires

1 255 M€

Résultat opérationnel courant

+ 72 %

Croissance du Résultat opérationnel courant

20,7 %

Marge opérationnelle

+ 32 %

Croissance du Résultat net part du Groupe

15 MARQUES STRATÉGIQUES



30 MARQUES LOCALES LEADERS

Les marques locales sont placées sur la carte selon le pays où elles sont le plus vendues.



POLOGNE/FRANCE



WYBOROWA

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE



BECHEROVKA

RUSSIE



OLMECA



ARARAT

JAPON



DITA



CAFÉ DE PARIS

CORÉE



IMPERIAL

CHINE



ROYAL SALUTE

THAÏLANDE



100 PIPERS

INDE



ROYAL STAG

WYNDHAM
ESTATE



AUSTRALIE

Sommaire

PERNOD RICARD EN 2005/2006

- 02** Message du Président
- 04** Chiffres clés et analyse de Pierre Pringuet
- 08** Succès et croissance depuis plus de 30 ans
- 10** Événements de l'année 2005/2006
- 12** Les grands axes de la stratégie de Pernod Ricard

16 15 MARQUES STRATÉGIQUES

- 18** Chivas Brothers
- 21** Irish Distillers Ltd
- 22** Ricard SA
- 24** Malibu-Kahlúa International
- 26** Havana Club International
- 27** The Stolichnaya Brand Organisation
- 28** Martell Mumm Perrier-Jouët
- 30** Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand

32 UNE STRATÉGIE INTERNATIONALE ADAPTÉE À CHAQUE MARCHÉ

- 34** Asie et reste du monde
- 38** Amériques
- 42** Europe (hors France)
- 45** France

46 RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

- 48** Notre engagement pour un Développement Durable
- 50** Actionnaires
- 64** Collaborateurs
- 80** Consommateurs
- 94** Environnement
- 106** Clients et Fournisseurs

108 MÉCÉNAT

116 RAPPORT FINANCIER



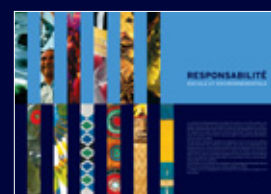
02



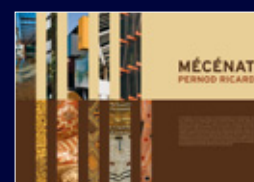
16



32



46



108

Une année exceptionnelle



Plus rapide que prévue, l'intégration d'Allied Domecq est un succès complet. Elle confirme la stratégie performante et le dynamisme opérationnel du Groupe, qui se traduisent par d'excellents résultats et de nouvelles perspectives de croissance dans le monde entier.

SUCCÈS TOTAL DE L'INTÉGRATION D'ALLIED DOMECQ

À peine trois ans après l'acquisition de Seagram, Pernod Ricard a franchi un nouveau cap en intégrant Allied Domecq en un temps record. Achevée en mars 2006, moins d'un an après la finalisation de l'acquisition, cette formidable opération illustre de manière spectaculaire le rôle majeur que nous continuons de jouer dans la consolidation de notre secteur.

Cette intégration témoigne également de notre maîtrise pour mener à bien de tels rapprochements. En moins d'un an, 5 000 personnes nous ont rejoints, les nombreuses marques d'Allied Domecq ont parfaitement été intégrées à notre activité, permettant à Pernod Ricard de générer un chiffre d'affaires de plus de 6 milliards d'euros.

Quels que soient les aspects de l'opération, le bilan est très positif : moindres coûts d'intégration (entre 350 et 400 millions d'euros contre 450 initialement estimés) ; mise en œuvre plus rapide des synergies (270 millions d'euros dès l'exercice 2006/2007) ; cessions réalisées dans de meilleures conditions que prévues... le tout engendrant une baisse spectaculaire de notre endettement : au 30 juin 2006, celui-ci s'est nettement replié de 3,6 milliards d'euros pour s'établir à 6,35 milliards d'euros. Cette réussite est remarquable. Elle se traduit déjà par des résultats supérieurs à nos attentes : hausse du chiffre d'affaires de 68 %, du Résultat opérationnel courant de 72 % et du Résultat net part du Groupe de 32 %*. Ces résultats sont essentiels pour nous, car à travers notre croissance, notre ambition est de faire croître nos profits et de créer toujours plus de valeur.

FORTE CROISSANCE DE NOS MARQUES HISTORIQUES

Cette croissance, nous la devons aussi à la bonne progression de nos marques historiques : + 2 % en volume, + 4,3 % en chiffre d'affaires**. Le dynamisme de nos marques Premium confirme la justesse de nos efforts dans ce domaine. Illustrations parmi d'autres : Chivas Regal a atteint un record historique de ventes, les catégories supérieures de Martell ont partout accéléré leur développement, Jameson a très fortement progressé aux États-Unis comme en Europe, The Glenlivet en Asie comme aux États-Unis.

De nombreux autres exemples pourraient être donnés, vous les découvrirez dans ce rapport d'activité. Tous illustrent le bien fondé de notre stratégie : le développement de marques locales fortes sur lesquelles s'adosse la "Premiumisation" du portefeuille - autrement dit, la priorité donnée aux produits haut de gamme et à forte marge, répondant aux attentes d'un nombre de plus en plus élevé de consommateurs, y compris dans les pays émergents. Aujourd'hui déjà, nos quinze marques stratégiques représentent la moitié de nos profits.

Ces mêmes marques concentrent près de 70 % de nos investissements publicitaires. Ces efforts sont indispensables. D'abord, parce que dans notre secteur, la concurrence est vive. Plus profondément encore, parce

(*) Une fois prises en compte les charges d'acquisition et de restructuration.

(**) Hors ventes de vrac.

que chez Pernod Ricard, nous sommes des bâtisseurs de marques. En renforçant leurs liens avec leurs clients, nos marques accélèrent leur croissance et contribuent à la création de valeur du Groupe. En quelques années, les campagnes au profit de Chivas Regal, Martell et The Glenlivet, pour reprendre ces exemples, leur ont permis de renouer avec des croissances très soutenues. Les investissements sont donc très largement compensés par les profits générés.

RENFORCEMENT DE NOS POSITIONS DANS LE MONDE ENTIER

Les synergies entre nos 15 marques stratégiques internationales et nos 30 marques leaders locales se traduisent par le renforcement permanent de nos positions. 2^e opérateur mondial des Vins & Spiritueux, nous réalisons près de 90 % de notre chiffre d'affaires hors de France. C'est naturellement vers les marchés à forte croissance que nous nous orientons en priorité.

L'intégration d'Allied Domecq nous a permis d'accroître notre présence en Asie et aux Amériques - deux marchés porteurs qui représentent désormais plus de la moitié de nos ventes. Aux États-Unis, ce rapprochement se traduit par le franchissement d'un cap décisif avec un chiffre d'affaires multiplié par deux. En Asie, nous bénéficions d'une progression également exceptionnelle.

En Europe, moins impactée par l'intégration, nous conservons dans un environnement difficile notre leadership, notamment grâce aux bonnes progressions en Russie, Grèce et Scandinavie.

UN ENGAGEMENT DURABLE ET SOLIDAIRE

Toutes les conditions de notre développement actuel et futur ne seraient toutefois réunies sans la prise en compte scrupuleuse et responsable de notre environnement au sens large.

Le progrès ne vaut que s'il est partagé. Introduite dès l'origine par Paul Ricard, nous poursuivons cette philosophie dans une démarche d'optimisation permanente. Nous avons ainsi mis à profit l'exercice 2005/2006 pour faire un nouveau pas en avant, en tant qu'entreprise citoyenne, en publiant notre Charte du Développement Durable. Notre Groupe, qui a toujours mis en œuvre une politique sociale progressiste, un modèle économique profitable sur le long terme et une stratégie respectueuse de l'environnement, a ainsi formalisé ses principes.

/// Notre bilan 2005/2006 démontre l'excellence de notre modèle. La pertinence de notre stratégie, la qualité de notre organisation et le succès de l'intégration d'Allied Domecq me rendent pleinement confiant quant aux perspectives de croissance et de création de valeur du Groupe. //

Leur publication permet à tous, et en particulier aux nombreux collaborateurs nous ayant rejoint, de comprendre et partager notre vision du développement solidaire. Ils portent aussi bien sur la qualité des produits, la consommation responsable, le respect de l'environnement, que sur les relations avec les collaborateurs, actionnaires et fournisseurs.

Le respect de ces engagements est garant de notre réussite.

L'ESPRIT PERNOD RICARD : UNE FORCE SUPPLÉMENTAIRE

Nos résultats pour l'exercice 2005/2006 n'auraient pu être atteints sans la mobilisation et l'engagement des collaborateurs du Groupe autour des valeurs fortes qui le guident depuis ses origines.

Nous sommes convaincus que la convivialité et l'esprit entrepreneur, chers à Pernod Ricard, sont essentiels pour nourrir la motivation sans faille de nos équipes partout dans le monde. Une conviction toujours plus forte, désormais partagée avec les 5 000 collaborateurs d'Allied Domecq nous ayant rejoints.

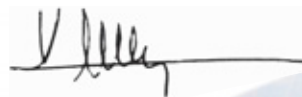
Ces valeurs fondent notre culture d'entreprise. Elles nous donnent également une force supplémentaire pour poursuivre notre approche à la fois résolue et raisonnée des marchés.

POURSUITE DE LA CROISSANCE

Nous avons en main tous les atouts essentiels pour renforcer nos succès et notre croissance : une stratégie performante, des marques fortes, des réseaux puissants, une organisation efficace, un déploiement mondial, des équipes expérimentées...

Le succès de l'intégration d'Allied Domecq est de nature à conforter la confiance de nos actionnaires dans notre capacité à saisir de nouvelles opportunités de consolidation, favorables à nos intérêts. En même temps, nous avons démontré notre aptitude à poursuivre notre désendettement et accélérer notre croissance interne. Autant de garanties tangibles pour notre avenir. Un avenir fait de croissance et de création de richesse.

Patrick Ricard
Président-Directeur Général




Chiffres clés

analyse de Pierre Pringuet



Pierre Pringuet,
Directeur Général Délégué.

Quelle est votre appréciation de l'exercice écoulé ?

L'exercice 2005/2006 peut être qualifié de remarquable à plus d'un titre : nous avons en effet réalisé l'intégration opérationnelle d'Allied Domecq (et ce avec un an d'avance sur le calendrier prévu) tout en maintenant une forte dynamique sur les marques historiques du Groupe avec une croissance interne vigoureuse de leur contribution de 4,4 %. Il me faut féliciter chaleureusement toutes les équipes de Pernod Ricard à travers le monde pour cette performance.

Ceci est parfaitement reflété dans les résultats : la spectaculaire progression du Résultat opérationnel courant (1 255 millions d'euros soit + 72 %) montre l'impact formidable de l'intégration d'Allied Domecq sur l'activité du Groupe ; la croissance non moins impressionnante du Résultat net part du Groupe (639 millions d'euros soit + 32 %, intégrant donc les charges d'acquisition et de restructuration) démontre que cette acquisition a créé de la valeur pour nos actionnaires dès la première année.

Avant l'intégration d'Allied Domecq, quelles étaient vos attentes les plus fortes ? Ont-elles été comblées ?

Nos attentes étaient très claires. Il s'agissait en premier lieu d'acquérir un portefeuille de très belles marques, complémentaires des nôtres. Cette première attente a été comblée : les 15 marques stratégiques permettent au Groupe d'être présent sur tous les segments du marché avec une marque internationale leader.

Notre deuxième objectif était de renforcer notre présence sur un certain nombre de marchés en croissance. C'est désormais chose faite : nous avons doublé de taille aux États-Unis tout en nous renforçant considérablement au Mexique et au Canada ; l'Espagne est désormais le deuxième marché du Groupe ; nous avons étendu notre réseau en Europe orientale ; nous sommes désormais coleader en Corée du Sud, sans oublier enfin la zone Pacifique où nous devenons un acteur incontournable du Vin.

Enfin, nous pensons que l'acquisition d'Allied Domecq serait un extraordinaire levier de rentabilité pour notre Groupe : les résultats de l'exercice écoulé le démontrent amplement, alors même que les synergies ne jouent pas encore à plein.

L'intégration d'Allied Domecq s'est déroulée plus vite que prévue.

Comment expliquez-vous la rapidité de sa mise en œuvre ?

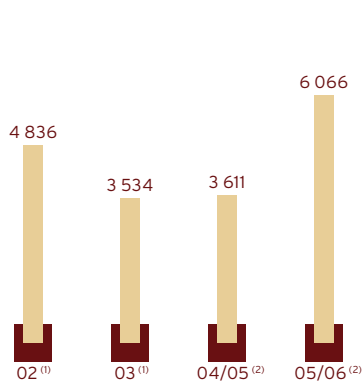
L'intégration opérationnelle d'Allied Domecq, qui était l'objectif de cet exercice, a été achevée dès le 31 mars. Ceci a été permis par notre organisation décentralisée : une fois les lignes directrices fixées par la Holding, l'intégration a ensuite été menée région par région, pays par pays, profitant en cela de l'expérience acquise avec Seagram.

Maintenant nous abordons ce que j'appellerai la deuxième phase de l'intégration, celle du relancement des marques acquises qui assurera le succès à long terme de l'acquisition Allied Domecq. C'est l'objectif essentiel de l'exercice 2006/2007. Il s'agit pour nos équipes de définir les nouvelles stratégies de marques (positionnement, publicité, packaging). Les Propriétaires de Marques y travaillent activement, main dans la main avec les filiales de distribution. Tout devrait être prêt à l'automne 2006.

Chiffres clés

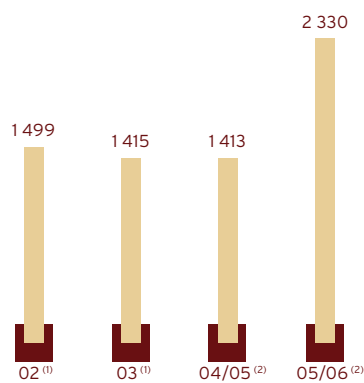
CHIFFRE D'AFFAIRES

En millions d'euros



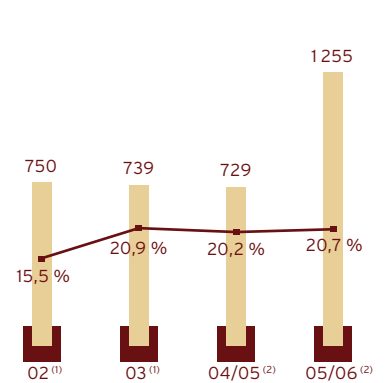
CONTRIBUTION APRÈS FRAIS PUBLI-PROMOTIONNELS

En millions d'euros



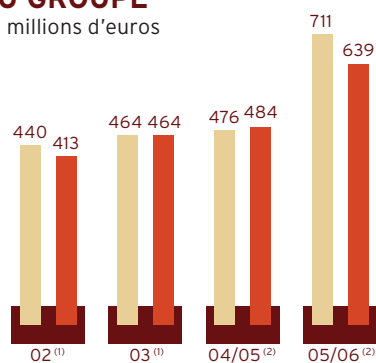
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT / TAUX DE MARGE OPÉRATIONNELLE

En millions d'euros



RÉSULTAT NET COURANT PART DU GROUPE / RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

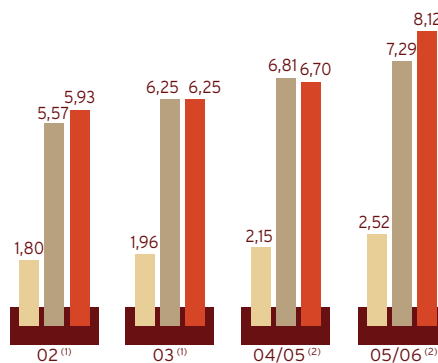
En millions d'euros



■ Résultat net courant part du Groupe
■ Résultat net part du Groupe

RÉSULTAT PAR ACTION / DIVIDENDE PAR ACTION

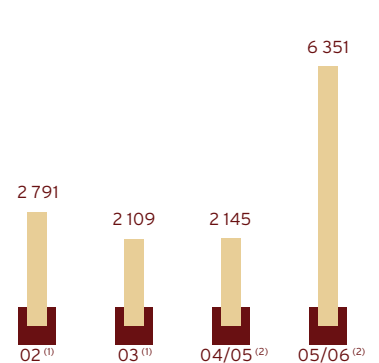
En euros



■ Dividende par action
■ Résultat net part du Groupe par action
■ Résultat net courant part du Groupe par action

ÉVOLUTION DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE

En millions d'euros



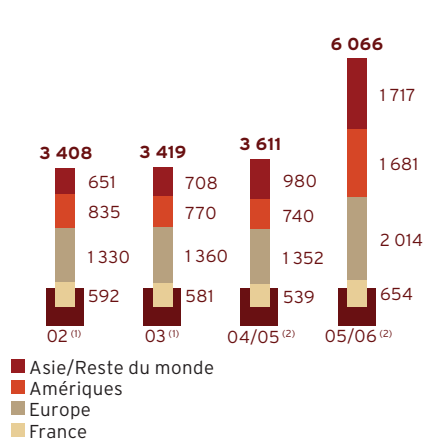
(1) Au 31 décembre - Normes françaises.
(2) Au 30 juin - Normes IFRS.

Chiffres

par zone & par marque

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

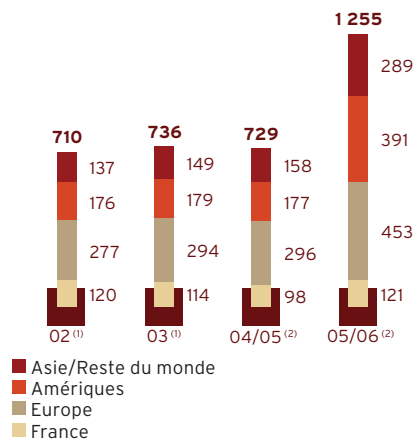
En millions d'euros



(1) Au 31 décembre - Normes françaises - Vins & Spiritueux.
(2) Au 30 juin - Normes IFRS.

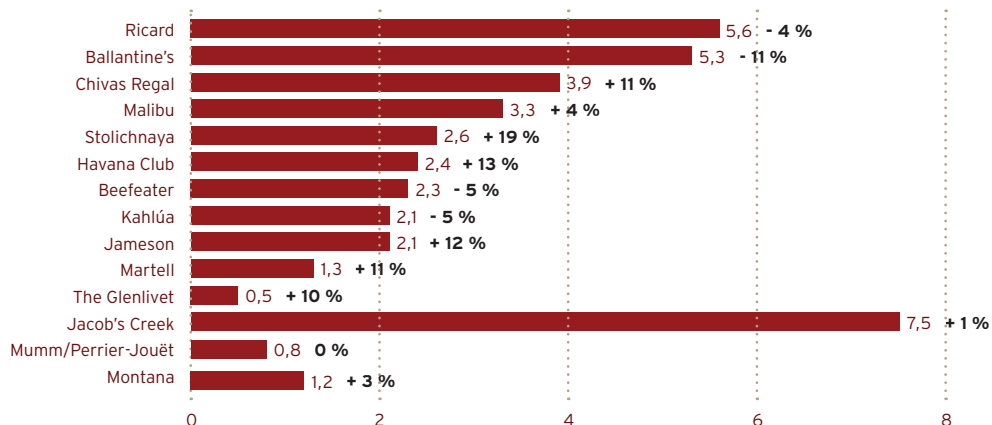
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

En millions d'euros



MARQUES PRINCIPALES

Volumes 2005/2006 en millions de caisses de 9 litres
(pro forma 12 mois)



Total Top 15 : 40,8 millions de caisses

En juillet, Pernod Ricard annonçait une baisse spectaculaire de l'endettement du Groupe. Comment cela a-t-il été réalisé ?

Au 30 juin 2006, l'endettement se situait en effet aux environs de 6,35 milliards d'euros, soit une diminution de 3,6 milliards depuis l'acquisition d'Allied Domecq. Cela s'explique par une conjonction de facteurs favorables. D'une part, les cessions d'actifs prévues ont été réalisées plus rapidement et à des prix supérieurs qu'escompté à l'origine. D'autre part ont été réalisées des économies significatives sur les charges de restructuration et celles liées à l'acquisition. Enfin, les bons résultats se sont reflétés dans le Free Cash Flow.

L'acquisition d'Allied Domecq a entraîné une réorganisation significative du Groupe. Pouvez-vous nous expliquer les principaux changements ?

L'organisation de Pernod Ricard a sans cesse évolué au cours de son histoire. En 1975, le Groupe était quasiment franco-français avec seulement deux filiales hors de France (en Suisse et en Espagne) : tout le reste était géré comme des marchés d'exportation par la SEGM. Le principe de la régionalisation est apparu dès 1996 avec la création de Pernod Ricard Europe, Pernod Ricard Asia et Pernod Ricard Americas. En 2000, le rachat de Seagram a nécessité de renforcer les structures régionales. Celui d'Allied Domecq en 2005 a abouti à la conclusion logique de quatre grandes régions aux côtés de quatre principaux Propriétaires de Marques : cela traduit la nouvelle réalité du Groupe.

L'acquisition d'Allied Domecq est un extraordinaire levier de croissance et de rentabilité pour le Groupe. //



Ces changements liés à l'acquisition remettent-ils en question le mode d'organisation décentralisé ?

Définitivement non ! Nous sommes très heureux d'accueillir de nouveaux collaborateurs et apprenons beaucoup des sociétés que nous acquérons. Néanmoins, nous veillons à préserver les spécificités qui font notre force : la décentralisation en est une. Ce modèle est la marque de fabrique de Pernod Ricard. Il est fondé sur un pacte de confiance, une loyauté réciproque qui unit le Groupe à ses collaborateurs. Ce mode d'organisation très réactif est une des clés de la responsabilisation et de la motivation des équipes. Le Groupe tient à ce mode de gestion très dynamique qui lui permet d'offrir des perspectives de carrière motivantes à ses collaborateurs, y compris à ceux qui viennent de nous rejoindre.

Le Groupe est devenu un grand opérateur mondial du vin. Quelles sont vos ambitions dans ce domaine ?

Notre portefeuille est constitué de vins de marques, dont les prix de vente s'échelonnent pour l'essentiel entre 5 et 50 euros la bouteille (hormis bien sûr Perrier-Jouët "Belle Époque" au-dessus de 100 euros) : c'est un marché très attractif car en forte croissance (+ 50 % en 10 ans selon les statistiques IWSR) et rien ne semble devoir infléchir cette tendance dans l'avenir prévisible. Nous sommes donc bien ici dans notre métier de base, celui de bâtisseur de marques.

Par ailleurs, il existe d'évidentes synergies commerciales entre les vins et les spiritueux. C'est particulièrement vrai pour le champagne, produit de luxe, qui s'intègre parfaitement dans notre gamme de spiritueux Ultra Premium. Notre présence dans le champagne est parfaitement cohérente avec la stratégie de "Premiumisation" du Groupe.

Le dividende reflétera-t-il les bons résultats enregistrés au cours de l'exercice ?

Nous sommes heureux de vous le confirmer. Lors de l'Assemblée Générale du 7 novembre, le Conseil d'Administration proposera le versement d'un dividende de 2,52 euros par action, en progression de 17,2 %. Ceci correspond à la distribution d'un tiers des profits du Groupe, en parfaite continuité avec la pratique antérieure. Nous entendons faire profiter pleinement nos actionnaires de la croissance des résultats et récompenser ainsi leur fidélité.

Quels vont être selon vous les futurs leviers de croissance du Groupe ?

Tout d'abord la combinaison d'un portefeuille de marques exceptionnelles et d'un réseau de distribution véritablement mondial constitue l'atout clef du Groupe pour assurer cette croissance. Il s'agit donc maintenant tant pour les Propriétaires de Marques que pour les filiales de distribution de faire jouer pleinement le formidable potentiel qu'il représente.

Ensuite, notre modèle décentralisé qui est à la source de la très forte culture entrepreneuriale du Groupe doit rester la pierre angulaire de notre fonctionnement et je m'attacherai à ce que rien n'y porte jamais atteinte. Cela ne doit bien évidemment pas nous empêcher de mettre en œuvre la mutualisation de nos moyens chaque fois que possible et ce dans la recherche permanente d'une efficacité accrue.

Enfin, le désendettement rapide de Pernod Ricard nous permet d'envisager de nouvelles perspectives de croissance externe. En effet, la consolidation du secteur des Vins & Spiritueux n'est pas terminée et nous avons clairement l'intention d'en être un acteur dynamique.

Message du Président

Chiffres clés

→ Historique

Événements de l'année 2005/2006

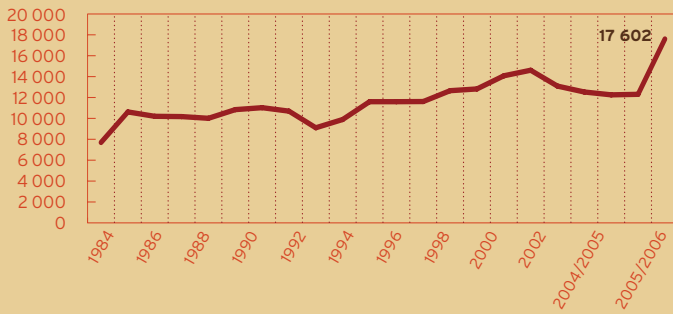
Stratégie

Succès & croissance depuis plus de 30 ans

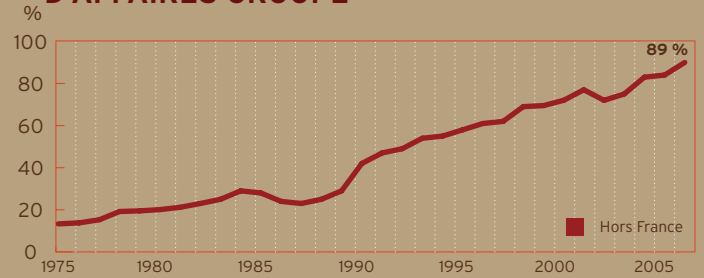
En euros



ÉVOLUTION DES EFFECTIFS DE 1984 À 2006



POURCENTAGE DU CHIFFRE D'AFFAIRES (SPIRITUEUX) HORS DE FRANCE DE 1975 À 2006 DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE



CONSOLIDATION ET ORGANISATION

- Mise en œuvre de la régionalisation (filiales Propriétaires de Marques et filiales de distribution)

1999

Acquisition de Yerevan Brandy Company

Acquisition d'Agros et des droits internationaux de Wyborowa

1997

Acquisition de Larios (gin) en Espagne

Prise de participation au capital de Jan Becher

LE RECENTRAGE STRATÉGIQUE

2006

Vente de Dunkin' Brands Inc. (Restauration rapide)

Cessions de Glen Grant, Old Smuggler et Braemar

2005

Acquisition d'Allied Domecq en partenariat avec Fortune Brands

Vente du gin Larios et de The Old Bushmills Distillery

Vente de la participation minoritaire dans Britvic Plc (soft drinks)

2002

Accord de partenariat avec Sogrape pour la distribution de Sandeman (Porto) et Kirin pour la distribution de Four Roses (Bourbon)

Poursuite de la vente du secteur sans alcool (BWG, SIAS-MPA, Agros...)

2001

Rachat de 38 % des activités Vins & Spiritueux de Seagram

Vente d'Orangina-Pampryl et Yoo Hoo



1997

1998

1999

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

Événements de l'année 2005

JUILLET

■ Pernod Ricard exerce l'option de remboursement anticipé de son OCEANE 2,5 % à échéance 1^{er} janvier 2008

1 Signature le 26 juillet

de l'acquisition d'Allied Domecq

■ 27 juillet, répartition des marques et des actifs avec Fortune Brands

AOÛT

■ Irish Distillers annonce que The Old Bushmills Distillery et les marques de Bushmills ont été cédées à Diageo PLC

SEPTEMBRE

2 Pernod fête ses 200 ans

3 Accord entre Pernod Ricard et SPI Group pour la distribution de Stolichnaya

OCTOBRE

4 Pernod Ricard conserve l'intégralité des vins néo-zélandais d'Allied Domecq (Montana), suite à la décision de Diageo de ne pas exercer son option d'achat

NOVEMBRE

5 Annonce du départ à la retraite de Richard Burrows, Directeur Général Délégué du Groupe

■ Pernod Ricard reçoit le Prix de l'Entreprise européenne de l'année par *Financial News*

DÉCEMBRE

■ Pernod Ricard annonce la vente de Dunkin' Brands Inc. à Bain Capital, The Carlyle Group et Thomas H. Lee Partners

■ Pernod Ricard vend la totalité de sa participation dans Britvic PLC

\\ Avec le succès de l'intégration d'Allied Domecq, Pernod Ricard envisage avec confiance l'exercice 2006/2007. //

Patrick Ricard
Président-Directeur Général



4



2006

JANVIER

■ Pernod Ricard concentre ses structures : nouvelle organisation en 4 grandes régions et 4 Propriétaires de Marques

■ Changement de distributeurs pour les marques de Pernod Ricard aux États-Unis

6 Patrick Ricard, lauréat du Prix ANDESE 2005 du Financier de l'Année

7 Patrick Ricard, élu "Homme de l'Année 2005" par le magazine *Wine Enthusiast*

8 Patrick Ricard, élu Homme d'affaires Européen de l'Année par le magazine *Fortune*

■ Pernod Ricard finalise la cession des marques Allied Domecq avec Fortune Brands

FÉVRIER

■ Pernod Ricard USA transfère ses locaux dans le Comté de Westchester

MARS

■ Pernod Ricard et Corby Distilleries annoncent le rapprochement de leurs activités sur le marché canadien

■ Pernod Ricard finalise les cessions de Glen Grant, Old Smuggler et Braemar à Campari

■ Patrick Ricard "Entrepreneur de l'Année" aux Trophées Insead

9 Tournant historique des 2 millions de caisses pour Jameson

AVRIL

■ Pernod Ricard USA annonce la fermeture programmée de l'établissement de Lawrenceburg, Ind

10 Le Groupe fait don, au Conservatoire du Littoral, de 83 hectares de pinèdes en bordure de Méditerranée

MAI

■ Pernod Ricard annonce l'ouverture de négociations avec FKP Soyuzplodoimport concernant les droits de Stolichnaya en Russie et ex-CEI

JUIN

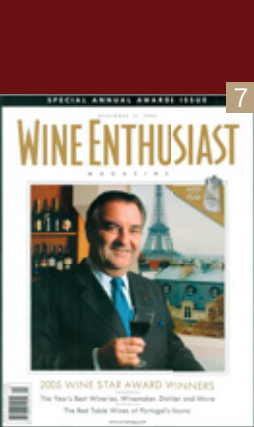
11 Pernod Ricard publie sa Charte globale de Développement Durable

■ Pernod Ricard entre dans le classement "FT Global 500" du *FT Magazine* (classement annuel des 500 premières sociétés du monde en matière de capitalisation boursière)

JUILLET

■ Pernod Ricard renouvelle son contrat de distribution de la vodka polonaise Zubrowka

■ Nouvelle organisation de Pernod Ricard Europe, Pernod Ricard Americas et Pernod Ricard Asia



11

CHARTRE GLOBALE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE PERNOD RICARD

« Le développement durable répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. »
Rapport de la Commission mondiale pour l'environnement de 1987, 1987.

Pour Pernod Ricard, le Développement Durable consiste à concilier l'efficacité économique, l'équité sociale et la préservation de l'environnement dans une logique d'amélioration continue.

Pernod Ricard a ainsi pris des engagements quant à la qualité de ses produits, la consommation responsable, le respect de l'environnement, et ses relations avec ses collaborateurs, ses actionnaires et ses fournisseurs. Le respect de ces engagements constitue la clé de développement à long terme de l'entreprise et de ses marques.

À l'intention de ses collaborateurs, Pernod Ricard a édicté une Charte qui énonce ses objectifs, ses principes, et ses idées de responsabilité de chacun. Il s'agit de combiner ses activités dans le respect de ses valeurs propres, de développer respectueusement les lois et les règlements des pays dans lesquels il opère.

Quatre le 22 avril 2006, Pernod Ricard a signé la déclaration de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) pour les Nations Unies pour promouvoir la responsabilité sociale des entreprises.

Le Groupe entend ainsi affirmer sa volonté d'être une entreprise citoyenne.

Les grands axes de la stratégie de Pernod Ricard



Au fil des ans, la stratégie de Pernod Ricard n'a cessé de s'affiner. Le Groupe s'est recentré sur son cœur de métier - les Vins & Spiritueux - en cédant peu à peu ses activités non alcoolisées pour financer notamment le rachat de Seagram et d'Allied Domecq. En 2005, Pernod Ricard franchit une nouvelle étape avec l'acquisition d'Allied Domecq, devenant ainsi le n° 2 mondial des Vins & Spiritueux. Aujourd'hui, le Groupe se concentre sur ses 15 marques clés avec une stratégie bien définie : la "Premiumisation" de son portefeuille et le renforcement de ses positions sur les marchés en croissance.

LA STRATÉGIE DE PERNOD RICARD S'ARTICULE AUTOUR DE 4 AXES MAJEURS :

- Investir fortement sur les 15 marques clés à vocation mondiale
- Premiumiser le portefeuille en visant le haut de gamme
- Se développer sur les marchés émergents
- Se désendetter afin de poursuivre la croissance externe

1 > INVESTISSEMENT SUR LES MARQUES STRATÉGIQUES À VOCATION MONDIALE

La constitution d'un portefeuille de marques internationales, leaders sur les principaux segments des Vins & Spiritueux a guidé la stratégie du Groupe depuis sa création.

Les différentes opérations de croissance externe menées par Pernod Ricard lui ont permis de se constituer un portefeuille de marques parmi les plus prestigieux du secteur. Ces marques constituent aujourd'hui le "Top 15" du Groupe, avec Ricard comme marque emblématique du Groupe. En 1988, Pernod Ricard fait l'acquisition d'Irish Distillers (Jameson) ; en 1989, le Groupe se tourne vers le "Nouveau Monde" en rachetant Orlando Wyndham (Jacob's Creek) ; en 1993, Pernod Ricard conclut un accord avec des sociétés cubaines et donne naissance à Havana Club International (Havana Club) ; 2001 est marqué par le rachat de Seagram (Chivas Regal, Martell, The Glenlivet, etc.). Enfin, en 2005, le rachat d'Allied Domecq vient compléter le portefeuille de marques clés (Ballantine's, Malibu, Kahlúa, Beefeater, Stolichnaya, Mumm, Perrier-Jouët, Montana).

Pernod Ricard a su développer le potentiel des marques acquises en dynamisant leurs ventes et en étendant leur distribution à de nouveaux marchés. Ce fut notamment le cas de Chivas Regal et Martell.

Au cours des quatre dernières années, Pernod Ricard est en effet parvenu à relancer ces marques dont les ventes ne cessaient auparavant de s'éroder. De nouveaux positionnements, de nouvelles campagnes publicitaires, couplés à la force du réseau de distribution de Pernod Ricard, leur ont permis de renouer avec des croissances très soutenues, contribuant fortement à l'amélioration de la rentabilité du Groupe.

2 > LA "PREMIUMISATION" DU PORTEFEUILLE : LE MOTEUR D'UNE CROISSANCE PLUS PROFITABLE

La stratégie de Pernod Ricard est aujourd'hui orientée vers la "Premiumisation" de son portefeuille et notamment des 15 marques clés. Cela se traduit par des investissements renforcés pour développer les références dites "haut de gamme" des marques clés du Groupe.

Si l'on observe l'évolution du secteur des Vins & Spiritueux, on constate sur ces 30 dernières années qu'aux États-Unis comme en Europe, les consommateurs boivent moins, mais mieux.

Dans ces pays, l'évolution sociologique se caractérise notamment par une hausse des revenus et du niveau d'éducation, l'évolution du rôle des femmes et l'émergence de nouvelles attitudes.

Autant d'éléments qui permettent à un nombre de plus en plus élevé de consommateurs d'accéder à la consommation de produits haut de gamme.

Afin de satisfaire leur désir de qualité et de luxe, les consommateurs sont prêts à payer un prix plus élevé pour des produits plus rares. Ces marques Premium ont trois impératifs : maintenir une qualité irréprochable, offrir une vraie différence et véhiculer une dimension émotionnelle.

Parallèlement, dans les pays émergents comme l'Inde ou la Chine, l'amélioration du niveau de vie conduit les consommateurs à rechercher des produits de meilleure qualité que les offres locales traditionnelles. Une tendance qui se traduit en Chine par la forte croissance des ventes de marques Premium et Super Premium de scotch whisky et de cognac.

"Cette double tendance, que nous avons retrouvée dans les pays développés et les pays émergents, nous l'avons appelée "Premiumisation" du marché", résume Jean-Paul Richard, Directeur Marketing du Groupe.

Pour une entreprise qui doit créer de la richesse pour ses actionnaires, les marques Premium sont essentielles : elles sont en très forte croissance et génèrent une amélioration des marges. La "Premiumisation" des ventes est ainsi aujourd'hui un axe essentiel de la stratégie du Groupe.

En témoigne l'essor des références supérieures des marques stratégiques : Martell XO, Chivas Regal 18 ans, Ballantine's 21 ans, The Glenlivet 25 ans, etc.



CONSTITUER UN PORTEFEUILLE DE MARQUES MONDIALES DANS LE RESPECT DES CULTURES ET DES TRADITIONS LOCALES

Chez Pernod Ricard, mondialisation et respect des traditions font "bon ménage".

La préservation des nombreux métiers et savoir-faire dans le respect de leur culture locale dépasse le cadre du développement durable : elle est le socle même du succès du Groupe.

Pour la plupart, ces savoir-faire sont ancestraux.

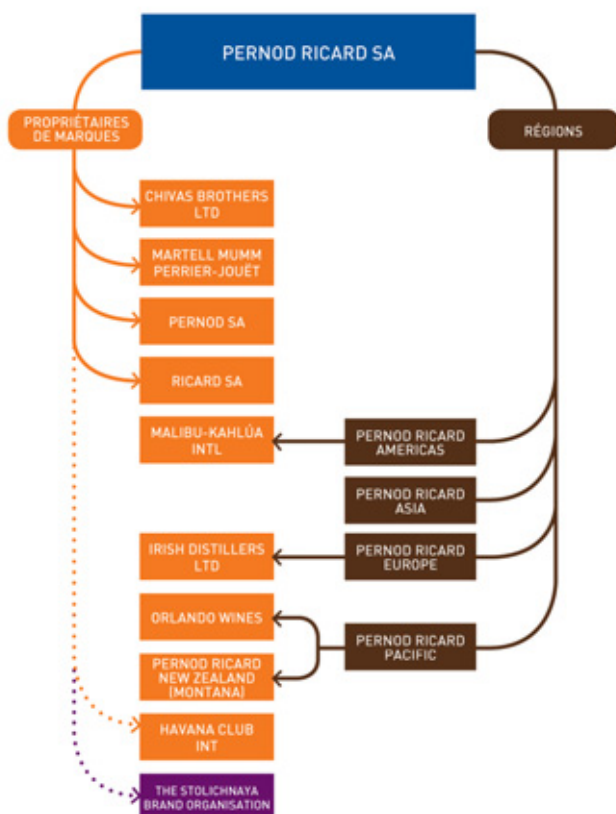
Chez Havana Club par exemple, la production de rhum cubain passe par le vieillissement en fûts de toute la gamme : chaque cycle de vieillissement, chaque baril de chêne, chaque goutte d'alcool de canne à sucre est le fruit d'une longue et secrète tradition détenue par les "Maestros Roneros".

Dans le cas de Chivas Regal, le métier de Maître assembleur ne se résume pas à quelques techniques de base. Si le sens de l'odorat est indispensable, le talent, l'expérience et la passion sont essentiels pour être en mesure d'évaluer chaque jour les divers whiskies afin d'appréhender leur interaction.

Pour l'élaboration des vins, la parfaite connaissance des terroirs est fondamentale. Plutôt que des marcs, Mumm achète des raisins afin de contrôler le pressurage, étape essentielle de la qualité du champagne. À chaque terroir correspond un pressoir maison, construit traditionnellement en bois. La vendange est retournée manuellement, sans trituration, pour l'obtention d'excellents jus très peu chargés en tourbes.

Autre métier de tradition : la tonnellerie. Pernod Ricard fait appel à des tonneliers de talent qui s'emploient à conserver et à bonifier dans les meilleures conditions le travail des Maîtres distillateurs. Soumis à rude épreuve, les tonneaux doivent être régulièrement réparés. Chez Chivas Brothers, des dizaines de milliers de barils sont chaque année contrôlés. Le resserrage des cerceaux, le remplacement des douelles ou encore la chauffe des barriques destinés à régénérer leurs facultés de maturation exigent un réel savoir-faire.

UN PRINCIPE D'ORGANISATION : LA DÉCENTRALISATION



3 > IMPLANTATION SUR LES MARCHÉS ÉMERGENTS

L'internationalisation est depuis la création du Groupe l'un des axes stratégiques privilégiés au point que près de 90 % du chiffre d'affaires sont aujourd'hui réalisés hors de France. Désormais, Pernod Ricard entend renforcer ses positions sur les marchés émergents qui génèrent la croissance la plus forte. L'acquisition d'Allied Domecq a permis de renforcer la présence du Groupe en Asie, mais aussi en Europe Centrale et en Amérique du Sud.

Pour s'assurer une présence mondiale, Pernod Ricard s'appuie souvent sur des marques locales leaders sur leur marché.

En renforçant les réseaux de distribution sur leurs différents marchés, les marques locales permettent au Groupe de s'implanter sur les marchés émergents à fort potentiel et d'y introduire progressivement ses marques stratégiques mondiales. En Inde par exemple, où les produits importés sont fortement taxés, le Groupe vend des whiskies locaux. En contrepartie, le réseau ainsi créé permet à Pernod Ricard de développer Chivas Regal sur ce marché.

Les marques dites "leaders locales", constituent ce que Jean-Paul Richard, Directeur Marketing du Groupe, appelle des "marques forteresses". Bien implantées dans un pays, elles occupent une position de leader sur leur marché et assurent à Pernod Ricard un positionnement stratégique sur des marchés en croissance.

Elles garantissent ainsi un chiffre d'affaires suffisant au financement des structures, ce que les marques mondiales ne suffisent parfois pas à apporter. Ainsi, la marque locale permet au Groupe de disposer d'un réseau de vente, d'une équipe de marketing et de l'expertise nécessaire sur son marché. Ces ressources indispensables et cette importante rentabilité permettent à Pernod Ricard d'investir efficacement, et de manière significative dans le développement de ses marques mondiales sur les marchés émergents.

témoignage

JEAN-PAUL RICHARD

Directeur Marketing du Groupe

"Prendre les décisions les plus proches possible du consommateur dans un Groupe décentralisé"

La décentralisation permet de prendre les décisions les plus proches possible du consommateur. Ce n'est pas de Paris que l'on peut savoir comment réagit un consommateur sud-américain. Deux nécessités s'imposent : d'une part, fixer une stratégie globale, puis l'adapter en fonction des besoins locaux et des habitudes de chaque pays et d'autre part, être capable de réagir vite sur chaque marché. Voilà pourquoi les responsables de filiales du Groupe dans le monde sont des patrons à part entière : chacun d'eux agit comme s'il dirigeait sa propre entreprise. Dans son secteur d'activité, ce mode d'organisation décentralisé différencie nettement Pernod Ricard des autres opérateurs. Fondée sur la transparence, cette approche crée dans le Groupe une culture forte, fédératrice pour l'ensemble des collaborateurs. Au cœur de cette culture particulièrement motivante pour chacun, l'esprit entrepreneur est partagé et encouragé.

Concrètement, le Groupe est organisé en Holding et filiales. Tandis que la Holding se concentre sur le pilotage stratégique et le contrôle de l'activité du Groupe, les filiales prennent en charge, sur leur terrain, les décisions opérationnelles. Il existe deux types de filiales :

- ▶ des sociétés productrices "Propriétaires de Marques" ;
- ▶ des sociétés distributrices de ces marques sur les marchés clés.

Les décisions opérationnelles sont prises en concertation par les "Propriétaires de Marques" et les filiales de distribution. Les "Propriétaires de Marques" développent la stratégie marketing, les filiales de distribution l'adaptent aux marchés nationaux. Autonomes et responsables, les filiales opérationnelles demeurent ainsi très proches de leurs consommateurs et sont capables de répondre aux approches culturelles spécifiques.

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1974, il a été successivement Ingénieur Organisation de Pampryl en 1977, Directeur Grande Distribution Cusenier en 1984, Directeur Régional de Ricard en 1986 puis Directeur Marketing de Ricard. Depuis 2001, il est Directeur Marketing du Groupe.



\\ L'acquisition d'Allied Domecq s'inscrivait dans une stratégie très claire de développement international. //

Emmanuel Babeau,
Directeur Général Adjoint
en charge des Finances de Pernod Ricard



témoignage



EMMANUEL BABEAU
Directeur Général Adjoint en
charge des Finances
de Pernod Ricard

"L'acquisition d'Allied Domecq s'inscrivait dans une stratégie très claire de développement international."

Avant le rachat de Seagram, Pernod Ricard était un Groupe essentiellement européen. Or, les perspectives de croissance les plus fortes se trouvent sur les continents américain et asiatique. Seagram nous a donc permis de nous renforcer sur ces marchés. Mais, même après cette acquisition, plus de 60 % de nos profits étaient toujours réalisés en Europe. Afin d'accroître encore notre dimension internationale, de répartir nos risques et de gagner en exposition aux zones de fortes croissance, nous avons choisi de nous tourner vers Allied Domecq. Ce Groupe nous paraissait être le complément idéal en termes d'implantations géographiques et de portefeuille de marques.

PARCOURS

Emmanuel Babeau est entré en 1993 chez Pernod Ricard comme Auditeur Interne. En 1996, il prend la responsabilité des Services Financiers. Il est nommé en 1997 Directeur Financier de Pracs (actuellement Pernod Ricard España) et en 2001 prend les fonctions de Directeur du Développement Groupe. En 2003, il devient Directeur Financier Groupe. Il a été nommé Directeur Général Adjoint en charge des Finances le 1^{er} septembre 2006.

Cette configuration favorise en outre une forte synergie entre les marques mondiales et locales. Grâce à l'étendue de son portefeuille de marques, le Groupe est en mesure de faire profiter chacune de ses filiales, dans tous les pays où il est présent, d'une offre des plus complètes dans chaque catégorie.

Dans ce contexte, l'établissement de structures Pernod Ricard dans chaque pays et le développement de ses marques mondiales dépend d'abord de la puissance des marques locales. C'est pourquoi, lorsque c'est nécessaire, le Groupe veille à préserver leur leadership par la mise en place de stratégies de rajeunissement. Tel a notamment été le cas cette année pour Seagram's Gin, n° 1 en Amérique du Nord. Autre avantage, lorsqu'une région traverse une crise et que les produits importés deviennent trop chers, les marques locales, plus abordables, maintiennent leurs ventes, voire les accroissent. Pernod Ricard est ainsi en mesure de maintenir sa présence dans la région et de financer sa structure en attendant la reprise.

Cette stratégie a permis à Pernod Ricard de s'implanter efficacement sur les marchés à fort potentiel. Le Groupe est particulièrement bien exposé sur les marchés émergents tels que l'Inde, la Chine, la Russie, le Mexique, la Thaïlande ou encore le Brésil.

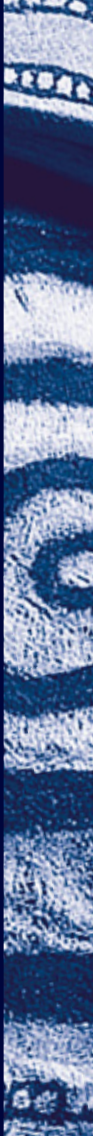
Il réalise ainsi plus de 50 % de ses profits sur des zones à forte croissance (Asie, Amériques).

4 > PERSPECTIVES : POURSUITE DE LA CROISSANCE EXTERNE

Dernier axe stratégique constant de Pernod Ricard : assurer le développement du Groupe par croissance externe.

Après l'acquisition de Seagram en 2001 et d'Allied Domecq en 2005, Pernod Ricard entend bien continuer à être un acteur dynamique de la consolidation du secteur des Vins & Spiritueux. Cet objectif nécessite avant toute chose la réduction de la dette. Or, depuis l'acquisition d'Allied Domecq, le désendettement du Groupe s'est effectué beaucoup plus rapidement que prévu. Il a baissé de 3,6 milliards d'euros en 11 mois. Une situation qui permettra bientôt à Pernod Ricard "d'être à nouveau dans la position d'un investisseur".

RICARD



BALLANTINE'S



CHIVAS REGAL



MALIBU



STOLICHNAYA



HAVANA CLUB



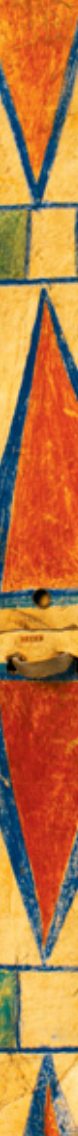
BEEFEATER



KAHLÚA



JAMESON



THE GLENLIVET



MARTELL



MUMM



PERRIER-JOUËT



JACOB'S CREEK



MONTANA



15 MARQUES STRATÉGIQUES

Grâce à l'acquisition d'Allied Domecq, le portefeuille de marques de Pernod Ricard s'est sensiblement enrichi. Parmi les 15 marques stratégiques du Groupe, figurent désormais 8 nouvelles marques. L'année 2005/2006 a ainsi été largement consacrée à l'intégration de ces nouvelles venues et à la définition des stratégies marketing appropriées. Le Groupe n'en a pas pour autant oublié ses 7 autres marques clés ainsi que ses marques locales, avec deux priorités constantes : développer la "Premiumisation" de son portefeuille et saisir toutes les opportunités de croissance, particulièrement sur les marchés émergents.

→ Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation

Martell Mumm Perrier-Jouët

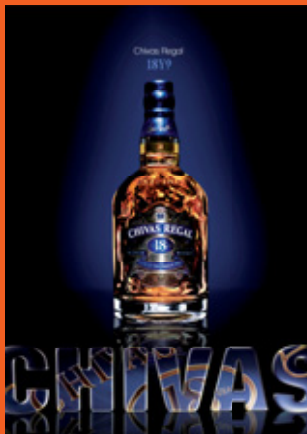
Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand



Campagne internationale (hors France).

THE CHIVAS LIFE

Les très bons résultats de Chivas Regal sont aussi le fruit du succès de la campagne "The Chivas Life". Poursuivie en 2005/2006 avec notamment le lancement d'une nouvelle Campagne TV "Waterfall" (chutes d'eau), elle couvre maintenant plus de 100 marchés et représente un investissement total de 55 millions d'euros.

Campagne internationale
Chivas 18 ans lancée en 2006.

Chivas Brothers

Acquis par Pernod Ricard en 2001 dans le cadre du rachat de Seagram, Chivas Brothers est le 2^e producteur de scotch whisky au monde. Outre sa marque phare, Chivas Regal, présente dans plus de 100 pays, le Groupe a fait, avec Allied Domecq, l'acquisition de la prestigieuse marque Ballantine's qui vient s'intégrer à cet ensemble. Parallèlement, The Glenlivet et le Gin Beefeater, autres fleurons du Groupe, ont rejoint la gamme gérée par Chivas Brothers.



CHIVAS REGAL

MARQUE D'EXCEPTION

En 2005/2006, Chivas Regal a continué sa remarquable croissance sur le marché des scotch Premium en atteignant 3,9 millions de caisses vendues (+ 11 %), soit le niveau le plus élevé jamais atteint par la marque.

La progression de la marque est spectaculaire en Asie. En Chine, où Chivas Regal est la 1^{re} marque de spiritueux importée, les ventes ont progressé de plus de 50 % au cours de l'année. Les résultats sont également très bons en Malaisie, à Hong Kong, à Singapour ou encore au Vietnam.

Plus généralement, Chivas Regal progresse sur presque tous ses marchés. La marque enregistre aussi une belle progression en Amérique centrale et du Sud, plus particulièrement sur son principal marché, le Venezuela (+ 20 %), mais aussi au Brésil, au Chili et en Colombie.

Aux États-Unis, les ventes sont en très léger recul. En Europe, Chivas Regal progresse, notamment en France, en Grèce, au Royaume-Uni et en Russie. Illustration du succès de la marque en Grèce : Chivas Regal a été reconnue comme l'une des "marques d'exception" du marché grec par l'Association "Hellenic Management".

Chivas 18 ans, référence haut de gamme de la marque, témoigne aussi du succès de Chivas Regal. Après un relancement réussi en 2004, Chivas 18 ans enregistre cette année une croissance exceptionnelle de 59 %. Traduction d'une stratégie tournée vers plus de "Premiumisation", la nouvelle campagne sublime la bouteille Chivas 18 ans, en la présentant tel un bijou. Design et Luxe sont les maîtres mots qui régissent la stratégie de marque du 18 ans, comme en témoigne par exemple le partenariat avec le prestigieux magazine de design Wallpaper : une recette qui marche.

BILAN & PERSPECTIVES

CHRISTIAN PORTAPrésident-Directeur Général
de Chivas Brothers

« Les résultats 2005/2006 ont été excellents et nous rapprochent plus encore de notre objectif : devenir le leader mondial du whisky écossais et du gin Premium. Ces bonnes performances viennent à la fois de l'engagement des équipes, d'un investissement publicitaire et promotionnel accru et du positionnement de nos marques sur les segments Premium et



Super Premium en croissance. Nous avons des projets ambitieux, tant pour nos marques historiques que pour nos nouvelles marques et nous avons entamé une revue de Ballantine's et Beefeater, afin de les rendre encore plus attrayantes pour nos consommateurs. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1988, il a été successivement et jusqu'en 2003 : Auditeur Interne, Chef des Services Financiers Holding, Directeur Administratif et Financier de Pernod, Directeur Général de Campbell Distillers (Royaume-Uni), Président-Directeur Général d'Orlando Wyndham (Australie).



3,9 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

→ Chivas Brothers

→ Irish Distillers Limited

Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

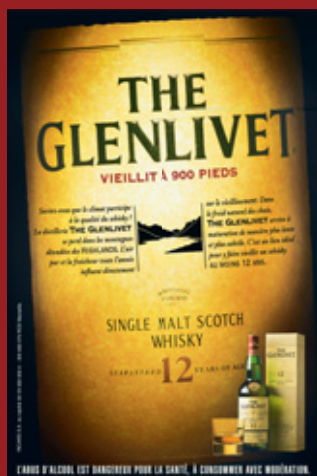
Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation

Martell Mumm Perrier-Jouët

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand



Campagne intermédiaire de Ballantine's. Elle met en exergue le packaging de Ballantine's Finest, inspirant raffinement et élégance.



Campagne "The Single Malt That Started It All". Elle rappelle que The Glenlivet a été la première distillerie dans le Speyside à obtenir en 1824 une licence officielle de distillation.



Publicité intermédiaire de Beefeater. L'objectif était double : exprimer les notions de rafraîchissement et de vitalité liées à la marque et rappeler l'héritage anglais de Beefeater.



BALLANTINE'S

NOUVEAU SCOTCH WHISKY DE PERNOD RICARD

Distillé en Écosse depuis plus d'un siècle, Ballantine's est un scotch whisky de renommée internationale. Il vient parfaitement compléter le portefeuille déjà prestigieux du Groupe en la matière. Après l'acquisition en juillet 2005, une période d'assainissement a été nécessaire pour mettre fin aux flux parallèles et aux effets négatifs du surstockage survenu juste avant la cession. Les volumes de la marque (- 11 %) ont été affectés par cette transition. Les qualités Ultra Premium Ballantine's 17, 21 et 30 ans représentent à elles trois environ 1/3 de la contribution de la marque.

Pour soutenir le développement de Ballantine's en Europe de l'Ouest et de l'Est, les investissements publi-promotionnels ont déjà été revus à la hausse. Une campagne intermédiaire a d'ailleurs été lancée. Cette période de transition a permis aux équipes commerciales et marketing de réfléchir au positionnement de la marque : nouvelle campagne et nouveaux packagings devraient voir le jour d'ici 2007.



THE GLENLIVET

INCONTOURNABLE

N° 2 des single malts, The Glenlivet a, cette année encore, réalisé des performances exceptionnelles. Avec une croissance de 10 %, il est en passe de devenir un incontournable sur de nombreux marchés. Déjà n° 1 aux États-Unis, où la marque progresse de 6 %, The Glenlivet s'impose désormais aussi sur les nouveaux marchés comme l'Asie, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. La marque se développe également en Europe, notamment en France (+ 43 %) et dans le secteur du Travel Retail.

Preuve de son succès et de son statut de marque mondiale, The Glenlivet a reçu la plus haute récompense du prestigieux concours "The International Wine and Spirit Competition" (IWSC) 2005. La marque écossaise a également obtenu "The Morrison Bowmore Distillers Trophy" (Catégorie single malt whisky plus de 12 ans) pour The Glenlivet 21 Year Old Archive. Fière de son "héritage" et de son histoire, la marque a imaginé une campagne publicitaire intitulée "The Single Malt That Started It All".

BEEFEATER

AUTHENTIQUE GIN LONDONIEN

Du haut de ses 180 ans, Beefeater est l'un des Gins les plus connus au monde, avec 2,3 millions de caisses vendues dans plus de 150 pays en 2005/2006 (12 mois). Cette année, la croissance (- 5 %) a été ralentie par l'inévitable période de transition faisant suite au rachat d'Allied Domecq. En Europe, certains marchés ont profité de la reprise de la distribution par Pernod Ricard, notamment la Russie (+ 48 %), les pays scandinaves et la France.

Sur ses principaux marchés que sont l'Espagne et les États-Unis, Beefeater a regagné du terrain en fin de période. L'un des objectifs prioritaires de la marque est désormais d'être reconnue comme "Le" gin Premium, en capitalisant sur son atout majeur : ses origines londoniennes. Pour atteindre cet objectif, une campagne de publicité "intermédiaire" a été lancée en 2006. Un début qui devrait être suivi d'autres innovations, parmi lesquelles le lancement d'un nouveau packaging, d'une nouvelle campagne de publicité internationale, d'un site Internet et la réouverture d'un centre de visites destiné aux professionnels à Londres d'ici la fin 2006, sur le site de la distillerie Beefeater.



Irish Distillers Ltd

En 1966, la fusion de trois distilleries irlandaises - Jameson, Powers et Cork Distilleries - donne naissance à Irish Distillers. La société qui a rejoint le Groupe en 1988, distille et distribue des marques prestigieuses de whiskey irlandais, de gin et de vodka - dont Jameson, sa marque phare. L'acquisition d'Allied Domecq lui a permis de franchir une nouvelle étape en renforçant sa position à l'international.

JAMESON

CAP HISTORIQUE DES 2 MILLIONS DE CAISSES

L'année 2005/2006 aura été décisive pour la marque irlandaise qui passe la barre historique des 2 millions de caisses vendues. Avec une augmentation de ses ventes mondiales de 12 %, Jameson poursuit sa croissance à deux chiffres et entre à la 47^e place du top 50 mondial des marques leaders sur le marché des spiritueux.

Si Jameson a mis 216 ans (de 1780 à 1996) pour atteindre le 1^{er} million de caisses, il n'a mis que 10 ans à atteindre le 2^e million. L'objectif des 3,5 millions de caisses pour 2010 paraît crédible dans le contexte de cette croissance incroyablement rapide.

La marque se développe dans toutes les régions, notamment aux États-Unis (+ 21 %), mais aussi en Europe (+ 8 %). L'Afrique du Sud devient également un marché significatif pour la marque (6^e marché) avec une croissance exceptionnelle de 43 %. La Russie, la Chine et le Brésil enregistrent également des progressions remarquables, comprises entre 65 % et 85 %.

NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Pour accompagner le dynamisme de la marque, une nouvelle campagne publicitaire a été lancée fin 2005. Sous la signature "Jameson Beyond the Obvious", trois spots ont été réalisés par le visionnaire Jonas Ackerlund, connu pour les clips qu'il a réalisés pour Madonna ou encore U2.

Diffusés pour la première fois en octobre 2005, ils démontrent que Jameson est "là où on ne l'attend pas".

Parallèlement à cette nouvelle campagne, Jameson a lancé, début 2006, un nouveau site Internet donnant vie à la promesse de marque "There's more to Jameson than meets the eye".



JAMESON, PARTENAIRE DE TOUS LES CINÉMAS

Jameson continue d'être le partenaire favori du cinéma. Au centre de cet engagement figure le "Festival international du film de Dublin" dont Jameson est partenaire pour la quatrième année consécutive. En mars 2006, Jameson s'est également engagé dans un partenariat de 3 ans avec le Tribeca Film Festival, créé par Robert de Niro. Une nouvelle action qui s'ajoute à celles que la célèbre marque de whiskey a menées de par le monde : Cinéma Nouveau (Afrique du Sud), Festival du cinéma international de Bangkok (Thaïlande), Festival Thessaloniki (Grèce), Notodofilmfest.com (Espagne) et l'Association FC Venus du film (Finlande).

CELEBRATING
2 MILLION CASES!



Now a top 50 Global
Spirits Brand



+12%
VENTES
MONDIALES

BILAN & PERSPECTIVES

PAUL DUFFY

Directeur Général d'Irish Distillers Ltd

En 2006 les ventes de Jameson, marque vedette d'Irish Distillers, ont atteint le seuil historique des deux millions de caisses. Depuis qu'elle a rejoint le Groupe, la marque est devenue mondiale. La priorité que nous donnons à l'export porte ses fruits : en 2005/2006, Jameson a enregistré une croissance à 2 chiffres dans 24 pays. Avec le



développement ininterrompu du marché des spiritueux de qualité, la marque est idéalement positionnée. Ses atouts, combinés à la position de leader de Pernod Ricard sur de nombreux marchés, donnent à l'ensemble des collaborateurs d'Irish Distillers une pleine confiance en l'avenir. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1994, il a été successivement Directeur Financier d'Irish Distillers (Irlande) puis Président-Directeur Général de Pernod Ricard UK (Royaume-Uni) jusqu'en 2005.

Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

→ Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation

Martell Mumm Perrier-Jouët

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand

NOUVELLE PUBLICITÉ
POUR RICARD

Campagne "Un Ricard, Un vrai" lancée début 2006.

RETOUR DU RICARD SA
LIVE MUSIC

En 2006, Ricard a "ressuscité" le Ricard SA Live Music. Créée en 1992, cette tournée de concerts gratuits et "100 % live", sillonne la France pour offrir au public un panorama des tendances musicales actuelles et lui faire découvrir de nouveaux talents. Depuis sa création, près de 1 200 artistes se sont produits sur la scène Ricard SA Live Music, devant plus de 6 millions de spectateurs, répartis sur 440 concerts gratuits.



Ricard SA

Une aventure unique : telle est, depuis sa création par Paul Ricard en 1932, l'histoire de Ricard. Le succès de la société s'est appuyé sur une politique sociale et des techniques de communication sans cesse innovantes. En 2005/2006, Ricard n'a rien perdu de son dynamisme et demeure le leader incontesté des spiritueux anisés.

UN LEADERSHIP CONFORTÉ
SUR LE MARCHÉ DES ANISÉS

En France, sur un marché de l'anis qui représente 29 % du marché des spiritueux en 2005/2006, la marque Ricard a conforté son leadership, notamment en grande distribution. Sur ce circuit, Ricard a renoué avec la croissance au cours des derniers mois, avec + 4,1 % en mai et + 4,8 % en juin (source : Panel Iri). Cette même année, Ricard a légèrement progressé sur l'ensemble des marchés export (hors frontières), mais a dû faire face à une baisse importante de ses volumes aux frontières espagnoles, andorranes et italiennes.

En Belgique, où un nouveau film publicitaire "Feel Sunny" vient d'être lancé, Ricard reste le spiritueux n° 1. En Suisse, la marque conforte sa position, notamment dans la partie romande. Enfin, Ricard accroît sa distribution géographique en Algérie et enregistre une croissance à deux chiffres au Canada.

RICARD MILITE POUR L'AUTHENTICITÉ...

En France, la marque a vu sa notoriété spontanée progresser de 3 points pour atteindre 63 %. Un résultat à rapprocher du lancement de la nouvelle campagne publicitaire de la marque début 2006.

"Un Ricard, Un vrai" est la signature de cette campagne. Elle se décline en trois visuels qui scandent avec fierté la véritable authenticité de Ricard. Le message est clair : Ricard, marque patrimoniale, dit non aux copies et imitations, en revendiquant sa qualité constante. À partir de février 2006, 13 000 panneaux ont été implantés partout en France.

... ET LA PROXIMITÉ

Parallèlement, Ricard a développé un programme de marketing direct, qui s'est traduit par la création d'un magazine gratuit, adressé 3 fois par an à ses consommateurs. Baptisé "Place Ricard", il s'agit du premier magazine consommateurs d'une marque de spiritueux en France. Cette revue livre des informations sur l'histoire de Ricard, les valeurs et l'actualité de la marque et du produit, tout en permettant d'accéder à une boutique d'objets mythiques signés des plus grands designers. Environ 75 000 abonnés ont déjà rejoint "Place Ricard".

BILAN & PERSPECTIVES

PHILIPPE SAVINEL

Président-Directeur Général de Ricard SA

Notre objectif est clair : inverser la tendance de la consommation, même si notre environnement est difficile et le marché peu favorable. Notre plan d'action a déjà porté ses fruits : 2005/2006 a été marquée par l'arrêt de la baisse des ventes de Ricard sur le marché français, avec un redressement sur le premier semestre 2006. Il peut être attribué, pour



partie, à la nouvelle campagne publicitaire Ricard. S'ajoutent à cet élément favorable, la réorganisation commerciale et le lancement d'un important programme de marketing relationnel. Ceci demande à être confirmé en 2006/2007. Nous nous y employons. //

PARCOURS

Entré chez Pernod Ricard en 1985, il a été successivement : Directeur Financier d'Orangina, Directeur Financier et Directeur National des Ventes de Ricard, et Directeur Général d'Irish Distillers Ltd (Irlande) jusqu'en septembre 2005.



5,6 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

Ricard SA

→ **Malibu-Kahlúa International**Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation

Martell Mumm Perrier-Jouët

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand



En haut : Nouveau site Internet international Malibu
L'équipe de Malibu-Kahlúa, de gauche à droite
S. Ricard, Directrice de la Communication ;
H. Gorman, Directeur Juridique ; T. Pourchet,
Directeur Financier ; S. Hunt, PDG ; J. Criscione,
Directeur des Opérations ; C. Claquin, Directeur
Marketing ; Manque J. Jarrett, Directrice
des Ressources Humaines.

**TIA MARIA**

N°2 des liqueurs de café avec 680 000 caisses vendues dans le monde, Tia Maria connaît un beau succès, notamment au Royaume-Uni, en Irlande, en Espagne, en Argentine et aux Pays-Bas. Considérée comme la "belle endormie" du portefeuille de marques de Malibu-Kahlúa International, Tia Maria devrait bénéficier d'un nouveau positionnement visant à étendre sa notoriété à de nouveaux marchés.

BILAN & PERSPECTIVES**SIMON HUNT**

Président-Directeur Général
de Malibu-Kahlúa International

2006 a été une année de transition pour Malibu-Kahlúa International et ses marques. Nous avons maintenant un objectif essentiel : capitaliser sur les opportunités mondiales que constituent l'essor de la "Culture cocktail", la demande accrue d'alcool plus léger, ainsi que le succès du "goût café". L'avenir de la société et de ses



Malibu-Kahlúa International

Malibu-Kahlúa International est le tout dernier Propriétaire de Marques Pernod Ricard, en charge des stratégies des marques Malibu, Kahlúa et Tia Maria. Officiellement opérationnel depuis le 3 janvier 2006, Malibu-Kahlúa International a déjà renforcé ses équipes et mis en place les outils nécessaires pour soutenir le développement de ses marques, dont deux figurent parmi les 15 marques stratégiques du Groupe.

MALIBU

L'ESPRIT DES CARAÏBES

N°1 des rhums aromatisés à la noix de coco et vendu dans plus de 150 pays, Malibu dépasse le seuil de 3 millions de caisses. En 2005/2006, la marque a enregistré une croissance de 4 %. La gamme Malibu est très variée et, en plus de son produit phare, Malibu, se décline en plusieurs parfums : Malibu Mangu, Malibu Fruit de la Passion et Malibu Ananas. En 2006, Malibu a été élue "Hot Brand" par le magazine américain *Impact*. Un prix qui vient saluer la croissance de la marque sur ses principaux marchés comme les États-Unis (+ 11 %) ou encore la France (+ 10 %). Aux États-Unis, une nouvelle campagne radio a été lancée en mai 2006, déclinée du concept marketing "Malibu - Seriously easy going". En France, la marque poursuit également une croissance continue, dynamisée par l'introduction couronnée de succès des différents parfums et le développement d'une campagne publicitaire intermédiaire efficace. Pour soutenir la croissance de la marque, un nouveau site Internet international a été lancé en mai dernier.



KAHLÚA

LA LIQUEUR DE CAFÉ

La liqueur de café, numéro un dans le monde, a vendu plus de 2,1 millions de caisses en 2005/2006 (12 mois), dans plus de 120 pays. Parmi les principaux marchés de la marque figurent les États-Unis, le Canada, le Japon, l'Australie et le Mexique.

Aux États-Unis, Kahlúa détient une position de leader dans la catégorie liqueurs. Depuis son rachat par Pernod Ricard, Kahlúa est au centre d'une réflexion importante visant à refondre la stratégie marketing et à dessiner les nouvelles orientations de la marque. Un projet d'envergure dont les premiers effets - à commencer par un nouveau packaging - devraient être visibles dès la fin 2006.

marques s'annonce sous le meilleur jour. Pour preuve, les gammes aromatisées, en croissance sur l'ensemble des zones, connaissent un succès grandissant. Nous sommes fin prêts à relever les challenges qui feront de Malibu-Kahlúa International un leader mondial. //

PARCOURS

Entré chez Allied Domecq Spirits North America en 2003 comme Directeur Marketing, il a auparavant occupé divers postes au Marketing chez United Distillers and Vintners North America, puis été Directeur Innovation d'Allied Domecq Spirits and Wines, Plc (Royaume-Uni).





3,3 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

→ **Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation**

Martell Mumm Perrier-Jouët

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand



UNE RECONNAISSANCE DE PLUS EN PLUS GRANDE PAR LES PROFESSIONNELS

Tous les 2 ans, Havana Club réunit à la Havane une sélection des meilleurs barmen du monde à l'occasion du Grand Prix International de Cocktail Havana Club, une compétition reconnue au plus haut niveau. La 6^e édition s'est tenue en février 2006 et les barmen de 26 pays ont été invités à démontrer leur talent. Le Grand Prix Havana Club est devenu, au fil des années, un des événements les plus attendus de la profession.



Nouvelle campagne internationale (hors France)
Havana Club :
"El Culto a la Vida".



Havana Club Máximo
Extra Añejo, le premier
rhum Ultra Premium.

Havana Club International

Au début des années 90, Pernod Ricard se tourne vers Cuba où est élaboré un rhum d'une qualité exceptionnelle : Havana Club. Un accord avec des sociétés cubaines donne naissance en 1993 à la filiale de distribution Havana Club International SA. Le succès est au rendez-vous : en 10 ans, les ventes sont multipliées par cinq. Aujourd'hui, Havana Club est une marque internationale atteignant 2,4 millions de caisses.



HAVANA CLUB

UNE NOUVELLE ANNÉE DE SUCCÈS

Avec 2,4 millions de caisses vendues en 2005/2006, Havana Club a enregistré cette année une croissance des ventes de 13 % : croissance à deux chiffres, comme chaque année depuis 1993. Pour couronner ce succès, Havana Club est devenue fin 2005 la 37^e marque internationale de spiritueux Premium (source : Impact Databank). La progression de la marque s'illustre à la fois à Cuba, 1^{er} marché en volumes, mais aussi sur les marchés export, avec des performances particulièrement exceptionnelles en Allemagne (+ 15 %), en Grèce (+ 47 %), au Chili (+ 91 %) et au Mexique (+ 27 %).

HAVANA CLUB CÉLÈBRE LA VIE

Pour soutenir l'ambition de Havana Club de devenir un leader mondial des spiritueux, une nouvelle stratégie de communication a été mise en place en 2005/2006. Après plusieurs années de communication sur son origine cubaine "El Ron de Cuba", la marque a décidé de développer une nouvelle campagne plus émotionnelle, s'appuyant sur l'état d'esprit unique des Cubains, leur irrésistible énergie vitale, avec un slogan de circonstance "El Culto a la Vida" (l'Hymne à la Vie). La campagne, déclinée en TV, affichage et presse, a été lancée en 2006 dans les principaux pays européens, à l'exception de la France.

"PREMIUMISATION" DE L'OFFRE

La marque met l'accent sur ses rhums âgés, qui la distinguent de la concurrence et connaissent un développement plus rapide. La nouvelle campagne met en scène le Havana Club Añejo 7 Años, symbole de la qualité de la marque, icône du rhum cubain et leader de son segment. Par ailleurs, après le lancement de Havana Club Cuban Barrel Proof en 2004, la marque a de nouveau innové en créant Havana Club Máximo Extra Añejo. Il s'agit d'un rhum unique, assemblage de rhums rares et très vieux réalisé par Don José Navarro, Premier Maestro Ronero de Havana Club, Maître rhumier le plus expérimenté de Cuba.

BILAN & PERSPECTIVES

PHILIPPE COUTIN

Président-Directeur Général d'Havana Club International

Le développement de Havana Club ne montre aucun signe d'essoufflement, tant sur le marché domestique, porté par le dynamisme du tourisme, qu'à l'exportation, vers 124 pays. Une des clés du succès est la qualité de nos rhums, tous vieilliss, et en particulier Havana Club Añejo 7 Años, considéré comme la référence sur le marché des rhums Premium âgés. Une autre clé est le travail



de promotion réalisé par nos distributeurs et, cette année, nous avons décidé de franchir une nouvelle étape en lançant une campagne de communication internationale, dont l'accueil est extrêmement prometteur. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1991 comme Ingénieur recherche et développement, il devient Directeur Général de Pernod Ricard Trinidad, Directeur Général de Pernod Ricard Rouss (Russie) jusqu'en juin 2004. Il est alors nommé Président-Directeur Général d'Havana Club International. Depuis septembre 2006, il est Président-Directeur Général de Pernod Ricard España.

The Stolichnaya Brand Organisation

Suite à l'accord conclu avec SPI Spirits (propriétaire de la marque Stolichnaya, hors CEI), Pernod Ricard a acquis les droits exclusifs de distribution internationale. Pour soutenir le développement de la marque, en accord avec l'organisation décentralisée du Groupe, une nouvelle structure Propriétaire de Marque, dénommée "The Stolichnaya Brand Organisation", a vu le jour. Pari réussi, puisque, dès la première année, Stolichnaya a enregistré une progression spectaculaire.

STOLICHNAYA

LA VODKA RUSSE LA PLUS VENDUE AU MONDE

Avec 2,6 millions de caisses vendues sur le marché mondial (hors Russie), Stolichnaya est la vodka russe la plus vendue et la plus connue dans le monde. Produite en Russie, cette vodka traditionnelle se singularise par une quadruple distillation et une quadruple filtration. Un goût unique qui lui a valu le prix de "meilleure vodka" lors de la "World Spirits Competition" en 2005. Une authenticité et une qualité qui expliquent son succès grandissant.

UNE CROISSANCE SOLIDE

En 2005/2006, Stolichnaya a connu une croissance mondiale soutenue, de l'ordre de 19 %. Aux États-Unis, les résultats ont été très encourageants (+ 7 %) malgré des difficultés liées au changement de distributeurs : la marque a en effet franchi le seuil des deux millions de caisses vendues.

La distribution a, par ailleurs, été reprise en Grèce, en Espagne, au Benelux, au Royaume-Uni et en Australie. Au total cette année, la marque a été lancée ou relancée sur plus de 50 marchés, via les filiales du Groupe.

UNE GAMME ÉTENDUE

À la pointe de l'innovation, Stolichnaya fut la première vodka à lancer une gamme aromatisée outre Atlantique. En 2006, une nouvelle saveur a vu le jour : Stoli Blueberi (myrtille). Pour ce lancement, la marque a mis en place le concours "Crée ton cocktail Stoli Blue". Cette initiative, destinée aux barmen, visait à accroître rapidement la notoriété de cette toute nouvelle saveur. Le lancement, soutenu par une nouvelle campagne TV, a reçu un accueil très positif, tant auprès des professionnels que du grand public. La gamme des aromatisées compte donc désormais 8 parfums, auxquels il faut ajouter Stoli Elit, la première vodka Ultra Premium au monde qui connaît un succès grandissant.



STOLICHNAYA, AUTHENTIQUE VODKA RUSSE

Associant le blé d'hiver, l'eau douce et la levure, Stolichnaya utilise une méthode russe de quadruple distillation datant de plus de 500 ans. Alors que la plupart des vodkas ne sont filtrées qu'une fois, elle l'est quatre fois, à travers du quartz, du charbon de bois, du quartz à nouveau et un très fin tissu. Résultat : une vodka russe de grande pureté et de haute qualité, mariant arômes et saveurs complexes.



Nouvelle saveur
Stoli Blueberi.

BILAN & PERSPECTIVES

IAN JAMIESON

Président de The Stolichnaya Brand Organisation

« Cette première année d'activité au sein de Pernod Ricard a été marquée par la création de "The Stolichnaya Brand Organisation" – une équipe consacrée au développement de la marque Stolichnaya. Durant cette période de transition, nous avons travaillé à l'implantation de notre marque dans un maximum de filiales



du Groupe. Stolichnaya a néanmoins enregistré une forte croissance. Le dynamisme du segment vodka, la solidité de nos filiales sur leur marché et l'incontestable force de Stolichnaya, authentique vodka russe, nous donnent une grande confiance pour la croissance future. //

PARCOURS

Entré chez Pernod Ricard suite à l'acquisition d'Allied Domecq, il avait passé 17 ans chez Allied Domecq en tant que Directeur liqueurs North America, Directeur Commercial de James Burrough Ltd, Directeur du Planning, du Développement et de l'information, Directeur des Ressources Humaines Groupe et Président vodkas.

Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation→ **Martell Mumm Perrier-Jouët**

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand



MARTELL LANCE SON NOUVEL XO

Assemblage réinventé et design de bouteille en forme d'arche, ce nouvel XO reflète parfaitement le style Martell. Le XO nouvelle version a déjà été récompensé à deux reprises : à l'occasion des "Annual Beverage Packaging Awards" ainsi qu'aux "Class Awards 2006", où il a remporté le Prix du Packaging dans la catégorie brandy et cognac.



Les "qualités supérieures" de Martell sont parmi les principaux moteurs de croissance de la marque.

Martell Mumm Perrier-Jouët

Après l'acquisition d'Allied Domecq en 2005, Pernod Ricard a créé un Propriétaire de Marques unique, regroupant cognac et champagne. Cette décision peut se résumer en trois mots : raisin, France et luxe. Le premier est évident puisque cognac et champagne proviennent tous deux de la vigne ; le second illustre les appellations d'origine contrôlées qui régissent les deux catégories issues du terroir français ; le troisième fait référence à la "Premiumisation", partie intégrante de la stratégie du Groupe.



MARTELL

INNOVE AU SERVICE DE LA CROISSANCE

L'année 2005/2006 a été une nouvelle année de succès pour Martell avec une croissance de 11 %. Cette progression est, cette année encore, particulièrement soutenue en Asie, où Martell a enregistré une croissance de 30 %. La Chine (+ 55 %), la Malaisie (+ 9 %) et Singapour restent parmi les premiers marchés de la marque. Les volumes progressent également sur des marchés porteurs comme le Mexique (+ 3 %), la Russie (+ 29 %) ou les États-Unis (+ 4 %).

En droite ligne avec la stratégie de "Premiumisation" chère au Groupe, les qualités supérieures de la marque sont parmi les principaux moteurs des bonnes performances de Martell. Martell XO (+ 48 %) et Martell Cordon Bleu (+ 28 %) se sont d'ailleurs vus décerner une double Médaille d'Or, lors de la dernière édition de la "San Francisco World Spirits Competition".

Poursuivant sa démarche de qualité, Martell n'a eu de cesse d'innover en 2005 et 2006. Au rang des nouveautés, le nouvel XO de Martell, lancé en Chine en juillet 2005 puis en Europe et aux États-Unis. Pour soutenir le lancement, une nouvelle campagne publicitaire a été imaginée sur le thème "Shape Your World" : un hommage à l'esprit entrepreneur, visionnaire et inspiré de son créateur, Jean Martell. Autre innovation de taille, la redéfinition réussie de Noblige. Disponible en Chine depuis fin novembre, il a été progressivement introduit avec succès sur les autres marchés. Enfin, Martell a repris à son compte la production de Cohiba cognac, lancé en 1999 par Bisquit : combinaison unique de vieilles eaux-de-vie de Grande champagne, il est, dans son domaine, l'alter ego parfait des fameux cigares cubains.

BILAN & PERSPECTIVES

LIONEL BRETON

Président-Directeur Général
de Martell Mumm Perrier-Jouët

À travers la création de Martell Mumm Perrier-Jouët, l'exercice 2005/2006 a été une année de retrouvailles. En effet, les deux sociétés s'étaient côtoyées sous l'égide de Seagram. L'objectif était donc de faire partager les valeurs culturelles fortes de Martell, version Pernod Ricard, et de faire comprendre l'intérêt de notre nouvelle organisation pour les deux marques de



champagne. La logique "raisin/France/luxe" inhérente à l'activité cognac/champagne, a été comprise tant par les collaborateurs que par la viticulture champenoise, et positionne le Groupe comme un acteur majeur dans ce segment en croissance. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1983, il a été successivement Directeur Marketing de Pernod, Directeur Afrique Amériques d'Orangina International ; Directeur Général puis Président Directeur Général de San Giorgio Flavors (Italie) ; Directeur Général de Pracs puis de Pernod Ricard Larios (Espagne) ; Directeur Général de SIAS MPA et Président Directeur Général de Martell, devenu en 2005 Martell Mumm Perrier-Jouët.

MUMM ET PERRIER-JOUËT

SUPER PREMIUM PAR ESSENCE

L'univers du champagne est naturellement associé au luxe et deux des marques les plus prestigieuses du secteur, Mumm et Perrier-Jouët, ont rejoint Martell au sein de l'organisation Martell Mumm Perrier-Jouët : toutes trois font partie des marques stratégiques de Pernod Ricard.

2005/2006 a été une année de transition, marquée par un sur-stockage survenu avant la reprise d'Allied Domecq. Néanmoins, et grâce aux réseaux de distribution du Groupe, Mumm et Perrier-Jouët ont maintenu leurs volumes par rapport à l'exercice précédent.

Un travail d'apprentissage sur la catégorie "Champagne", ainsi que sur les spécificités des deux marques, a été nécessaire. Plus de 500 collaborateurs du Groupe sont donc passés, durant le dernier exercice, au siège des deux Maisons pour parfaire leur connaissance de ce nouvel univers "pétillant" et devenir ainsi les nouveaux ambassadeurs du champagne dans le monde.

En 2005/2006, **Mumm**, la marque au Cordon Rouge, se redéploie sur le marché français avec une stratégie de valeur clairement établie : ainsi la marque était-elle présente sur les plages cannoises lors du dernier Festival. Par ailleurs, la marque se développe en Asie chinoise, qui a choisi Mumm pour pénétrer l'univers du champagne.

Parmi les autres événements de l'année, figure le lancement du Mumm Grand Cru ainsi que celui du pack Mumm Now, en France, au printemps 2006, coffret inédit permettant de bénéficier d'un service de livraison à domicile. Déjà lancé au Royaume-Uni, le concept est d'ores et déjà en préparation sur d'autres marchés. Fier de son héritage, G.H. Mumm a également décidé de modifier l'habillage de ses bouteilles, afin que le fameux Cordon Rouge soit intégré sur l'ensemble de la gamme. Une initiative propre à favoriser une meilleure reconnaissance des produits, tout en apportant une garantie de qualité au consommateur qui le considère comme un véritable label.

Perrier-Jouët, célèbre pour sa bouteille "Belle Époque" aux anémones peintes par Émile Gallé, figure parmi les dix premiers champagnes haut de gamme du marché. Déjà très établie au États-Unis, au Royaume-Uni et en Suisse, la marque a connu un redémarrage important auprès des consommateurs japonais, tandis que la Russie est en train d'en faire la marque la plus prisée du marché. En France, Perrier-Jouët a lancé le 21 mars dernier la nouvelle cuvée Belle Époque millésimée 1998 : un symbole fort puisqu'il s'agit du jour du printemps, placé sous le signe de l'univers floral, emblème de la marque. Perrier-Jouët a également lancé une nouvelle campagne publicitaire mettant en scène la Muse inspiratrice du Chef de caves. La dimension artistique de Perrier-Jouët est non seulement véhiculée par le visuel, mais aussi par l'accroche "Beauty is a form of Genius", signée Oscar Wilde, grand amateur de Perrier-Jouët et célèbre esthète.



NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE MUMM

Depuis 1875, le Cordon Rouge, dont le nom fut choisi en référence à la Légion d'Honneur, figure sur les bouteilles de la marque. En 2005, G.H. Mumm lui rend honneur, avec une campagne internationale ayant pour accroche "G.H. Mumm se pare du Cordon Rouge depuis 1875, signe distinctif d'excellence".



Campagne internationale (hors France).

PERRIER-JOUËT ET L'ART

Au travers de grands rendez-vous artistiques comme la Fiac, Art Basel Miami, le bar de l'opéra de Londres, Perrier-Jouët prend la parole dans le monde de l'art, territoire on ne peut plus légitime quand on a pour icône la cuvée "Belle Époque" au flacon créé par le célèbre maître verrier Émile Gallé, en 1902.



Mumm à Cannes lors du Festival en 2006.



Chivas Brothers

Irish Distillers Limited

Ricard SA

Malibu-Kahlúa International

Havana Club International /
The Stolichnaya Brand Organisation

Martell Mumm Perrier-Jouët

→ **Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand**

WELCOME TO OUR PLACE

En 2006, Jacob's Creek fête ses 30 ans et lance pour l'occasion une nouvelle plateforme de communication bâtie sur la richesse de son histoire et de son patrimoine. Placée sous le signe de l'authenticité, la nouvelle campagne publicitaire "Welcome to our Place" invite à découvrir Jacob's Creek et la région de la Barossa Valley.



MONTANA TERROIR SERIES

Afin de renforcer sa position de leader et démontrer son savoir-faire, Montana a également élargi son offre Super Premium avec le lancement de sa gamme Montana Terroir Series.

Orlando Wines & Pernod Ricard New Zealand

Pernod Ricard est un acteur mondial de premier plan sur le marché des vins Premium. Orlando Wines et Pernod Ricard New Zealand, propriétaires de deux marques de vin stratégiques du Groupe - Jacob's Creek et Montana - s'emploient à renforcer ce leadership, tant sur leur marché domestique qu'au plan international. Cette stratégie a, cette année encore, démontré son efficacité.

JACOB'S CREEK

"30 ANS DE SUCCÈS"

Avec 7,5 millions de caisses vendues dans le monde en 2005/2006 dans un marché des vins australiens difficile et très compétitif, Jacob's Creek se porte bien. Le Royaume-Uni reste le principal marché de la marque. La stratégie consiste à développer à long terme les gammes Reserve et Heritage afin de séduire de nouveaux consommateurs. Une politique active d'innovation est poursuivie : ainsi, le lancement de Jacob's Creek Sparkling Rosé en 2005 a permis à la marque de prendre la première place du marché des vins pétillants. Les États-Unis constituent aussi un marché prioritaire. Il s'agit notamment du premier marché pour la gamme Jacob's Creek Reserve qui a enregistré une très forte croissance en 2005/2006. En 2006/2007, le principal défi d'Orlando Wines réside dans la poursuite de la croissance de Jacob's Creek sur un marché mondial très compétitif.



MONTANA

L'ESPRIT DE NOUVELLE-ZÉLANDE

Montana est le vin néo-zélandais le plus vendu au monde. Chaque jour, de plus en plus de consommateurs de par le monde le découvrent au travers de Montana Marlborough Sauvignon Blanc. Avec des vignobles dans les principales régions viticoles de Nouvelle-Zélande, Montana offre une gamme de vins de grande qualité sur l'ensemble des marchés mondiaux. Au cours de cet exercice, caractérisé par la reprise de la distribution de la marque par le réseau Pernod Ricard, Montana a enregistré une croissance de 3 %, essentiellement grâce à ses variétés Sauvignon Blanc et Pinot Noir. Cette croissance a également été stimulée par la modernisation du packaging et le lancement réussi de Montana Classic East Coast Rosé. Pour 2006/2007, Montana s'est fixé de nouveaux défis : élargir son offre et renforcer sa part de marché au plan mondial, grâce à un programme de communication renforcé autour de ses quatre gammes : Classic, Reserve, Terroir et Letter Series.



BILAN & PERSPECTIVES

LAURENT LACASSAGNE

Président-Directeur Général de Pernod Ricard Pacific

« Nos efforts constants pour développer nos marques stratégiques Jacob's Creek et Montana, en offrant toujours des vins de grande qualité, ont été récompensés par une croissance sensible en 2005/2006 malgré des conditions de marché difficiles. Facteurs clés du succès, de nombreuses initiatives marketing : la nouvelle campagne publicitaire Jacob's Creek, le renouvellement des



packagings de nos deux marques, ainsi que le lancement de nouveaux produits. Notre ambition est de poursuivre le développement mondial de Jacob's Creek et Montana en capitalisant sur la qualité de nos vins et nos récentes initiatives marketing. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1988, il a successivement été Directeur Administratif et Financier de Besserat de Bellefon, de Cusenier, de la SEGM (aujourd'hui Pernod Ricard Europe), Directeur Financier de Pernod Ricard, Président-Directeur Général d'Orlando Wyndham (Australie) jusqu'en février 2006.

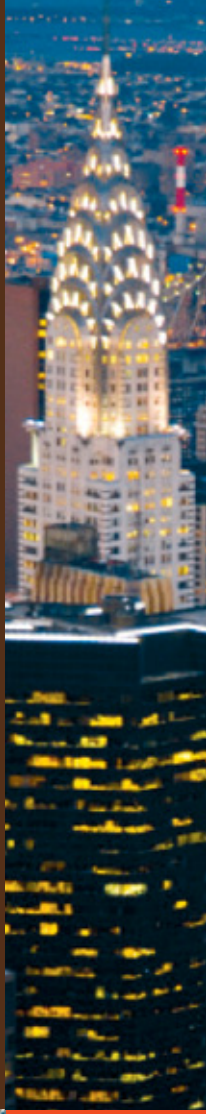


7,5 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006



ASIE_34



AMÉRIQUES_38



EUROPE_42



FRANCE_45



UNE STRATÉGIE INTERNATIONALE ADAPTÉE À CHAQUE MARCHÉ

L'exercice écoulé a vu la géographie du Groupe sensiblement modifiée, du fait de l'intégration d'Allied Domecq. En Asie, Pernod Ricard demeure le leader incontesté des Vins & Spiritueux, enregistrant cette année encore une croissance exceptionnelle. C'est le cas notamment en Corée du Sud où le Groupe a considérablement renforcé son activité. Les Amériques affichent également un beau dynamisme : Pernod Ricard bénéficie de belles opportunités dans de nouvelles catégories en forte croissance. L'année a également été positive en Europe qui voit ses volumes et ses résultats augmenter de manière significative. La France connaît quant à elle une nouvelle année de quasi stabilité dans un contexte encore difficile.

→ **Asie et reste du monde**

Amériques

Europe (hors France)

France



CORDON BLEU : NOUVELLE CAMPAGNE EN ASIE

La campagne "Only a Few Can Tell" lancée en 2004 en Asie, a été renouvelée en juillet 2006 avec des objectifs inchangés : faire de Cordon Bleu l'icône de la marque.



STARRY BY DITA

Cette nouvelle saveur, aux arômes naturels de carambole d'Asie, a été lancée avec succès en octobre 2005. Moins de trois mois après son lancement, elle se positionnait comme un produit "Star", avec près de 35 000 litres vendus.

Asie et reste du monde*

L'exercice 2005/2006 confirme le fort potentiel de croissance du marché asiatique. L'Asie chinoise affiche cette année encore une progression spectaculaire alors que l'acquisition d'Allied Domecq permet au Groupe de devenir leader sur le marché sud-coréen. L'année est également riche en évolutions positives en Australie et en Nouvelle-Zélande où Pernod Ricard s'impose comme l'un des acteurs principaux du marché du vin.

ASIE

MOTEUR DE CROISSANCE DU GROUPE

Zone la plus dynamique du monde, moteur de croissance du Groupe, l'Asie affiche des progressions spectaculaires. Au premier plan : la Chine, dont les volumes de ventes sont en hausse cette année de 50 %, mais aussi la Corée du Sud, où le Groupe a vu sa part de marché whisky passer de 4 % à 35 % suite à l'acquisition d'Allied Domecq. L'Inde figure également dans le peloton de tête, alors que la Thaïlande connaît quelques difficultés liées à un environnement politico-économique instable.**

LA CHINE SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE

La Chine conserve un très fort dynamisme en 2005/2006 avec une croissance globale des volumes de 50 %.

Chivas Regal y poursuit son développement soutenu grâce à de nombreuses opérations publi-promotionnelles invitant les consommateurs chinois à découvrir l'univers optimiste de la marque, notamment à travers la campagne "This is The Chivas Life".

Martell est désormais le n° 2 du cognac en Chine. Après le lancement réussi du nouvel XO, suivi par le relancement de Noblige dans le segment VSOP +, Martell est la marque qui enregistre la plus forte croissance dans la catégorie cognac. Le dynamisme de Martell est encouragé par d'importantes campagnes publi-promotionnelles évoquant l'univers de la marque, fait de luxe et de savoir-faire créatif. Entre autres témoignages de cette volonté de nouer des relations privilégiées avec ses consommateurs asiatiques : le Martell Elite Club. Lancé pour la première fois à Shanghai en 2001, il n'a cessé de se développer en Chine et a été lancé en 2005 en Malaisie et à Singapour. Royal Salute, scotch whisky Ultra Premium, poursuit également sa croissance à deux chiffres.

BILAN & PERSPECTIVES

PHILIPPE DRÉANO

Président-Directeur Général de Pernod Ricard Asia

« Cette année, nous avons poursuivi notre croissance soutenue avec, sur l'ensemble de la zone, une progression à deux chiffres pour Chivas Regal et Martell. L'acquisition d'Allied Domecq est un grand pas en avant, car elle complète parfaitement nos opérations existantes. Nous avons ainsi renforcé notre présence sur tous les marchés, en particulier en Corée du Sud où nous



partageons désormais la position de leader. Les marques acquises consolident notre présence dans les catégories whisky, champagne, liqueurs et alcools blancs. Nous sommes aujourd'hui le premier opérateur international Vins & Spiritueux dans la région. Notre portefeuille de marques couvre tous les segments et nos réseaux de distribution renforcés nous offrent un avantage compétitif significatif sur nos concurrents. //

PARCOURS

Entré chez Pernod Ricard en 1989, il a été successivement Directeur Régional Export de Pernod International, Directeur Général de Perithai (Thaïlande), puis Président-Directeur Général de Pernod Ricard Japan jusqu'en 2000.

FORTE PROGRESSION EN CORÉE DU SUD ET REPRISE AU JAPON

La Corée du Sud a tout particulièrement bénéficié de l'intégration d'Allied Domecq, puisque la part de marché whisky du Groupe y est passée de 4 % à 35 %*. Les résultats obtenus en 2005/2006 sont également dus à la réussite de la fusion des deux entités, Pernod Ricard Korea et Jinro Ballantine's Corporation (ex-Allied Domecq).

La marque Ballantine's maintient son leadership sur son segment, notamment grâce aux qualités supérieures (17 ans d'âge et plus). Par ailleurs, les marques Mumm et Perrier-Jouët ont été lancées avec succès pour tirer partie du fort potentiel de croissance du champagne.

Au Japon, la croissance repart. Parmi les marques qui progressent figurent Jacob's Creek (+ 21 %), The Glenlivet (+ 22 %) ou encore le vin pétillant Café de Paris (+ 33 %).

Cette dernière marque connaît un succès grandissant avec plus de 2 millions de litres vendus en 2005/2006. Un succès entretenu par l'innovation et le lancement de nouvelles saveurs : pomme verte, mirabelle et framboise.

INDE : TRÈS FORTE CROISSANCE DES MARQUES LOCALES

2005/2006 a vu l'intégration de Pernod Ricard India et de Pernod Ricard Gulf au sein du périmètre de Pernod Ricard Asia. L'Inde a enregistré d'excellentes performances avec une croissance sensible de ses volumes (+ 18 %). Pernod Ricard y est désormais le 4^e opérateur Vins & Spiritueux en volume et le 2^e en valeur. La forte croissance des marques locales explique en grande partie ces résultats.

Ainsi, Royal Stag (+ 13 %) continue à être moteur de croissance sur le segment des whiskies indiens Premium ; Blender's Pride enregistre également une très belle progression (+ 41 %). Par ailleurs, le lancement d'une nouvelle campagne intitulée "The Legend from Scotland" soutient la croissance de 100 Pipers qui progresse de 17 %.

CONJONCTURE DIFFICILE EN THAÏLANDE

Malgré des conditions de marché difficiles, liées à l'augmentation des droits d'accises et à un environnement politique et économique instable, Pernod Ricard Thailand demeure leader en termes de volume mais aussi d'innovation.

L'année a été marquée par le lancement de 100 Pipers Malt 8 ans d'âge, extension Premium de la marque à succès 100 Pipers.

Par ailleurs, Chivas Regal conserve également une position de premier plan, soutenue par la campagne promotionnelle "Chivas Life in City".

* Le "Reste du monde" englobe principalement la zone Pacifique ainsi que l'Afrique.
** Source : IWSR 2004 - Spiritueux "Western Style" excluant les boissons "prêtes à boire" ("RTDS"), les vins et apéritifs à base de vin - Marques en propriété seulement (hors marques d'agence).

Martell Elite of the Year - cérémonie de gala.



LANCEMENT DU PRIX ROYAL SALUTE "MARK OF RESPECT" EN CORÉE DU SUD

Ce Prix, lancé en janvier 2005, a été créé pour récompenser les personnalités coréennes ayant marqué de leur action le domaine des affaires, de la science, des arts et de la culture. En 2005, c'est Chan Wook Park, lauréat du Grand Prix du Festival de Cannes pour le film Old Boy, qui a reçu le Prix. Suivi par les principaux médias, l'événement a bénéficié d'une importante couverture, tant sur les chaînes nationales de télévision que dans la presse quotidienne et hebdomadaire.

L'occasion pour Pernod Ricard de mettre l'accent sur les valeurs inhérentes à la marque : succès, accomplissement, leadership, force, noblesse et générosité.



PERNOD RICARD : N° 1 DU TRAVEL RETAIL EN ASIE

L'acquisition d'Allied Domecq a renforcé la position de leader du Groupe dans le secteur du Travel Retail en Asie. Les campagnes de promotion en faveur des marques clés de Pernod Ricard - Chivas Regal, Royal Salute, Martell et Ballantine's - se sont poursuivies offrant des avantages et des opportunités uniques aux passagers des aéroports.

Le lancement du nouveau Martell XO a été soutenu par de luxueux présentoirs et des campagnes publicitaires dans les aéroports clés d'Asie.

→ **Asie et reste du monde**

Amériques

Europe (hors France)

France



MONTANA MODERNISE SON PACKAGING

Afin d'encourager le dynamisme de Montana, Pernod Ricard New Zealand a rajeuni son packaging. La crête ornant l'étiquette, jugée "démodée" a été remplacée par une icône de montagne au design plus moderne illustrant les origines de la marque.



PACIFIC TRAVEL RETAIL : UNE NOUVELLE AMBITION RÉGIONALE

La création d'une structure régionale en charge des marchés Travel Retail australien, néo-zélandais ainsi que des îles du Pacifique porte déjà ses fruits. Ce circuit de distribution représente un fort potentiel de croissance pour Pernod Ricard Pacific et une opportunité de faire découvrir aux consommateurs les marques de spiritueux Super et Ultra Premium comme Chivas Regal 18 ans, Martell Cordon Bleu et Ballantine's 17, 21 et 30 ans.

PACIFIQUE

PERNOD RICARD PACIFIC, UNE INTÉGRATION RÉUSSIE

Suite à l'acquisition d'Allied Domecq, Orlando Wyndham Group (OWG) et Allied Domecq Wines New Zealand (ADWNZ) ont été regroupés au sein d'une nouvelle entité : "Pernod Ricard Pacific". Créée en février 2006, la filiale a un double rôle : Propriétaire de Marques des vins australiens et néo-zélandais du Groupe et distributeur de l'intégralité du portefeuille de marques de Pernod Ricard pour la région Pacifique. L'année 2005/2006 a été marquée à la fois par le succès de l'intégration des activités d'Allied Domecq et par une forte croissance organique des marques historiques du Groupe.

AUSTRALIE : UNE CROISSANCE SOLIDE

Toutes les marques stratégiques de vins et de spiritueux ont fait progresser leur part de marché en Australie au cours de l'exercice 2005/2006. La croissance de Jacob's Creek (+ 7 %) est essentiellement le résultat de la stratégie de "Premiumisation", comme en témoignent la croissance à deux chiffres de la gamme "Reserve" et le lancement de la gamme "Heritage". La croissance de la marque sur le marché domestique a été soutenue par diverses initiatives marketing organisées autour du lancement de la nouvelle campagne de communication "Welcome to Our Place" et la modernisation du packaging. Autre illustration du succès des marques Premium, le développement remarquable de la gamme Wyndham Estate Bin (+ 17 %) qui met en avant l'esprit pionnier de la marque ("Where Australian shiraz began") dans l'ensemble de son mix marketing. Stoneleigh, vin néo-zélandais Super Premium a également réalisé une belle progression de ses ventes (+ 7 %) grâce au succès du Marlborough Sauvignon Blanc sur le marché australien. Les marques de spiritueux ont également enregistré de bonnes performances : Chivas Regal et Jameson ont ainsi augmenté leurs volumes de + 8 %.

CHANGEMENT DE DIMENSION EN NOUVELLE-ZÉLANDE

2005/2006 a été une année clé pour Pernod Ricard New Zealand. L'acquisition de l'activité vins d'Allied Domecq, leader du marché néo-zélandais, a donné une autre dimension au Groupe en Nouvelle-Zélande. Fort de cette position de leader sur le marché, les initiatives marketing se sont multipliées avec le lancement de nouveaux packagings pour les marques clés Montana, Stoneleigh et Corbans, et l'introduction de quatre nouvelles gammes de vin illustrant la volonté stratégique de Pernod Ricard New Zealand d'affirmer son savoir-faire dans le segment des vins Super Premium. Parmi ces nouveautés : "Montana Terroir Series", une extension haut de gamme de la marque Montana ou encore Triplebank, vins de la vallée Awatere, région secrète du Marlborough. Les marques clés du portefeuille spiritueux ont également enregistré de très bonnes performances, confirmant leur potentiel de croissance.

BILAN & PERSPECTIVES

LAURENT LACASSAGNE

Président-Directeur Général
de Pernod Ricard Pacific

▮▮ Pernod Ricard Pacific est opérationnel depuis février 2006. L'intégration s'est faite avec succès et notre organisation s'est mise en place sans à-coup. Nous avons enregistré une forte croissance organique et nos parts de marché ont progressé pour l'ensemble des marques stratégiques. Notre ambition est de



générer à nouveau une croissance profitable sur nos marchés domestiques. Deux axes majeurs : développer nos quatre marques stratégiques : Jacob's Creek, Montana, Wyndham Estate et Stoneleigh en capitalisant sur leur qualité et leur authenticité et accélérer le développement de notre portefeuille de spiritueux au travers de programmes marketing ciblés et le lancement de nouveaux produits. ▮▮



1,3 million de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

Asie et reste du monde

→ Amériques

Europe (hors France)

France



14 MÉDAILLES POUR MUMM CUVÉE NAPA

Avec l'acquisition de Mumm Cuvée Napa, Pernod Ricard USA a désormais un point d'appui dans une région vinicole de renommée mondiale : la Napa Valley. Mumm Cuvée Napa est l'un des premiers producteurs de vin pétillant Premium californien et ce, depuis plus de 20 ans. En 2005/2006, Mumm Cuvée Napa est l'un des rares vins à avoir progressé sur le marché nord américain, avec une croissance de 2 %.

14 médailles d'or gagnées en 2006, dont une double récompense "Best of Napa Valley" et "Best of California sparkling wine", valorisent idéalement la marque pour lui permettre de poursuivre sur la route du succès, désormais sous l'égide de Pernod Ricard USA.

CORBY DISTILLERIES LTD NOMMÉ "FOURNISSEUR DE L'ANNÉE"

Corby Distilleries Ltd a été nommé "Fournisseur de l'Année" par le Conseil de Contrôle de Spiritueux d'Ontario (Liquor Control Board of Ontario, LCBO), le plus important régulateur et détaillant de vins et spiritueux au Canada. Cette récompense reconnaît l'excellence du partenariat avec le LCBO en matière de merchandising, opérations promotionnelles, logistique, et autres initiatives du réseau de fournisseurs.



Andy Alexander de Corby (à gauche) reçoit le Prix du Fournisseur de l'Année des mains de Philip Olsson, Président intérimaire du LCBO.

Amériques

La zone Amériques est incontestablement celle qui a le plus bénéficié de l'acquisition d'Allied Domecq. Pernod Ricard occupe à présent une position de premier plan sur les trois marchés d'Amérique du Nord que sont les États-Unis, le Canada et le Mexique. Aux États-Unis, où le Groupe se positionne désormais à la 5^e place*, le potentiel de croissance est immense. En Amérique latine, les performances de l'année écoulée sont exceptionnelles : Pernod Ricard est n° 1, sur un marché qui n'a de cesse de progresser.

L'AMÉRIQUE DU NORD CONTINUE SON ASCENSION

Pernod Ricard devient un acteur incontournable du marché nord-américain, marché à croissance rapide. Le Groupe détient des positions de premier plan sur les principaux marchés de la zone : n° 2 au Mexique et au Canada, n° 5 aux États-Unis, où le Groupe a doublé de taille après l'acquisition d'Allied Domecq.

Aux États-Unis, l'acquisition d'Allied Domecq a permis à Pernod Ricard USA de devenir un acteur important dans des catégories extrêmement dynamiques où le Groupe était peu présent : liqueurs et vodka Premium. Le renforcement du portefeuille de vins a également permis de créer une force de vente spécialisée dont l'effet positif commencera à se sentir dans les prochains mois. Pernod Ricard est désormais le 5^e opérateur* du marché américain.

En 2005/2006, on peut constater les bonnes performances de Jameson (+ 21 %), The Glenlivet (+ 7 %), Wild Turkey (+ 3 %), Seagram's Gin (+ 3 %) ainsi que le bon développement des marques ex-Allied Domecq : Malibu (+ 10 %) et Stolichnaya (+ 8 %).

L'innovation est également un moteur de croissance essentiel, comme en témoignent les lancements à succès de Stoli Blueberi ou encore de Seagram's Distiller's Reserve Gin.

Afin de tirer le meilleur profit de ce nouveau portefeuille, Pernod Ricard USA a restructuré son réseau de distribution en resserrant ses liens avec les meilleurs distributeurs du pays, en leur proposant un partenariat et une approche du marché uniques.

(* Source IWSR 2005 : spiritueux "Western style".



Les marques les plus vendues aux États-Unis.

Campagne Seagram's Gin aux États-Unis.



Au **Canada**, Pernod Ricard est devenu n° 2 en confiant à Corby Distilleries Ltd (ancienne filiale d'Allied Domecq dont Pernod Ricard est actionnaire majoritaire) les droits exclusifs de distribution de ses marques pour les 15 prochaines années.

L'intégration des deux sociétés était effective dès le 1^{er} avril 2006. Avec l'apport des marques de Pernod Ricard Canada, Corby, leader des whiskies canadiens avec Wisers's, est un partenaire incontournable pour les monopoles canadiens.

Enfin, au **Mexique**, Pernod Ricard - via sa filiale Casa Pedro Domecq - devient coleader avec une part de marché de 28 %* grâce à sa prédominance au sein du marché des brandies avec Presidente et Don Pedro, véritables marques de référence pour le consommateur mexicain. Les performances de ces deux marques, en déclin lors de la dernière décennie, ont été stabilisées depuis le rachat d'Allied Domecq grâce à une nouvelle stratégie marketing et commerciale. Dans un autre secteur, Casa Pedro Domecq est leader du marché des vins mexicains, un segment en forte croissance. Profitant de la force de distribution de la nouvelle structure, les marques historiques du Groupe progressent de manière significative. Chivas Regal, Havana Club et Wyborowa progressent respectivement de 11 %, 27 % et 9 %.

* Source : IWSR 2004 - Spiritueux "Western Style" excluant les boissons "prêtes à boire" ("RTDS"), les vins et apéritifs à base de vin - Marques en propriété seulement (hors marques d'agence).



SEAGRAM'S GIN

Nouveau packaging, nouveau produit et nouvelle publicité : la ligne de produits de la marque Seagram's Gin se prépare pour une année 2007 exceptionnelle. La marque a lancé un nouveau packaging pour ses déclinaisons Classic, Lime et Orange Twisted. Un monogramme de la lettre "S" est venu remplacer l'écusson de Seagram et un liséré doré en bordure d'étiquette donne au produit une apparence plus Premium et contemporaine. Outre le nouveau look de ses produits traditionnels, la marque lance "Distiller's Reserve", un gin Premium à visée mondiale et étend la gamme Seagram's Gin & Juice avec le lancement de "Purple Rage". Pour soutenir ces initiatives, la marque a augmenté ses investissements publicitaires de 52 % par rapport à l'année passée.

BILAN & PERSPECTIVES

MICHEL BORD

Président-Directeur Général
de Pernod Ricard Americas

En 2005/2006, la Région Amériques a doublé de taille. La création d'une direction unique - Pernod Ricard Americas - nous permet d'optimiser les synergies entre l'Amérique du Nord et du Sud. Outre le renforcement de notre position aux États-Unis, l'acquisition d'Allied Domecq nous a donné des positions de leader au Mexique et au Canada grâce à des marques



locales fortes (brandy mexicain et whisky canadien). L'effet de ces marques uni à des réseaux de ventes de premier ordre va accélérer la croissance de nos marques internationales. L'intégration de ces nouvelles activités, pourtant complexe, s'est faite dans un temps record sans ralentir la croissance de nos marques historiques. //

PARCOURS

Président-Directeur Général de Martell puis de Seagram au Venezuela, il entre dans le Groupe en 1991 où il a été successivement Directeur Général de Pracsca (Espagne), puis Président-Directeur Général de Pernod Ricard USA basé à New York jusqu'en 2006.

Asie et reste du monde

→ Amériques

Europe (hors France)

France



Le Venezuela est devenu le premier marché de Chivas Regal 18 ans.

FORT POTENTIEL DE CROISSANCE EN AMÉRIQUE CENTRALE ET DU SUD

Cette année encore, cette Région a révélé tout son potentiel de croissance en affichant une progression des volumes de spiritueux du portefeuille historique de Pernod Ricard de 13 %. Le Groupe, n° 1 de la zone, bénéficie de la conjoncture très positive de la région, qui connaît ses taux de croissance les plus élevés de ces vingt dernières années.

Le **Venezuela** est sans doute le marché le plus dynamique sur la période, avec une croissance de 20 %. En 2005/2006, le Venezuela est devenu le 1^{er} marché de Chivas Regal 18 ans, après une stratégie de relance réussie, qui a permis à la marque de multiplier par 4 ses ventes au détail. Chivas Regal 12 ans figure également en bonne place dans le pays, grâce à la campagne publicitaire "This is The Chivas Life", récompensée par le prix de la meilleure publicité du Venezuela. Le scotch whisky Something Special continue à progresser de manière spectaculaire, avec des ventes en hausse de 45 %, devenant ainsi la 2^e marque de whisky et la 3^e marque de spiritueux du pays. Fort de ce succès, le Groupe a lancé en avril 2006, Something Special 15 ans.

En **Argentine**, la reprise économique se poursuit, entraînant dans son sillage une hausse de la consommation. Chivas Regal conforte sa position de leader, avec plus de 50 % du marché des whiskies 12 ans*. La marque d'amer Fernet Capri enregistre pour la deuxième année consécutive une forte croissance (+ 14 %). Enfin, Pernod Ricard Argentina devient le 4^e exportateur de vins argentins, suite aux bons résultats obtenus par Graffigna et Etchart, vendus dans plus de 35 pays.

Le **Brésil** n'est pas en reste, avec une progression de 11 %. Ces très bons résultats s'expliquent en partie par le rebond du rhum local Montilla (+ 12 %) et le succès de la vodka locale Orloff, en croissance de 12 %. En février, Orloff a d'ailleurs lancé sa première déclinaison aromatisée au citron : Orloff Mix Lemon. Du 2 au 4 mai 2006 à São Paulo, Pernod Ricard Brasil a participé au plus important salon du Vin d'Amérique latine, Expovinis, avec plus de 11 000 visiteurs sur trois jours. Le stand Pernod Ricard était à la hauteur de son leadership sur le marché du vin. Des espaces avaient été réservés et spécialement décorés pour Almadén, la marque clé au Brésil, en croissance de 12 %.

* Source : IWSR 2004 - Spiritueux "Western Style" excluant les boissons "prêtes à boire" ("RTDS"), les vins et apéritifs à base de vin - Marques en propriété seulement (hors marques d'agence).

MONTILLA LANCE AU BRÉSIL UN NOUVEL HABILLAGE ET UNE NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Lancé en 1957, Montilla la boisson dotée de "l'Esprit du Pirate", leader dans la catégorie des rhums au Brésil, a élaboré une stratégie marketing d'envergure visant à apporter une touche plus moderne et audacieuse à la marque. Ce renouvellement complet, fin 2005, a abouti à la création d'un nouveau slogan, plus dynamique, mais toujours inspiré du fameux "Esprit du Pirate". Ce dernier est décliné sur l'ensemble des outils de communication, à commencer par les nouveaux packagings : forme plus moderne et plus sophistiquée, avec une étiquette de couleur vive et l'incontournable Pirate, rajeuni pour l'occasion. Pour appuyer cette stratégie, Montilla a également élaboré un nouveau film publicitaire mettant en scène "le Pirate moderne".

Salon Expovinis à São Paulo, Brésil, mai 2006.



Orloff Mix Lemon, déclinaison aromatisée au citron de la vodka Orloff.





2,1 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

Asie et reste du monde

Amériques

→ Europe (hors France)

France

WYBOROWA : L'ALTERNATIVE "EXQUISITE"

La catégorie des vodkas est la plus dynamique en Europe.

À l'international Wyborowa enregistre une croissance accélérée, grâce aux activités de construction de la marque dans le CHR moderne et à la bonne acceptation de Wyborowa Exquisite, Single Estate.

En Pologne, bonne nouvelle avec une tendance redevenue positive en 2005/2006.



Les whiskies du Groupe tirent la croissance en Europe.

Europe (hors France)

L'Europe a enregistré cette année des résultats contrastés en raison d'une conjoncture peu favorable. Alors que la Russie, la Grèce et la Scandinavie progressent rapidement, l'Italie et l'Allemagne doivent faire face à une situation plus difficile. L'Europe, qui n'en demeure pas moins la première région du Groupe avec plus de 30 % des volumes, a toutefois su tirer parti de l'acquisition d'Allied Domecq.

2005/2006 : UNE ANNÉE SATISFAISANTE

Malgré une conjoncture défavorable, la croissance interne des ventes (hors vrac) a été de 0,8 % sur 12 mois, en particulier grâce à la bonne tendance enregistrée au 4^e trimestre (+ 2,1 %).

Ces résultats ont été obtenus à la faveur des très bonnes performances réalisées en Russie, en Grèce, en Irlande et en Scandinavie. En revanche, l'exercice s'est avéré plus difficile en Italie, en raison d'une forte baisse de la consommation des spiritueux en CHR (cafés, hôtels, restaurants).

La croissance des volumes de Chivas Regal (+ 1%), de Jameson (+ 9 %) et de The Glenlivet (+ 3 %) compense le recul sensible d'Amaro Ramazzotti en Allemagne (dû à des effets techniques en 2004/2005), de Ricard du fait de la baisse de fréquentation des acheteurs aux frontières espagnole et italienne, et de Jacob's Creek au Royaume-Uni.

Les marques du portefeuille Allied Domecq ont progressivement renoué avec la croissance au cours de l'exercice.

De plus, certaines marques locales du Groupe tirent leur épingle du jeu. C'est notamment le cas d'Olmecca (+ 37 %) ou encore de Ruavieja (+ 16 %).

ESPAGNE ET RUSSIE : DEUX MARCHÉS PRIORITAIRES POUR PERNOD RICARD EUROPE

En Espagne, 2^e marché du Groupe en termes de chiffre d'affaires, Pernod Ricard entend conforter sa position de leader. L'objectif est désormais de faire progresser ses parts de marché sur un marché parvenu à maturité et de poursuivre la stratégie de "Premiumisation" de son portefeuille.

En 2005/2006, dans un environnement difficile, les marques historiques du Groupe comme Chivas Regal, Havana Club et Jameson se sont relativement bien comportées. Malibu et Beefeater ont quant à elles renoué avec la croissance, après un déstockage post-acquisition.

BILAN & PERSPECTIVES

THIERRY BILLOT

Président-Directeur Général
de Pernod Ricard Europe

Si la croissance de la zone a pâti d'une conjoncture défavorable, le 4^e trimestre de l'exercice a toutefois enregistré une progression de plus de 2 %. La période a connu d'autres évolutions positives : poursuite du fort dynamisme du marché russe, croissance soutenue de Jameson sur les principaux marchés européens et de Havana



Club dans la plupart des pays de la zone. L'intégration des marques d'Allied Domecq est désormais achevée. La consolidation de nos positions en Europe de l'Ouest, un fort développement en Europe orientale ainsi que la revitalisation du portefeuille d'Allied Domecq sont les axes prioritaires du Groupe dans la région. //

PARCOURS

Entré chez Pernod Ricard en 1982, il a été successivement Directeur Administratif et Financier de Cusenier, Directeur Financier de Pernod Ricard, Directeur Général puis Président-Directeur Général d'Austin Nichols (États-Unis), Président-Directeur Général de Pernod jusqu'en 2002.

En Russie, marché en pleine croissance, Pernod Ricard entend prendre fermement position. En 2005/2006, malgré un contexte réglementaire contraignant et un renforcement de la pression concurrentielle, Pernod Ricard a enregistré une forte croissance de ses 15 marques stratégiques, en particulier Chivas Regal, Jameson et Martell. Olmeca s'est également très bien comporté.

UNE POSITION CONCURRENTIELLE FORTEMENT MODIFIÉE PAR ALLIED DOMECQ

L'intégration d'Allied Domecq a modifié sensiblement la position concurrentielle de Pernod Ricard Europe. La filiale européenne du Groupe est désormais en capacité de viser ou consolider son leadership sur de nombreux marchés.

Elle se renforce par ailleurs de manière significative sur un certain nombre de "couples" marque/marché : c'est le cas de Ballantine's et Beefeater en Espagne, ou de Malibu et Tia Maria au Royaume-Uni.

L'intégration d'Allied Domecq a également permis à Pernod Ricard Europe de fortement développer son réseau commercial et de compléter la couverture du territoire européen. Pernod Ricard Europe a ainsi repris six sociétés de distribution d'Allied Domecq. À noter aussi le fort développement généré en Europe centrale et orientale.

Le Royaume-Uni et l'Espagne restent toutefois les deux marchés les plus impactés par l'acquisition d'Allied Domecq, avec une forte progression de leur résultat et de leurs parts de marché. Ils représentent à eux deux 50 % de la contribution acquise.

UNE ORGANISATION NOUVELLE MIEUX ADAPTÉE À LA RÉALITÉ DU TERRAIN

Afin de gérer au mieux ces évolutions de périmètre, Pernod Ricard Europe a revu son organisation. Six "clusters" ont ainsi été constitués pour conserver les centres de décision aussi proches que possible du terrain et préserver la réactivité des équipes, éléments clés de l'avantage concurrentiel de Pernod Ricard.

Campagne internationale (hors France).



JAMESON : SUCCÈS EN SÉRIE

Pernod Ricard Europe représente plus de 50 % des ventes annuelles de Jameson : la solide croissance à 2 chiffres de la région joue un rôle essentiel dans la "success story" de Jameson.

La région compte certains des nouveaux marchés parmi les plus dynamiques pour Jameson : la Russie, l'Afrique du Sud ainsi que des marchés bien établis tels que l'Irlande où la marque a progressé de 13 %. Une nouvelle campagne TV a été lancée en Europe en 2005, pour soutenir la dimension internationale de la marque. Le soutien que Jameson apporte au cinéma mondial est également essentiel pour l'image de la marque. L'association de Jameson avec des événements pointus, tels que le "Jameson Dublin Festival", le très innovant Notodofilmfest.com en Espagne, est un facteur clé du succès de la marque.

OLMECA : TEQUILA PREMIUM RECONNUE EN EUROPE

Acquise lors de l'opération Seagram, Olmeca est la marque de tequila qui affiche la plus forte croissance en dehors des États-Unis et du Mexique.

L'Europe est ainsi l'un des premiers marchés de la marque avec une progression remarquable de 37 % en 2005/2006. Le dynamisme de la marque est particulièrement parlant en Russie. En 2006, une nouvelle déclinaison Super Premium a vu le jour : Olmeca Tezon, 100 % agave bleu. L'unicité d'Olmeca Tezon réside dans le processus exclusif de production dit "Tahona" : une roue en pierre volcanique vient écraser l'agave pour libérer l'intensité des jus et des fibres. Par la suite, la tequila est distillée deux fois, filtrée et conditionnée dans des barils de chêne. Pour finir, le produit fini est versé dans des bouteilles faites main.

Chaque bouteille est numérotée. Olmeca Tezon a jusqu'ici été lancée aux États-Unis, en Russie et dans le secteur du Travel Retail en Europe.



Asie et reste du monde

Amériques

→ Europe (hors France)

→ France



CAMPO VIEJO, LA QUINTESSANCE DE L'ESPAGNE

Domecq Bodegas, filiale espagnole de Pernod Ricard, est leader sur le marché espagnol des vins tranquilles, avec pas moins de 13 bodegas situées dans les régions viticoles les plus appréciées du pays. Une situation qui conforte la présence du Groupe sur le segment des vins Premium. Campo Viejo, marque phare de Domecq Bodegas, fait partie intégrante de l'histoire de la Rioja, région viticole de prestige.

Aujourd'hui produit dans un lieu magique à l'architecture avant-gardiste, Campo Viejo est un concentré d'Espagne et de ses valeurs : amour de la vie, partage d'expériences, convivialité, et bien sûr passion pour le vin.

Les efforts soutenus pour renforcer l'image de marque ainsi que des parts de marché en constante progression ont engendré une croissance de 14 % en Espagne pour l'année 2005/2006 et une progression de 50 % au Royaume-Uni sur la même période.

Un succès qui s'explique par une recherche permanente de qualité, comme en témoigne d'ailleurs la légende de la marque : en 1635, le maire de la ville aurait banni la circulation des chariots sur ses terres pour éviter que les vibrations engendrées ne nuisent à la qualité du vin vieillissant dans les caves !



DES MARQUES LOCALES FORTES

Amaro Ramazzotti est le succès de ces 15 dernières années sur le marché des spiritueux allemand. Pernod Ricard Deutschland a su créer un lien émotionnel fort entre les consommateurs et Amaro Ramazzotti en exploitant ses racines italiennes. En effet, le talent des Italiens à voir la vie de manière positive, offre une plate-forme de communication pertinente à la marque. Avec un investissement soutenu en média et hors média, Amaro Ramazzotti est devenu le n°1 des spiritueux importés en Allemagne. En 1989, la filiale allemande de Pernod Ricard distribuait 30 000 caisses d'Amaro Ramazzotti. Aujourd'hui, les ventes s'élèvent à près d'1 million de caisses ! Avec un positionnement Premium, Amaro Ramazzotti est devenu un des moteurs de sa catégorie (amers) et l'un des plus gros investisseurs publicitaires en Allemagne.

Depuis son acquisition par Pernod Ricard, en 1999, Yerevan Brandy Company (YBC), n'a cessé de développer **ArArAt**, un brandy de légende.

ArArAt incarne la culture et le caractère de l'Arménie, berceau de la civilisation chrétienne. Son goût intense et ses arômes riches en font une boisson subtile aussi appréciée par les femmes que les hommes. Les raisins d'ArArAt bénéficient d'un climat très ensoleillé et d'un sol volcanique exceptionnel. Leur intensité aromatique est sublimée par des méthodes de production de grande qualité et le savoir-faire des Maîtres de chais.

Aujourd'hui, le marché principal d'ArArAt reste la Russie. Les marchés de conquête en Europe, tels que l'Ukraine, la Biélorussie, les Pays baltes, ou encore l'Allemagne, sont en forte hausse. Une nouvelle gamme modernisée, reflétant le positionnement Premium d'ArArAt et son statut de leader, a été lancée au printemps 2005, ainsi qu'une nouvelle campagne de communication. Aujourd'hui, les résultats sont là, puisque les ventes de brandies Super Premium ont augmenté de 36 % durant l'année 2005/2006.

Becherovka, la célèbre marque d'amer tchèque a été inventée en 1807 par la famille Becher dans la ville thermale de Karlovy Vary. Pernod Ricard rachète cette icône nationale en 1997. Fin 2003, le relancement de la marque est orchestré. Il inclut notamment un nouveau logo et une nouvelle campagne de communication afin de moderniser l'image de la marque et de profiter de la nouvelle "culture cocktails". Le repositionnement est un succès.

En trois ans, Becherovka enregistre une croissance spectaculaire de sa part de marché en magasin en République tchèque. La marque progresse aussi en Slovaquie, où les ventes atteignent le million de litres et croît également en Allemagne, en Hongrie, en Ukraine et en Pologne. Becherovka, partie intégrante de l'héritage tchèque et fierté nationale, célébrera ses 200 ans en 2007.



Campagnes publicitaires internationales (hors France)
Amaro Ramazzotti,
ArArAt et Becherovka.



France

En 2005/2006, le marché français a continué de pâtir d'un environnement difficile, marqué par la poursuite du ralentissement de la consommation. Dans ce contexte, les marques stratégiques du Groupe ont néanmoins connu des résultats prometteurs. Malgré une évolution de l'activité en recul d'environ 1 % sur l'année, la fin de l'exercice a été marquée par un redressement, avec une croissance interne de 0,5 %.

DYNAMISME DES WHISKIES ET ALCOOLS BLANCS

Jameson, Chivas Regal et Clan Campbell progressent respectivement de 6 %, 10 % et 3 %. Clan Campbell, leader dans sa catégorie et notamment sur le marché des discothèques, a lancé en février 2006 une nouvelle bouteille "Nuit". Coleader sur le marché des malts avec une croissance de 10 %, Aberlour, soutenu par une campagne d'affichage d'envergure, poursuit sa stratégie de "Premiumisation". Chivas Regal confirme sa position de leader absolu sur le marché des "scotch blend 12 ans et plus". Le segment des alcools blancs est également très dynamique. Seagram's Vodka, lancée en France en juin 2005, a réalisé une performance remarquable sur le seul réseau CHR (400 000 litres en un an). La France est également le plus gros marché pour la vodka Zubrowka (+ 4 %) pour Pernod Ricard. Wyborowa n'est pas en reste, avec une croissance de 19 %. La marque de rhum Havana Club en progression de 10 % dépasse quant à elle le million de bouteilles.

RICARD ET PASTIS 51 MAINTIENNENT LEUR LEADERSHIP SUR LE MARCHÉ DES ANISÉS

Si la morosité du marché des anisés est persistante, il faut néanmoins noter l'arrêt de la baisse des ventes d'anisés au deuxième semestre de l'exercice. Ricard et Pernod multiplient en effet les actions visant à renforcer le leadership du Groupe sur ce marché. Ainsi, Ricard a lancé une nouvelle campagne publicitaire d'envergure "Un Ricard, Un vrai", un ambitieux programme de marketing relationnel "Place Ricard" et redonné vie au Ricard SA Music Live. De son côté, Pastis 51 se montre très créatif dans le linéaire anisé en poursuivant la saga des bouteilles événementielles de fin d'année et celle des étuis isothermes pour l'été.

INTÉGRATION RÉUSSIE DES MARQUES ALLIED DOMECQ

Les marques Allied Domecq ont été intégrées au portefeuille du Groupe en France. Ballantine's obtient des résultats au-delà des objectifs fixés, en raison d'une forte percée en CHR (+ 24 %). De son côté, Malibu, n° 1 des liqueurs en France, a progressé de 9 %. Mumm affiche des résultats en phase avec les objectifs : + 4 %. Les ventes de Perrier-Jouët, à travers ses deux références "Grand Brut" et "Belle Époque", restent stables.

PIERRE COPPERE

Président-Directeur Général de Pernod SA

La société a réalisé ses ambitions budgétaires, avec de nombreuses satisfactions : reprise réussie de Ballantine's et Mumm ; poursuite du développement d'Aberlour, Havana Club, Zubrowka ; lancement de Seagram's Vodka et arrêt de la baisse des ventes de Soho. Ces bons résultats, dus à l'engagement sans faille des collaborateurs, sont un gage de confiance en l'avenir. //

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1979, Pierre Coppere a été Directeur Commercial de la SEGM en Allemagne, Chef de groupe marketing à la SEGM à Paris, Directeur Commercial de Renault Bisquit, Directeur général de Pernod Ricard South East Asia et de Périthai (Thaïlande), Directeur Général de Pernod Ricard Austria et Preco (Pologne/République Tchèque/Hongrie), puis Président-Directeur général de Pernod Ricard Nederland de 1998 à 2001.

INNOVATIONS SUR LE MARCHÉ DES LIQUEURS

Sur l'exercice, le dynamisme du segment liqueurs a été encouragé par une stratégie d'innovation audacieuse. Soho renoue avec le succès notamment grâce au lancement de Soho Starfruit, en novembre 2005. Autre innovation : Gloss. Élu saveur de l'année 2006 dans la catégorie "Innovation Boisson", Gloss a le meilleur score de toutes les nouveautés du marché des liqueurs modernes. (LSA juin 2006).



Magazine Place Ricard.



Étui isotherme Pastis 51.

BILAN & PERSPECTIVES

PHILIPPE SAVINEL

Président-Directeur Général de Ricard SA

Malgré un environnement toujours défavorable, la société Ricard a renforcé son leadership en France avec une part de marché valeur à présent proche de 20 %. Les ventes de Ricard ont cessé de baisser et se sont même nettement redressées en fin d'exercice. Tous les autres spiritueux ont connu des évolutions positives. //

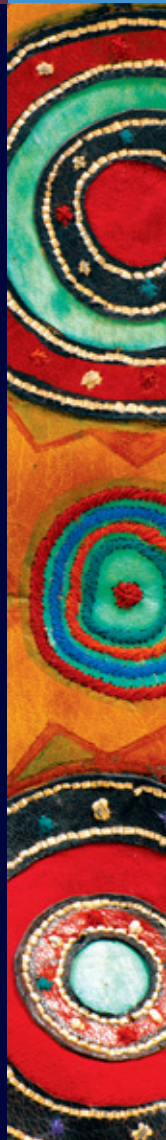
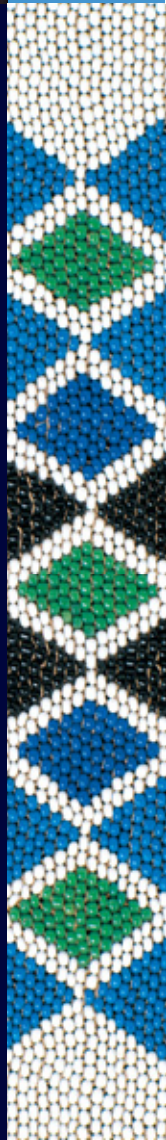
PARCOURS p. 22

P. Coppere



P. Savinel







RESPONSABILITÉ

SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Le concept de Développement Durable est devenu, au fil des années, une réalité incontournable du management des entreprises. Aujourd'hui, celles-ci doivent impérativement gérer dans la durée leur développement économique, en intégrant les enjeux sociaux et environnementaux. Certes, elles doivent créer de la valeur à court terme, mais sans altérer la capacité des générations futures à faire de même.

Pernod Ricard, entreprise réputée non polluante, a mis en œuvre une politique sociale favorisant des relations de qualité, tant avec les collaborateurs du Groupe qu'avec les communautés locales où elle est implantée. Son activité est respectueuse de l'environnement dont il a, depuis son origine, une conscience aiguë. Enfin, du fait de sa position de leader des Vins & Spiritueux, Pernod Ricard porte une attention toute particulière à la promotion d'une consommation responsable de ses produits.

Ces principes, qui constituent les fondations du Développement Durable, Pernod Ricard les a formalisés dans une Charte, publiée en 2006.

Le respect de ces engagements est garant de la réussite du Groupe sur le long terme.



→ **Enjeux**

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Clients & Fournisseurs

Environnement

Notre



Pernod Ricard

ACTIONNAIRES

COLLABORATEURS

NOS ENGAGEMENTS →

OFFRIR

un investissement attractif

DÉVELOPPER

une relation de loyauté

LES ENJEUX →

- Assurer la transparence et l'éthique dans la prise des décisions.
- Favoriser la création de valeur pour l'actionnaire.
- Informer ses actionnaires de manière directe et transparente.

- Développer le parcours personnel et professionnel des collaborateurs.
- Rémunérer la performance et motiver
- Encourager l'esprit entrepreneurial.
- Promouvoir la diversité.
- Favoriser le dialogue social.

NOS RÉPONSES →



- Nombreux outils d'information au service des actionnaires : magazine *Entreprendre*, Guide de l'actionnaire, partie dédiée sur le site Internet, n° vert et adresse mail...
- Création en 2006 du Club Premium, Club des actionnaires de Pernod Ricard.
- Des choix stratégiques qui se révèlent profitable : l'intégration d'Allied Domecq a été un succès. De mars 2005 (avant rumeur de rachat) à juin 2006, l'action Pernod Ricard a progressé de 43,9 %.
- Le cours de l'action Pernod Ricard a été multiplié par plus de 39 entre 1975 et le 30 juin 2006.
- Pernod Ricard récompense la fidélité de ses actionnaires en leur redistribuant environ un tiers de ses résultats.
- Sur les cinq derniers exercices la rémunération des actionnaires du Groupe a progressé en moyenne de 14,5 %.

- 2,26 % de la masse salariale ont été consacrés à la formation dans les douze derniers mois.
- Un recrutement de cadre sur cinq est réalisé en interne. Environ la moitié des cadres ayant rejoint le groupe cette année proviennent d'Allied Domecq.
- La compétitivité des rémunérations est contrôlée grâce à des enquêtes de salaire régulières.
- Une majorité de salariés bénéficie d'entretiens annuels d'évaluation.
- 29 % des salariés ont un système d'intéressement et/ou de participation rétribuant la performance collective.
- Le principe d'organisation du Groupe est la décentralisation. Elle permet à tous les niveaux dans chaque filiale de se sentir responsable des décisions prises.
- 77 % des salariés du Groupe bénéficient d'une instance de représentation.

engagement

pour un Développement Durable



CONSOMMATEURS

ENVIRONNEMENT

CLIENTS & FOURNISSEURS

PROMOUVOIR

une consommation responsable et proposer des produits de qualité

ÉCONOMISER

les ressources naturelles

FAIRE PARTAGER

notre éthique

- Répondre aux évolutions des goûts et des modes de consommation.
- Justifier le statut "Premium" de nos marques par une qualité produit irréprochable.
- Promouvoir une démarche de prévention des consommations d'alcool à risque, notamment auprès des jeunes adultes, des conducteurs et des femmes enceintes.

- Limiter l'impact de l'activité sur l'environnement (favoriser les économies d'énergie, le recyclage et la protection de la ressource en eau).
- Étendre le processus de certification à l'ensemble des filiales.
- Favoriser la diffusion des meilleures pratiques.

- S'assurer du respect des règles éthiques liées au droit du travail.
- Garantir le respect des règles éthiques de la fonction Achats du Groupe.
- Faire partager à nos fournisseurs notre engagement en faveur de l'environnement.

- Réorganisation de la fonction Recherche et Développement en réseau, favorisant les synergies entre les différents centres de recherche.
- Contrôles à tous les stades de fabrication, de stockage et jusque sur les linéaires. Cette année 185 magasins contrôlés dans 6 pays.
- Politique de certification ISO 9001 des sites industriels. 79 sites sur 101 sont certifiés.
- Contrôle de la constance organoleptique des marques par des panels d'experts.
- Implication dans la recherche sur les effets de la consommation excessive.
- Renforcement des procédures de contrôle interne concernant l'éthique publicitaire : 50 campagnes contrôlées cette année.

- Mise en place de systèmes de management environnemental.
- Politique de certification ISO 9001. 79 sites sur 101 certifiés.
- Suivi des 25 indicateurs Groupe.
- Diffusion de guides de bonnes pratiques sur la prévention des risques (analyse de risques ; contamination).
- Audits croisés favorisant les échanges d'expérience dans 22 sites cette année.
- Optimisation des rendements énergétiques et projet de préparation d'outils d'aide à l'éco-conception des packagings.

- Des chartes déontologiques ont été développées pour la fonction Achats et les "acheteurs pilotes" : elles précisent les attitudes et actions des acheteurs vis-à-vis des fournisseurs.
- Pernod Ricard réalise une analyse annuelle de la performance des fournisseurs au niveau Groupe, en y incluant des critères liés au respect de l'environnement et des règles éthiques.
- Intégration au séminaire de formation Achats d'un module Développement Durable afin de sensibiliser les acheteurs aux pratiques positives.
- Incorporation progressive dans les conditions générales d'achat de toutes ses filiales d'une clause de "responsabilité sociale et environnementale".

Enjeux

→ **Actionnaires**

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Transparence, dialogue et création de valeur

LES PRINCIPES DU GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Pernod Ricard est attentif à la mise en œuvre des principes du gouvernement d'entreprise. C'est pourquoi, le Groupe attache une importance particulière à la qualité et aux compétences des personnes siégeant dans ses structures d'administration et de direction. Il veille à ce que les décisions prises le soient dans l'intérêt des actionnaires, tout en assurant la pérennité du Groupe : création de valeur, transparence et éthique sont les conditions requises de toutes les décisions des organes de direction et de contrôle de Pernod Ricard.

3 QUESTIONS À DIDIER PINEAU-VALENCIENNE

Membre du Conseil
d'Administration et Président du
Comité d'Audit de Pernod Ricard

Comment êtes-vous devenu membre du Conseil d'Administration de Pernod Ricard ?

Je suis devenu Administrateur à la demande de M. Patrick Ricard. J'ai été très honoré d'accepter car j'admire Pernod Ricard, notamment ses choix stratégiques et son développement extraordinaire, tourné vers l'international. C'est une perspective fascinante d'être ainsi acteur d'un Groupe ouvert sur le monde.

Comment voyez-vous votre rôle d'une part au sein du Conseil d'Administration et d'autre part au sein du Comité d'Audit ?

Ce sont deux rôles distincts, même si mes missions au sein du Comité d'Audit corroborent mon rôle d'Administrateur. J'étais déjà membre du Comité d'Audit quand il m'a été demandé d'en prendre la Présidence, ce que j'ai naturellement accepté. Mon rôle consiste à m'assurer que nos obligations vis-à-vis des autorités de marchés soient respectées ; contrôler la qualité, l'homogénéité et la remontée rapide de l'information ; vérifier le respect des

grands équilibres financiers et comptables et évaluer les risques ; veiller à la mise en place et au suivi des programmes de progrès et d'amélioration. Au sein du Conseil d'Administration, éthique et transparence sont tout aussi importantes. En tant qu'Administrateur, je participe – entre autres missions – à la définition et à la bonne mise en œuvre des orientations stratégiques, au suivi du budget, au respect des grands équilibres garants de la capacité du Groupe à financer ses acquisitions ou encore au choix des dirigeants.

Quels sont pour vous les grands enjeux de la gouvernance d'entreprise ?

Il me semble qu'un des enjeux essentiels est la transparence, car elle est la garantie sine qua non de la confiance et donc du progrès. Je dois dire que sur ce point, Pernod Ricard est exemplaire : c'est incontestablement un Groupe qui fait preuve d'une grande rigueur quant au respect des procédures. Rien n'est laissé au hasard.

PARCOURS

Didier Pineau-Valencienne a successivement été Directeur de la Banque Parisienne pour l'Industrie ; Président de la Société Carbonisation et Charbons Actifs (Ceca SA) ; Directeur du contrôle de gestion et de la stratégie et planification de Rhône-Poulenc SA, Directeur Général de la division polymères et de la division pétrochimie et membre du Comité Exécutif de Rhône Poulenc. De 1981 à 1999, il est Président-Directeur Général de Schneider.





5,3 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

→ **Actionnaires**

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Conseil d'Administration

MISSION ET COMPOSITION

Le Conseil d'Administration détermine les orientations stratégiques du Groupe et veille à leur mise en œuvre, sous réserve des pouvoirs qui sont attribués à l'Assemblée Générale des actionnaires, par les statuts ou par la loi. Il est l'organe social qui définit et contrôle la gestion de la Société. Il concourt à ce titre, avec la Direction Générale, au bon fonctionnement de la société, en s'appuyant sur les avis et les recommandations des comités spécialisés.

Il est composé de 13 Administrateurs : 8 Administrateurs élus pour 6 ans et 5 Administrateurs ayant un mandat de 4 années. Ce raccourcissement de 6 à 4 ans de la durée du mandat a été décidé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 17 mai 2004. Parmi les Administrateurs, cinq ont le statut d'Administrateur indépendant. Ils répondent à cette qualification dont les critères sont mis en évidence par le Rapport Consolidé sur le Gouvernement d'Entreprise : "Un administrateur est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation de quelque nature que ce soit avec la société, son Groupe ou sa direction, qui puisse compromettre l'exercice de sa liberté de jugement".



ADMINISTRATEURS

- A** PATRICK RICARD
Président-Directeur Général
- B** PIERRE PRINGUET
Directeur Général Délégué
- C** BÉATRICE BAUDINET
Représentant permanent
de la Société Paul Ricard

- D** RICHARD BURROWS
- E** FRANÇOIS GÉRARD
- F** RAFAËL
GONZALEZ-GALLARZA
- G** FRANÇOISE HÉMARD
- H** DANIELLE RICARD

ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS

- I** JEAN-DOMINIQUE
COMOLLI
- J** LORD DOURO
- K** DIDIER
PINEAU-VALENCIENNE
- L** GÉRARD THÉRY
- M** WILLIAM H. WEBB

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2005/2006

M. Richard Burrows a quitté ses fonctions de Directeur Général Délégué le 31 décembre 2005 en conservant toutefois son mandat d'Administrateur au sein de la Société. Le mandat d'Administrateur de M. Jean-Claude Beton, arrivé à échéance lors de l'Assemblée Générale Annuelle du 10 novembre 2005, n'a pas fait l'objet de renouvellement, M. Jean-Claude Beton ayant décidé de ne pas solliciter un nouveau mandat.

À chaque réunion, le Conseil d'Administration procède à l'examen détaillé de la marche des affaires : évolution des ventes, résultats financiers, état de la dette et situation de trésorerie.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006, le Conseil d'Administration s'est réuni à 9 reprises avec un taux de présence de 96 %. Il a arrêté les comptes annuels et semestriels, assuré la préparation de l'Assemblée Générale Mixte et assumé les actes de gestion courante.

Plus particulièrement et dans le prolongement de l'acquisition de la société Allied Domecq, le Conseil a examiné et débattu périodiquement des conditions de l'intégration de ces nouvelles activités, a décidé de la cession d'un certain nombre d'actifs et en particulier des QSR (Quick Service Restaurants) et a arrêté les modalités de la cessation du partenariat avec Fortune Brands pour l'acquisition d'Allied Domecq.

Le Conseil d'Administration a constitué quatre instances spécialisées :

Quatre comités instruisent les sujets qui sont du domaine qui leur a été confié et soumettent au Conseil leurs opinions et leurs recommandations : le Comité Stratégique, le Comité d'Audit, le Comité des Rémunérations et le Comité des Nominations.

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS

Président

JEAN-DOMINIQUE COMOLLI

Administrateur indépendant

Membres

LORD DOURO

Administrateur indépendant

DANIÈLE RICARD ⁽¹⁾

WILLIAM H. WEBB ⁽²⁾

Administrateur indépendant

(1) Jusqu'au 21 septembre 2005.

(2) M. William H. Webb a été nommé membre du Comité des Rémunérations à compter du 21 septembre 2005 en remplacement de Mme Danièle Ricard.

COMITÉ DES NOMINATIONS

Le Comité des Nominations a été créé à compter du 21 septembre 2005.

Président

JEAN-DOMINIQUE COMOLLI

Administrateur indépendant

Membres

LORD DOURO

Administrateur indépendant

DANIÈLE RICARD

En outre, le Président du Conseil d'Administration, Patrick Ricard est associé aux réflexions ayant trait aux nominations.

COMITÉ STRATÉGIQUE

Président

PATRICK RICARD

Membres

FRANÇOIS GÉRARD

RAFAËL GONZALEZ-GALLARZA

DANIÈLE RICARD

Le Comité Stratégique s'est réuni à 6 reprises au cours de l'exercice 2005/2006. Sa mission consiste essentiellement à préparer les orientations stratégiques soumises à l'approbation du Conseil d'Administration.

COMITÉ D'AUDIT

Le Comité d'Audit a été créé le 29 janvier 2002.

Président

DIDIER PINEAU-VALENCIENNE

Administrateur indépendant

Membres

FRANÇOIS GÉRARD

GÉRARD THÉRY

Administrateur indépendant

En complément de la charte de fonctionnement adoptée en juin 2002, le Comité d'Audit a arrêté son règlement intérieur lors de la réunion du Conseil d'Administration du 18 mars 2003. Il s'est réuni à 6 reprises au cours de l'exercice 2005/2006, avec un taux de présence de 100 %.

Enjeux

→ Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Structures de direction

LE COMITÉ EXÉCUTIF GROUPE EN 2005/2006



La Direction Générale réunit le Comité Exécutif Groupe avec pour objectif :

- d'échanger des informations sur le fonctionnement général du Groupe et de chacune de ses filiales ;
- de participer à l'élaboration de la stratégie et des plans d'action ;
- de coordonner la gestion des ressources humaines, financières, de la qualité, de la recherche, etc.

La Direction Générale réunit le Comité Exécutif Groupe toutes les 6 semaines et à l'occasion d'un séminaire annuel pour travailler sur le plan à moyen terme, la stratégie et les principaux postes à pourvoir ainsi que la gestion des potentiels.

Le Comité Exécutif Groupe s'est réuni à 7 reprises au cours de l'exercice 2005/2006.

RÉGIONS

PERNOD RICARD AMERICAS

J MICHEL BORD
PDG de Pernod Ricard Americas

K ALAIN BARBET
Directeur Général de Pernod Ricard USA

L FRANCESCO TADDONIO ⁽²⁾
PDG de la Région Central & South America,
(intégrée à Pernod Ricard Americas)

PERNOD RICARD ASIA

M PHILIPPE DREANO
PDG de Pernod Ricard Asia

N PARAM UBEROI
PDG de Pernod Ricard South Asia
(intégrée à Pernod Ricard Asia)

PERNOD RICARD EUROPE

O THIERRY BILLOT
PDG de Pernod Ricard Europe

P BRUNO RAIN ⁽¹⁾
PDG de Pernod Ricard España

Q PAUL DUFFY
Directeur Général d'Irish Distillers Ltd

PERNOD RICARD PACIFIC

R LAURENT LACASSAGNE
PDG de Pernod Ricard Pacific

MEMBRES HOLDING

A PATRICK RICARD
Président-Directeur Général

B PIERRE PRINGUET
Directeur Général Délégué

C EMMANUEL BABEAU
Directeur Général Adjoint
en charge des Finances

D YVES FLAISSIER ⁽¹⁾
Directeur des Ressources Humaines

E JEAN-PAUL RICHARD
Directeur Marketing

PROPRIÉTAIRES DE MARQUES

F LIONEL BRETON
PDG de Martell Mumm Perrier-Jouët

G PIERRE COPPERE
PDG de Pernod SA

H CHRISTIAN PORTA
PDG de Chivas Brothers

I PHILIPPE SAVINEL
PDG de Ricard SA

(1) Depuis le 1^{er} septembre 2006, M. Bruno Rain occupe les fonctions de Directeur Général Adjoint en charge des Ressources Humaines du Groupe, en remplacement de M. Yves Flaissier qui a décidé de faire valoir ses droits à la retraite. M. Bruno Rain est remplacé par M. Philippe Coutin à la tête de Pernod Ricard Iberia (regroupant désormais Espagne et Portugal).

(2) Membre du CEG jusqu'au 1^{er} septembre 2006. À compter de cette date, il est nommé Directeur Vins du Groupe Pernod Ricard et fait partie des principaux Directeurs Holding.

La Direction du Groupe est assurée par le Président-Directeur Général et le Directeur Général Délégué. La Direction Générale anime les réunions du Comité Exécutif Groupe ainsi que les réunions des Directeurs de la Holding. Quatre fois par an, des réunions ont lieu avec les filiales directes. Le budget, le plan à trois ans, ainsi que la revue des activités et la stratégie y sont traités.

DIRECTEURS HOLDING

La Direction Générale réunit les principaux Directeurs de la Holding avec pour objectif :

- d'échanger des informations sur le fonctionnement général du Groupe, sur les actions engagées ou à engager par chacune des directions fonctionnelles ;
- de préparer et de coordonner les actions qui doivent être mises en œuvre par la Holding ;
- de préparer certaines décisions relevant de la Direction Générale du Groupe.



MEMBRES

En sus de M. Patrick Ricard et M. Pierre Pringuet, la réunion des Directeurs Holding compte parmi ses membres :

A EMMANUEL BABEAU

Directeur Général Adjoint
en charge des Finances

B GILLES BOGAERT

Directeur de l'Audit et du Développement

C JEAN CHAVINIER

Directeur des Systèmes d'Information

D IAN FITZSIMONS

Directeur Juridique

E YVES FLAISSIER ⁽³⁾

Directeur des Ressources Humaines

F ARMAND HENNON

Directeur des Affaires Publiques – France

G JEAN-PAUL RICHARD

Directeur Marketing

H JEAN RODESCH

Directeur des Affaires Institutionnelles

I JEAN-PIERRE SAVINA

Directeur Industriel

J FRANCISCO DE LA VEGA

Directeur de la Communication

➔ DENIS FIÉVET

Directeur, Communication Financière
et Relations Investisseurs
depuis le 1^{er} septembre 2006

➔ BRUNO RAIN

Directeur Général Adjoint
en charge des Ressources Humaines
depuis le 1^{er} septembre 2006

➔ FRANCESCO TADDONIO

Directeur Vins
depuis le 1^{er} septembre 2006

(3) Depuis le 1^{er} septembre 2006, M. Bruno Rain occupe les fonctions de Directeur Général Adjoint en charge, des Ressources Humaines du Groupe, en remplacement de M. Yves Flaissier qui a décidé de faire valoir ses droits à la retraite.

Enjeux

→ Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Création de valeur

14,5
milliards d'euros

Capitalisation boursière au 30 juin 2006

Pernod Ricard met au centre de ses préoccupations la création de valeur pour l'actionnaire. Que ce soit dans la progression du cours de l'action ou du dividende, les chiffres viennent confirmer cet engagement. Le cours du titre Pernod Ricard a ainsi été multiplié par plus de 39 entre 1975 et 2006 (Cours moyen ajusté de l'action Pernod Ricard en 1975 : 3,94 euros – Cours de clôture de l'action au 30 juin 2006 : 155 euros). Durant cette même période, le taux de croissance annuel moyen du dividende net s'est élevé à près de 12 % pour une inflation moyenne de 4,3 %, la différence illustrant la progression du pouvoir d'achat de l'actionnaire Pernod Ricard.

LU DANS LA PRESSE

"Une dose d'accélération de la croissance, un volume de désendettement, un trait de prévision en hausse : le cocktail servi par Pernod Ricard à l'occasion de la publication de son chiffre d'affaires annuel clos à fin juin, a fait le régal du marché."

La Tribune - 28 juillet 2006



3 QUESTIONS À FRANÇOIS DIGARD Analyste chez Ixis Securities

Quelles sont, selon vous, les principales caractéristiques de la stratégie du Groupe ?

La première caractéristique de la stratégie, dans les Vins & Spiritueux, est peut-être la constance. Depuis le début de son internationalisation, Pernod Ricard a cherché à maîtriser sa distribution, en rachetant au cours des 30 dernières années des marques locales et leurs réseaux. L'acquisition de 40 % des actifs de Seagram en 2001, qui a augmenté les volumes de 50 %, a donné une véritable dimension mondiale à cette patiente construction en donnant au Groupe la taille critique en Amérique et en Asie, et en le dotant de marques globales.

Justement, quelle est votre perception de l'acquisition d'Allied Domecq ?

L'existence de ce réseau a été déterminante pour l'acquisition d'Allied Domecq. En effet, les volumes acquis (50 % de plus à nouveau !) peuvent être vendus par les équipes de Pernod Ricard pour un coût supplémentaire marginal. Les synergies ainsi dégagées (270 millions d'euros annoncés) ont permis de faire une offre imbattable sur le groupe britannique tout en créant de la valeur pour les actionnaires. Fait rare, le marché a d'ailleurs salué l'opération dès son annonce

(progression du cours de 12 % dans le mois suivant l'annonce de l'offre) jugeant l'acquisition totalement cohérente avec la stratégie et fortement relative ; à juin 2006, la progression du cours a atteint 37 %.

Quels sont désormais les prochains défis et les perspectives de développement pour Pernod Ricard ?

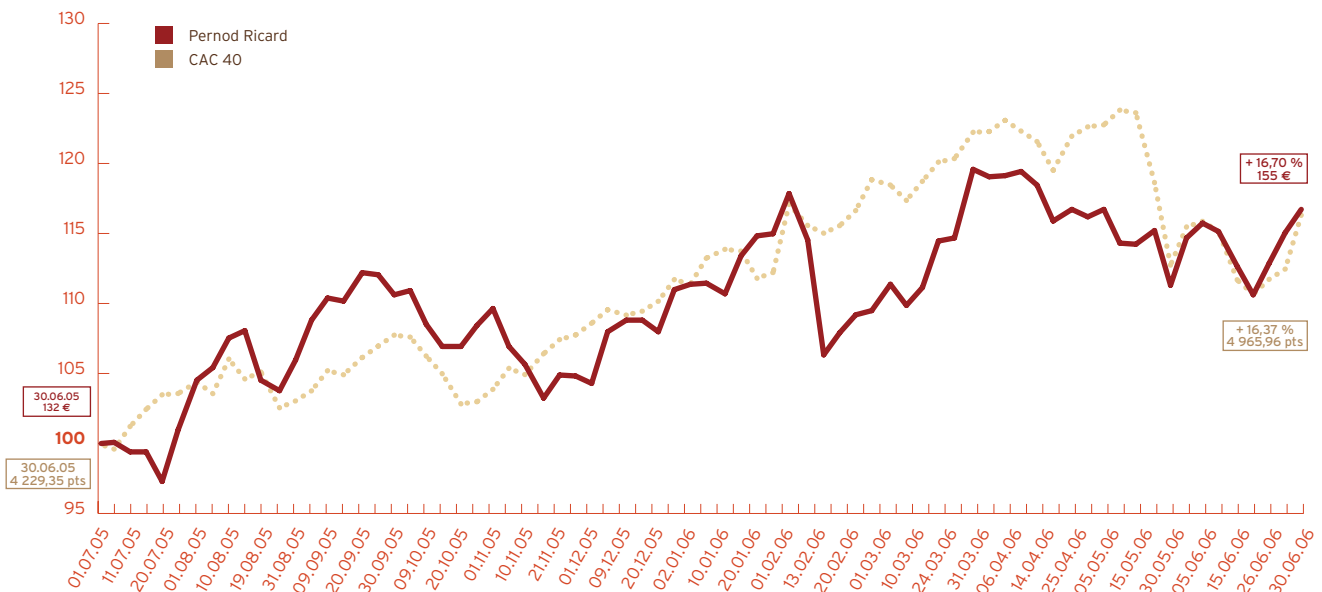
Au-delà de l'impact financier favorable, l'acquisition d'Allied Domecq est une étape majeure pour le Groupe qui dispose maintenant de marques dans toutes les catégories.

Une fois passée la période de l'intégration "physique" qui peut expliquer des performances commerciales erratiques au deuxième semestre 2005/2006 (3^e trimestre faible mais bon 4^e trimestre), Pernod Ricard doit désormais relever le défi de la croissance en utilisant toutes les ressources de son réseau. La dette ayant été réduite de manière accélérée, des acquisitions ponctuelles pourront encore compléter le portefeuille du Groupe mais, c'est avant tout sur sa capacité à gérer simultanément la croissance de toutes ses marques que l'avenir boursier du titre devrait se jouer.

L'ANNÉE BOURSIÈRE

En 2005/2006 le cours de l'action Pernod Ricard a poursuivi sa progression, en hausse de 16,7 %, clôturant à 155 euros dans le sillage de l'évolution du CAC 40. Marquée par l'intégration d'Allied Domecq, l'année reflète à la fois les doutes et les espérances d'un marché dans l'attente des synergies et du potentiel de croissance escomptés.

PERNOD RICARD : UNE PROGRESSION, EN LIGNE AVEC LE CAC 40



Après une remarquable performance en 2004/2005 qui a vu le cours de l'action surpasser très nettement le CAC 40, le titre Pernod Ricard a poursuivi sa progression au cours de l'exercice 2005/2006, affichant une hausse de 16,7 % en ligne avec l'indice phare du marché de Paris.

La poursuite de la croissance des marques historiques de Pernod Ricard, mais surtout le succès de l'intégration Allied Domecq qui a été réalisée dans des conditions conformes aux attentes du marché et sur un calendrier plus rapide qu'annoncé, expliquent la bonne performance.

Cette évolution reflète la confiance des actionnaires dans la qualité des choix stratégiques de Pernod Ricard et dans la capacité du Groupe à tenir les engagements pris.



Patrick Ricard à la rencontre des actionnaires du Groupe à l'issue de l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005.



Pernod Ricard
compte
96 000
actionnaires

(Enquête TPI 27 juillet 2006)

Enjeux

→ Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs



Assemblée Générale des Actionnaires,
10 novembre 2005.

1,34 %

du capital est détenu
par les salariés

hors Administration
et Direction de Pernod Ricard

FICHE SIGNALÉTIQUE DE L'ACTION PERNOD RICARD

CODES

ISIN : FR0000120693

BLOOMBERG : RI FP

REUTERS : PERP.PA

DATASTREAM : F : RCD

TABLEAU DE BORD DE L'ACTION PERNOD RICARD

Pernod Ricard, issu du rapprochement des sociétés Pernod et Ricard est coté à la Bourse de Paris sur le Premier marché d'Euronext Paris SA, au règlement différé.

Pernod Ricard fait partie du CAC 40, dont il représente 1,63 % et se place au 23^e rang en termes de capitalisation boursière (situation au 30 juin 2006). Le titre Pernod Ricard est éligible au Plan d'Épargne en Actions (PEA) ainsi qu'au Service de Règlement Différé (SRD). Depuis le 1^{er} juillet 2005, l'exercice fiscal de Pernod Ricard débute le 1^{er} juillet pour se terminer le 30 juin.

L'EFFET ALLIED DOMEQ SE CONFIRME DANS LA DURÉE

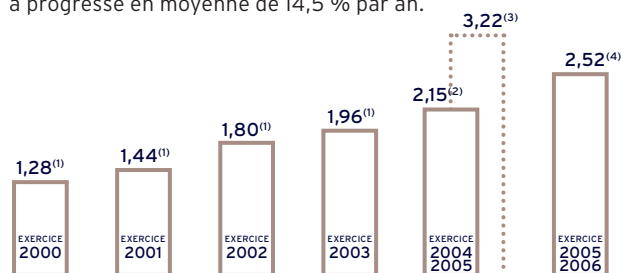
De mars 2005 (avant rumeur de rachat) à juin 2006, l'action Pernod Ricard a progressé de 43,9 %.

> Progression de l'action Pernod Ricard de mars 2005 à juin 2006 (cours fin de mois)

Période	3/05	4/05	5/05	6/05	7/05	8/05	9/05	10/05	11/05	12/05	1/06	2/06	3/06	4/06	5/06	6/06
Cours de l'action en € (cours fin de mois)	107,7	117,5	125,5	132	138,1	140,7	146,9	145,9	138,9	147,4	153	144,8	158,1	153,7	152,3	155

ÉVOLUTION DU DIVIDENDE NET SUR LES CINQ DERNIERS EXERCICES

Sur les cinq derniers exercices, la rémunération des actionnaires du Groupe a progressé en moyenne de 14,5 % par an.



L'exercice 2004/2005 d'une durée exceptionnelle de 18 mois avait été caractérisé par le paiement de deux acomptes et d'un solde. Au terme de l'exercice clos le 30 juin 2006 et ayant commencé le 1^{er} juillet 2005, un acompte de 1,12 euro par action a été payé le 5 juillet 2006. Le versement du solde soit 1,40 euro par action sera mis en paiement le 15 novembre 2006, sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale du 7 novembre 2006.

(1) Données retraitées tenant compte de l'augmentation de capital à effet du 13 décembre 2003 à raison d'une action gratuite nouvelle pour quatre actions anciennes. Les actions nouvelles ont porté jouissance sur l'exercice 2002.

(2) Pro forma 12 mois 2004/2005.

(3) Exercice 18 mois 2004/2005.

(4) Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale du 7 novembre 2006.

Cours du titre sur 18 mois

	Volumes (en milliers)	Capitaux (en M€)	Cours moyen (en €)	Plus haut (en €)	Plus bas (en €)	Cours fin de mois (en €)
Jan. 05	7 330	809	110,36	114,80	106,20	108,60
Fév. 05	7 475	809	108,27	111,60	104,00	108,00
Mars 05	6 677	732	109,63	112,90	107,60	107,70
Avr. 05	19 358	2 269	117,20	125,90	103,50	117,50
Mai 05	5 932	719	121,29	126,40	117,10	125,50
Juin 05	11 980	1 582	132,09	140,00	124,70	132,00
Juil. 05	16 702	2 227	133,35	139,70	128,80	138,10
Août 05	9 609	1 342	139,66	144,50	135,30	140,70
Sept. 05	11 154	1 633	146,40	150,90	140,10	146,90
Oct. 05	6 245	898	143,80	147,70	140,30	145,90
Nov. 05	12 546	1 760	140,30	146,40	136,10	138,90
Déc. 05	7 185	1 038	144,42	147,90	137,50	147,40
Jan. 06	7 699	1 160	150,71	156,50	146,80	153,00
Fév. 06	11 090	1 636	147,54	157,80	140,30	144,80
Mars 06	10 730	1 625	151,40	160,90	142,30	158,10
Avr. 06	5 509	857	155,62	159,40	151,00	153,70
Mai 06	8 389	1 278	152,30	155,90	147,20	152,30
Juin 06	8 997	1 357	150,85	157,10	144,90	155,00



2,4 millions de caisses

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

Enjeux

→ Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Favoriser

le dialogue avec les actionnaires

Pernod Ricard s'emploie à informer ses actionnaires de manière directe et transparente. Pour cela, il met à leur disposition des documents très variés ainsi que des informations sans cesse actualisées sur son site Internet. Il suscite par ailleurs tout au cours de l'année des occasions de rencontres et de dialogue... Des occasions qui se sont multipliées en 2005/2006, avec la création du Club Premium, le nouveau Club des actionnaires Pernod Ricard.

10 000
actionnaires
membres du
Club Premium
au 30 juin 2006

3 QUESTIONS À FRANCISCO DE LA VEGA

Directeur de la Communication
de Pernod Ricard

Pourquoi avoir créé un Club d'actionnaires ?

Pernod Ricard entretient avec ses actionnaires une relation privilégiée, fondée sur une confiance réciproque. Leur fidélité est une force pour notre Groupe qui sait pouvoir compter sur leur soutien dans toutes les phases de son développement. Pour renforcer ce lien, le Groupe a décidé, début 2006, de créer le Club Premium, ouvert aux actionnaires détenant plus de 10 actions. Être membre permet de bénéficier d'offres et de services exclusifs. Nous avons souhaité que ce Club soit une illustration supplémentaire de la relation de qualité qui unit les actionnaires au Groupe. C'est pourquoi, nous avons choisi la dénomination "Premium", symbole de qualité, de prestige, qui nous sert d'ailleurs aussi à qualifier nos marques phares.

Pourquoi en limiter l'accès aux actionnaires détenant plus de 10 actions ?

Pernod Ricard réserve d'ores et déjà à l'ensemble de ses actionnaires un certain nombre d'avantages : offre préférentielle de produits en fin d'année ; abonnement à *Entreprendre*, notre magazine semestriel.

Afin de distinguer les offres réservées aux membres du Club, il nous a paru nécessaire d'introduire un seuil d'accès. Toutefois, nous avons conduit au préalable une étude sur notre actionnariat, afin que ce seuil n'apparaisse pas comme élitiste, ce qui aurait été contraire à la culture du Groupe. Il s'est avéré que plus de 85 % des actionnaires détenaient plus de 10 actions : une très grande majorité donc.

Comment pouvez-vous qualifier les débuts du Club Premium ?

Très bons, puisque huit mois à peine se sont écoulés depuis le lancement et nous comptons déjà plus de 10 000 membres. Cet enthousiasme témoigne de l'attachement des actionnaires au Groupe. Nous veillons désormais à leur proposer des événements susceptibles de les intéresser encore davantage à la vie du Groupe. Nombre d'entre eux ont ainsi pu découvrir, en hôtes privilégiés, le tout nouveau Musée du Quai Branly, ou fêter les 40 ans de l'Institut océanographique Paul Ricard sur l'île des Embiez.

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1987, il a été successivement Responsable Marketing de la branche Alcool, Directeur Marketing Groupe, Président-Directeur Général de Pernod Ricard Canada, puis de Pernod Ricard Argentina jusqu'en 2003.



ÊTRE INFORMÉ EN TEMPS ET EN HEURE DIFFÉRENTS OUTILS DE COMMUNICATION À LA DISPOSITION DE L'ACTIONNAIRE

> **Entreprendre : un magazine dédié aux actionnaires**

Depuis 1983, Pernod Ricard publie un magazine d'information dédié à ses actionnaires, destiné à faire découvrir l'actualité du Groupe. Publié deux fois par an en français, en anglais et en espagnol, *Entreprendre* propose à ses lecteurs un contenu documenté et pédagogique dans le but de partager avec eux la culture, les métiers et la stratégie du Groupe, et de ses marques. Les actionnaires le reçoivent directement et tout actionnaire peut donc en faire la demande en contactant le Service actionnaires Pernod Ricard.

> **Internet : une information actualisée et interactive**

Régulièrement mis à jour, le site Internet Pernod Ricard (<http://www.pernod-ricard.com>) offre un accès privilégié à l'information. Doté d'un espace dédié aux actionnaires, et désormais d'une rubrique exclusivement réservée aux membres du Club Premium, le portail institutionnel du Groupe permet de suivre le cours de l'action en temps réel, d'assister en direct ou en différé à l'Assemblée Générale et aux principaux événements de communication financière (présentation des résultats semestriels et annuels).

Les communiqués et les dossiers de presse ainsi que les documents remis lors des réunions d'information avec la presse et les analystes sont également disponibles en ligne.

Le site Internet permet aussi de télécharger les publications du Groupe : Les rapports annuels (depuis 1999), le magazine *Entreprendre*, ainsi que la Charte de Développement Durable.

En 2004, le site Internet institutionnel de Pernod Ricard a été élu meilleur site, dans la catégorie "Contenu", par un panel de 6 000 actionnaires internautes français constitué par *Boursorama*. Au classement général, le site est arrivé à la septième place sur les 116 sites analysés. En mai 2005, il a également reçu le "Top Com de Bronze" décerné par des professionnels de la communication.

> **La Lettre Premium**

Destinée aux membres du Club, cette nouvelle parution trimestrielle lancée en mars 2006 permet aux actionnaires de suivre l'actualité boursière, financière et commerciale du Groupe. Elle revient en détail sur les principaux résultats, propose des éclairages sur les marques clés, un carnet de bord de l'action Pernod Ricard ainsi que le calendrier des événements à venir.

> **Le Guide de l'actionnaire**

Pernod Ricard a réalisé un guide spécifiquement pour ses actionnaires. Il explique de manière pédagogique tout ce qui touche au Groupe, au titre Pernod Ricard, et présente les initiatives développées pour les actionnaires.



Numéro
d'Entreprendre
dédié au
Développement
Durable,
mars 2006.



Pernod Ricard, Club Premium

CLUB PREMIUM, MODE D'EMPLOI

- > **ACCÈS** : Tout actionnaire détenant au moins 10 actions au porteur ou au nominatif peut devenir membre du Club.
- > **ADHÉSION** : L'adhésion est gratuite. Pour devenir membre, il suffit de s'inscrire en ligne, en allant sur le site Internet www.pernod-ricard.com/fr/clubpremium. L'adhésion donne droit à une carte de membre nominative.
- > **AVANTAGES** : L'adhésion permet de bénéficier de plus amples informations sur la vie du Groupe ainsi que des offres et des services exclusifs liés à ses activités, notamment ses produits, ses actions en matière de mécénat artistique et de protection de l'environnement.



Lettre Premium :
parution trimestrielle
destinée aux membres
du Club Premium.

Enjeux

→ **Actionnaires**

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs



LA COMMUNICATION FINANCIÈRE PRIMÉE

TOP COM D'ARGENT
POUR LE RAPPORT ANNUEL
2004/2005

Le jury du Top Com – Congrès de référence de la Communication Corporate – a décerné à Pernod Ricard le Top Com d'argent dans la catégorie "Rapport annuel des sociétés cotées".

PERNOD RICARD, MEILLEURE SOCIÉTÉ DU CAC 40 EN MATIÈRE DE COMMUNICATION FINANCIÈRE SELON UNE ÉTUDE NOVAMÉTRIE EN FRANCE

45 journalistes français représentatifs de l'ensemble des supports d'information économique et financière ont été interrogés par Novamétrie sur leur perception de la communication financière des sociétés du CAC 40. À l'issue de cette étude, Pernod Ricard arrive à la première place. De même, le Service de Presse de Pernod Ricard arrive en première position.

Parmi les points forts évoqués : le professionnalisme, la relation de confiance établie avec les journalistes, la réactivité, la régularité, la transparence et la fiabilité de l'information fournie.

DES OCCASIONS DE RENCONTRES VARIÉES

> L'Assemblée Générale des actionnaires

Le 10 novembre 2005, près de 1 400 actionnaires ont participé à l'Assemblée Générale qui s'est déroulée au Carrousel du Louvre, site prestigieux au cœur de Paris : une importante occasion de dialogue avec les dirigeants du Groupe dont la stratégie a été chaleureusement applaudie.

> Les événements du Club Premium

La vie du Club Premium est faite de rencontres et de partage d'expériences inédites : visite privée du nouveau Musée du Quai Branly en juillet 2006, quelques jours à peine après son inauguration ; découverte de l'île historique du Groupe, les Embiez, à l'occasion des 40 ans de l'Institut océanographique Paul Ricard ont été, au cours de l'exercice écoulé, autant d'occasions pour les actionnaires de rencontrer ceux qui font la vie du Groupe.

UNE RÉPONSE RAPIDE AUX QUESTIONS POSÉES

Les actionnaires ont la possibilité de poser directement leurs questions en les envoyant par e-mail à actionnaires@pernod-ricard.com. Le Service actionnaires s'attache à y répondre dans les plus brefs délais.

Un numéro vert est également mis à leur disposition au 0 800 880 953 (ou le + 33 (0)1 41 00 41 00 pour les appels hors de France).

De plus, le Groupe a mis en place un service d'information réservé aux membres du Club Premium. Un numéro vert ainsi qu'une messagerie électronique spéciale sont désormais opérationnels.

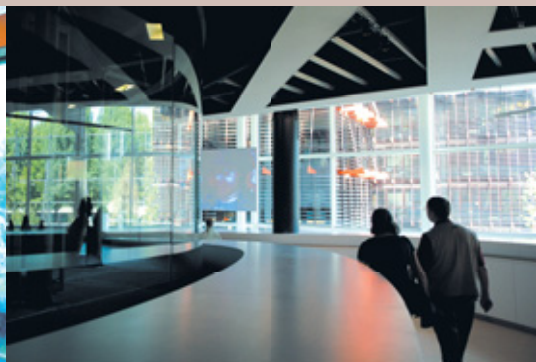
Numéro vert : 0 800 10 10 3000

E-mail : clubpremium@pernod-ricard.com

ÊTRE ACTIONNAIRE AU NOMINATIF PUR

Pernod Ricard a développé une procédure d'achat/vente de titres inscrits au nominatif pur en relation avec Société Générale qui en assure la gestion. Pour passer les ordres, les actionnaires peuvent contacter directement Société Générale en appelant le numéro vert : 0 800 119 757 ou le + 33 (0)2 51 85 50 00.

Les actionnaires de Pernod Ricard bénéficient d'occasions de rencontres variées : Assemblée Générale, événements du Club Premium.



3 QUESTIONS À FRANCIS WILLIEME

Actionnaire individuel
de Pernod Ricard

Pour quelles raisons avez-vous décidé de devenir actionnaire de Pernod Ricard ?

Je suis actionnaire du Groupe de très longue date. Pour tout vous dire, j'étais déjà actionnaire de Ricard avant même le rapprochement des deux sociétés et je suis donc devenu actionnaire de Pernod Ricard dès 1975. Plusieurs raisons ont présidé à ce choix : la personnalité de Paul Ricard sans doute, les valeurs familiales fortes rattachées à l'entreprise ainsi que les performances régulières du Groupe.

La gratification et la reconnaissance de l'actionnaire vous paraissent-elles satisfaisantes, tant en termes financiers qu'humains ?

Au plan financier, il est difficile de ne pas être satisfait : j'ai valorisé mon capital de manière très significative, sans jamais être "déçu" par le Groupe. Alors même que le CAC 40 connaissait de fortes oscillations, l'action Pernod Ricard a conservé un aspect

défensif et une régularité de bon aloi, tout en progressant sur le long terme. J'ai une sincère admiration pour ce Groupe, qui a su se hisser à l'échelle internationale en prenant des risques mesurés et réfléchis, sans jamais manquer une seule de ses opérations de croissance externe. Allied Domecq en est l'illustration la plus récente. La valorisation financière offerte par le Groupe s'accompagne d'une considération, d'une proximité et d'un respect tout à fait sincères vis-à-vis de l'actionnariat individuel : je me rends avec plaisir aux Assemblées Générales car on a vraiment le sentiment d'être partie prenante de la vie du Groupe et d'être consulté sur son évolution.

De façon plus précise, les outils mis en place par Pernod Ricard pour informer ses actionnaires sont-ils efficaces ?

Oui, car on y croit. On a l'impression que ce qui nous est dit dans les différents supports de communication – Rapport annuel, *Entreprendre*, *Lettre Premium* – correspond à une réalité. Le traitement de l'information, tout en étant spécifique à Pernod Ricard offre qui plus est des ouvertures intéressantes sur des sujets divers. Au final, on a le sentiment d'une société qui veille à rester proche de ses actionnaires en toutes occasions.



1 400
actionnaires
présents lors
de l'Assemblée
Générale
de 2005

PARTICIPER ET VOTER À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Tout actionnaire Pernod Ricard, quel que soit le nombre de ses actions, peut participer et voter à l'Assemblée Générale convoquée par le Conseil d'Administration.

Pernod Ricard informe ses actionnaires des réunions par avis publié au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO), dans un grand quotidien habilité à recevoir des annonces légales, ainsi que dans la presse économique et financière d'audience nationale.

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

Les propriétaires d'actions au porteur désirant se faire représenter ou voter par correspondance doivent faire immobiliser leurs titres cinq jours francs avant la date des Assemblées, auprès de Pernod Ricard ou d'établissements bancaires habilités.

Les votes par correspondance ne sont pris en compte que pour les formulaires parvenus à Société Générale ou auprès de Pernod Ricard dans un délai de trois jours au moins avant les Assemblées. Les formulaires de vote par correspondance peuvent être obtenus auprès de Pernod Ricard.

Les cartes d'admission aux Assemblées sont adressées à tout actionnaire qui en fait la demande directement auprès de Pernod Ricard ou dans un des établissements bancaires habilités, en produisant, si les titres sont au porteur, une attestation d'immobilisation.

AGENDA DE L'ACTIONNAIRE

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2006/2007 :
26 octobre 2006

Assemblée Générale Mixte :
7 novembre 2006

Chiffre d'affaires 2^e trimestre 2006/2007 :
25 janvier 2007

Résultats 1^{er} semestre 2006/2007 :
8 mars 2007

Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2006/2007 :
4 mai 2007

Enjeux

Actionnaires

→ Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Développer

une relation de loyauté

5 000
collaborateurs

*d'Allied Domecq ont rejoint
Pernod Ricard*

L'exercice 2005/2006 a vu un accroissement des effectifs du Groupe de 43 %, le nombre de collaborateurs passant de 12 300 à 17 600 sous l'effet de l'acquisition d'Allied Domecq. Cette croissance exceptionnelle a permis de renforcer les positions du Groupe là où il en avait le plus besoin, en Amérique du Nord, en Océanie et en Asie, augmentant plus encore sa présence internationale. Alors qu'il y a trente ans, au moment du rapprochement des sociétés fondatrices, près de 100 % des effectifs de Pernod Ricard étaient Français, les collaborateurs basés en France ne représentent plus aujourd'hui que 17 % du total.

3 QUESTIONS À YVES FLAISSIER

Directeur des Ressources
Humaines Groupe

Sur le plan humain, quel a été pour le Groupe l'apport de l'acquisition d'Allied Domecq ?

L'acquisition d'Allied Domecq a non seulement enrichi le Groupe par ses marques et sa présence sur les marchés internationaux, mais aussi par la qualité et la diversité de ses Ressources Humaines. Nous avons ainsi intégré au sein de Pernod Ricard plus de 5 000 nouveaux collaborateurs.

Comment le processus d'intégration s'est-il déroulé ?

Ce processus avait été soigneusement préparé en bénéficiant de notre expérience d'intégration de Seagram. Nous avons pu le conduire encore plus rapidement que prévu, grâce notamment à la décentralisation du Groupe et à une coordination efficace. Nous avons pu fidéliser les collaborateurs clés et ceux nous assurant une présence sur de nouveaux marchés, en respectant scrupuleusement tous les accords existants.

Quel bilan pouvez-vous déjà tirer ?

Un an après leur arrivée dans leur nouveau Groupe, nous sommes fiers que nos principes d'organisation et l'éthique Pernod Ricard aient été adoptés par les collaborateurs qui nous ont rejoints. Notre famille vient de connaître une forte croissance, ceci avec une passion commune et autour de valeurs partagées.

PARCOURS

Yves Flaissier est entré dans le Groupe en 1982 où il a occupé les responsabilités de Directeur commercial, de Directeur Général, puis de Président-Directeur Général de SIAS France. En octobre 1999, il est devenu Directeur Général de SIAS MPA. En janvier 2001, il a été nommé Président-Directeur Général d'Agros et Wyborowa. En 2004, il est devenu Directeur des Ressources Humaines du Groupe. Au 1^{er} septembre 2006, il a annoncé son souhait de faire valoir ses droits à la retraite.



L'INTÉGRATION D'ALLIED DOMECCQ

L'intégration d'Allied Domecq a commencé de manière effective, partout dans le monde, dès le 27 juillet 2005, c'est-à-dire au lendemain même de la signature définitive. À cette date, chacun des 11 921 collaborateurs d'Allied Domecq a reçu un kit d'intégration, regroupant différents documents d'information : rapport annuel, charte d'organisation et surtout, les "Principes d'Intégration Ressources Humaines".

L'ensemble du processus d'intégration ayant été largement anticipé, le réseau Ressources Humaines était préparé à accueillir les nouvelles équipes.

Même si tous les collaborateurs d'Allied Domecq n'étaient pas appelés à rejoindre Pernod Ricard, tous ont reçu la même information, avec un calendrier prévisionnel leur permettant de situer immédiatement leur propre cas de figure. Trois catégories de personnel étaient distinguées :

1. Ceux qui rejoignaient Pernod Ricard.
2. Ceux qui rejoignaient Fortune Brands.
3. Et enfin ceux, clairement identifiés, appartenant à des activités non stratégiques destinées à être cédées, comme la restauration rapide aux États-Unis.

Ainsi, environ 3 000 collaborateurs ont aussitôt rejoint Fortune Brands, en vertu des accords de partage des actifs d'Allied Domecq, et 1 000 autres ont su que des discussions étaient déjà en cours dans la perspective d'une cession de l'activité de restauration rapide dont ils dépendaient.

Parmi les 8 000 collaborateurs restants, il fallait donc identifier ceux qui intégreraient définitivement Pernod Ricard. Les Ressources Humaines avaient mis en place un système pour ceux qui occupaient les principaux postes clés. Les titulaires de ces postes se sont vus très vite proposer une offre spécifique et motivante, afin de les retenir au minimum durant la phase cruciale d'intégration.

Par ailleurs, la plupart des collaborateurs ont bénéficié d'un entretien individuel, suivi d'une décision rapide, limitant au maximum la période d'incertitude.

Ces discussions étaient conduites dans la sérénité, en raison des engagements pris par le Groupe et adressés à chacun (voir encadré).

La rationalisation des effectifs repris par Pernod Ricard, pour répondre aux besoins réels du Groupe, s'est opérée très naturellement. À l'exception des effectifs de production qui sont restés stables durant la période d'intégration, les services commerciaux et marketing, et l'ensemble des services supports ont fait l'objet de réorganisations.

témoignage



GRÈCE

JUAN-MIGUEL CASELLAS
Directeur Administratif
et Financier de Pernod Ricard
Hellas, ex-Directeur Administratif
et Financier de ADSW Portugal

Chacun sait combien une fusion peut générer de perturbations, voire même être traumatisante. La plus grande réussite de Pernod Ricard a été de réduire au maximum cette période d'incertitude en allant très vite. Cela a été possible parce que le Groupe délègue énormément et favorise l'esprit d'entreprise dans chaque structure. Le siège avait adressé les règles à suivre, et chaque structure était responsable de sa propre mise en place.

J'ai été très impressionné chez Pernod Ricard par les liens très forts et réciproques qui existent entre chaque collaborateur et l'entreprise. Cela entraîne une fidélité qui peut paraître surprenante pour une mentalité anglo-saxonne. Mais, grâce au climat de confiance qu'elle engendre, elle permet de gagner du temps dans une période d'intégration. Le plus remarquable chez Pernod Ricard est le fait que les valeurs de l'entreprise se vivent réellement au quotidien, ceci malgré la croissance incroyable qu'a connue le Groupe.

Dans ma fonction financière, le grand changement est que, chez Allied Domecq, le plus important était les résultats du semestre à venir. Chez Pernod Ricard, en revanche, sans négliger le court terme, la stratégie cherche toujours la durabilité de la profitabilité. C'est stimulant d'investir de nouveau sur l'avenir des marques !

LES ENGAGEMENTS COMMUNS À PERNOD RICARD ET FORTUNE BRANDS

Pernod Ricard et Fortune Brands :

1. Souhaitent faire le maximum pour assurer la transition la plus facile des collaborateurs vers leur nouvelle société respective.
2. Assurent la prise en compte de chaque employé d'Allied Domecq avec un traitement équitable.
3. Respectent et gèrent chaque cas particulier avec dignité.
4. Informent le personnel d'Allied Domecq de manière transparente.
5. Dialoguent avec le personnel et ses instances représentatives.
6. Respectent la loi et les spécificités locales.
7. Mettent en place des mesures d'accompagnement pour prendre un soin particulier des collaborateurs faisant l'objet d'un licenciement.

Human Resources Integration Principles



Enjeux

Actionnaires

→ Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

témoignage



AMÉRIQUES

JOANNE KLETECKA

Responsable Marketing de Stolichnaya
chez Pernod Ricard USA

Une des caractéristiques de cette intégration, c'est que ce sont les gens de Pernod Ricard eux-mêmes qui nous ont accueillis, et non pas des consultants spécialisés. C'était plus naturel et sincère ! Les collaborateurs d'Allied Domecq se sont sentis tout de suite bienvenus, tellement l'accueil était chaleureux.

À vrai dire, je ne connaissais pas beaucoup Pernod Ricard USA avant l'intégration. Mais, j'ai tout de suite vu que nous partagions les mêmes valeurs. Les gens de Pernod Ricard sont très pragmatiques, ouverts aux idées nouvelles, désireux d'échanger sur les meilleures pratiques.

Mon meilleur souvenir a été la réunion annuelle Ventes et Marketing aux Embiez. J'ai réalisé la dimension du Groupe et sa présence véritablement internationale. C'est vrai que j'ai été impressionnée. Cela a transformé ma vision du Groupe.

Les synergies ont entraîné la fermeture des structures de siège, comme à Singapour, à Westport aux États-Unis et, surtout à Bristol au Royaume-Uni (359 personnes). Ces opérations ont été grandement facilitées par la situation favorable de l'emploi sur les marchés concernés.

Soulignons aussi une certaine frilosité à la perspective de postes impliquant une mobilité. Les collaborateurs n'acceptant pas cette condition primordiale dans un grand groupe international, ont parfois préféré mettre un terme à leur contrat, surtout s'ils opéraient sur des marchés porteurs, leur permettant de se reclasser facilement.

Les départs, pour la grande majorité, se sont échelonnés entre septembre 2005 et fin janvier 2006, offrant l'occasion de remettre à plat les organisations et d'optimiser les compétences.

Pernod Ricard ayant gelé ses embauches dès avril 2005 à l'annonce de l'acquisition d'Allied Domecq, les reclassements internes ont été plus aisés et, à la fin des six mois annoncés, l'intégration était globalement achevée.

Dès l'acquisition, des stages d'intégration plus particulièrement ciblés sur les managers ont été organisés, leur permettant de comprendre l'organisation du Groupe, ses valeurs et ses ambitions, et de les faire partager à leurs collaborateurs.

Ainsi, l'efficacité du processus a-t-elle permis aux 5 000 nouveaux membres du personnel, d'être aujourd'hui des collaborateurs Pernod Ricard à part entière.

DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE
ET MOBILITÉ INTERNE

PROMOTION INTERNE

Le développement de carrière des cadres du Groupe repose sur trois principes fondamentaux :

1. Tout poste ouvert est prioritairement offert aux cadres du Groupe. Ce principe est clé pour favoriser au maximum la promotion interne.
2. Les postes qui s'ouvrent sont, dès l'origine, portés à la connaissance des DRH de chaque filiale qui peuvent ainsi proposer la candidature des cadres de leur société.
3. Le choix final tient compte d'une vision à moyen et long terme du développement de carrière des cadres.

témoignage

PACIFIQUE

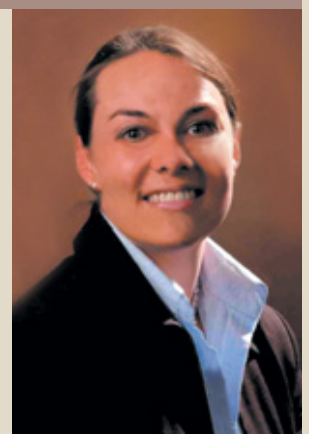
MICHELLE GORDON

Directrice des Relations Clients
de Pernod Ricard New Zealand

En Nouvelle-Zélande, le processus d'intégration a été plus long que dans les autres pays car, dans ses accords pour acquérir Allied Domecq, Pernod Ricard avait concédé une option d'achat de Montana à Diageo. C'est seulement fin octobre 2005 que nous avons appris que nous rejoignons Pernod Ricard, et ce fut un soulagement pour tout le monde. Le Groupe préservait notre intégrité, faisait de Montana une de ses 15 marques leaders et, de plus, en nous confiant

la distribution de spiritueux, nous apportait une activité complémentaire importante.

Pernod Ricard est vraiment un Groupe mondial, qui travaille en réseau, profitant des connaissances et des expériences des uns et des autres. Nous en avons eu la démonstration lors du séminaire de management de Pernod Ricard Pacific, auquel participaient à la fois Patrick Ricard et Pierre Pringuet. Chacun avait la possibilité de discuter avec eux et nous avons pu mesurer leur intérêt pour notre société. Nous avons senti que toute l'organisation du Groupe se mobilisait pour nous accueillir et faciliter notre intégration. C'était vraiment rassurant, après la période d'incertitude que nous avons vécue.



RECRUTEMENTS EXTERNES

En parallèle, le Groupe procède régulièrement à des recrutements externes. Il cible alors des cadres dont l'ouverture internationale, la mobilité, les compétences professionnelles, mais aussi l'adhésion aux valeurs et à la culture de Pernod Ricard, permettront de les faire entrer dans le processus "PDR" de développement de carrière, une fois qu'ils auront rejoint le Groupe.

LA "PDR" (POTENTIALS DEVELOPMENT REVIEW - REVUE DE DÉVELOPPEMENT DES POTENTIELS)

> Objectif de la PDR :

La "PDR" a pour objectif d'assurer un plan de succession pour chacun des postes de PDG/DG et des membres des Comités de Direction de toutes les filiales du Groupe, par l'identification des cadres capables d'occuper ces postes, dès à présent et dans le futur.

> Processus de la PDR

Le processus de la PDR repose sur des revues de cadres faites à tous les échelons de la structure du Groupe, jusqu'au plus haut niveau de la Direction Générale de Pernod Ricard pour les postes clés de Direction Générale des filiales.

L'objectif est de repérer les "Espoirs", c'est-à-dire ceux dont on espère qu'ils pourront à court ou moyen terme accéder aux postes clés de Directeur Général ou d'experts dans des domaines fonctionnels.

Le processus se déroule en quatre étapes :

- > identifier leurs compétences professionnelles et linguistiques ;
- > évaluer leurs qualités professionnelles au travers d'un référentiel commun aux filiales du Groupe ;
- > évaluer leurs potentialités d'évolution et leur mobilité ;
- > définir, pour chaque potentiel, un plan de développement individuel, visant à améliorer l'ensemble de ses compétences.

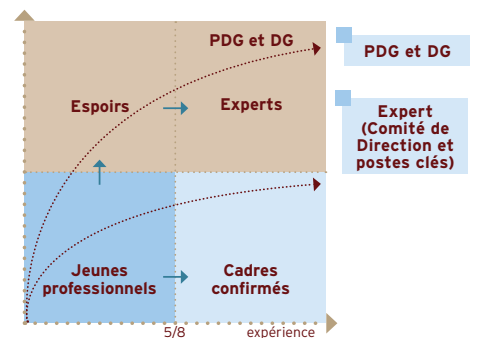
Suite logique, une revue des différents postes clés du Groupe est faite avec détermination des successeurs qui pourraient être envisagés.

Ainsi, chaque Directeur Général de filiale propose pour chaque poste de son Comité de Direction un ou deux successeurs possibles au titulaire en poste.



En haut : Reynald Person, Remueur.
En bas : Margareth Guillaume, Opératrice habillage manuel Mumm.

Le processus PDR.



COMMUNICATION DE RECRUTEMENT

Pernod Ricard a lancé en 2005/2006 une campagne de communication de recrutement tournée vers les Universités et Grandes Écoles, dans les domaines de la vente, de la finance et du marketing. L'objectif est d'identifier les managers de demain, capables d'accompagner et surtout de renforcer l'expansion du Groupe.

"Qu'allez-vous faire de vos talents ?" est un slogan décliné en plusieurs langues, ciblant des jeunes à haut potentiel. Originalité de la démarche : ce sont de jeunes talents du Groupe qui prennent la parole pour présenter Pernod Ricard, son mode de fonctionnement, ses valeurs et les possibilités de mobilité, et de développement qu'il offre. Ils sont ainsi 14 ambassadeurs qui parraineront ensuite les futurs recrutés dans leur pays respectif.

Enjeux
Actionnaires
→ Collaborateurs
Consommateurs
Environnement
Clients & Fournisseurs

témoignage



CHINE

ALEX ZHU

Directeur Marketing

En Chine, l'intégration de nouveaux collaborateurs est un exercice permanent, car notre marché est en très forte croissance. En deux ans, Pernod Ricard China est passé de moins de 200 à près de 400 collaborateurs. Je me situe entre les Propriétaires de Marques du Groupe et les cinq directeurs régionaux chinois qui ont la charge du marketing terrain. Mes fonctions me donnent l'opportunité d'être un véritable entrepreneur. En Chine, la situation est tellement évolutive, que c'est la qualité d'adaptation que nous recherchons aussi chez nos nouvelles recrues.

Ici, il faut constamment se remettre en cause, être à l'écoute permanente du marché et des consommateurs, prendre des initiatives, car ce qui était efficace il y a un an est déjà souvent dépassé aujourd'hui. Bien sûr, nous avons les orientations stratégiques du Groupe, mais si nous n'étions pas largement autonomes dans la mise en œuvre, nous ne connaîtrions pas un tel développement.

MOUVEMENTS INTRAGROUPE

Reflets du développement de carrière des cadres et de la mobilité interne, les mouvements intragroupe permettent le passage d'une société à l'autre quels que soient le pays ou le poste concernés.

Ainsi, sur les 18 derniers mois, près de 145 mouvements intragroupe sont intervenus, dont 70 sur toute l'année 2005 et 75 sur les six premiers mois de 2006. Une dizaine de cadres d'Allied Domecq ont pu bénéficier, dès leur arrivée, de la possibilité d'aller travailler pour une filiale du Groupe dans un autre pays que celui où ils exerçaient leur activité précédemment.

DÉVELOPPEMENT DE LA MOBILITÉ INTERNATIONALE

Pour faciliter la mobilité, le Groupe a développé un nouveau statut en complément du statut d'expatrié, lequel est réservé aux collaborateurs membres des Comités de Direction des filiales.

Le principe de cette mobilité repose sur la volonté du collaborateur de prendre un poste proposé par une filiale étrangère. Le collaborateur accepte donc un poste et une rémunération correspondant à la pratique du marché du pays dans lequel il va travailler. Ensuite, les Directions des Ressources Humaines du pays d'origine et d'accueil étudient ensemble le meilleur montage en termes de protection sociale (santé, retraite, prévoyance, etc.) pour le collaborateur. L'employé est donc un collaborateur local comme les autres nationaux, mais bénéficie d'une attention particulière de la part des Ressources Humaines, ainsi que de certains avantages : voyage annuel, aide à l'installation, prise en charge du déménagement, etc.

LES STAGES D'INTÉGRATION

Cette année, quatre stages d'intégration ont été organisés pour une centaine de collaborateurs, incluant deux sessions spéciales réunissant 43 cadres supérieurs et dirigeants d'Allied Domecq.

Ces stages sont extrêmement utiles pour faire comprendre plus rapidement et concrètement la réalité de la culture Pernod Ricard, le fonctionnement du Groupe, les rôles respectifs de la Holding, des Régions, des sociétés Propriétaires de Marques et des sociétés de distribution.

Sur une période de sept jours, le programme prévoit la visite de Chivas Brothers en Écosse, d'Irish Distillers à Dublin, et des sociétés installées en France : Ricard à Marseille, Pernod à Créteil, Martell à Cognac et Mumm Perrier-Jouët à Reims/Épernay. À cela s'ajoutent les visites du siège de Pernod Ricard et du siège de la Région Pernod Ricard Europe, à Paris.

145
mouvements

intragroupe de janvier 2005
à juin 2006

À gauche : **Laura Robert**,
Guide touristique –
Service visites Reims.

À droite : **Magalie Marechal**,
Adjoint chef de cave et Responsable
environnement Mumm.



LE CENTRE DE FORMATION PERNOD RICARD

Le Centre de Formation Pernod Ricard (CFPR) situé au château de La Voisine, en forêt de Rambouillet près de Paris, est à la disposition des filiales du Groupe. Le centre a pour vocation de développer les compétences des cadres dans leurs métiers respectifs, et les formations dispensées sont adaptées aux besoins spécifiques du secteur des Vins & Spiritueux. Près de 350 collaborateurs ont suivi ses programmes au cours de l'exercice écoulé.

Chaque filiale peut ainsi inscrire, chaque année, les stagiaires qu'elle aura désignés à l'une des quelques trois sessions ouvertes en anglais, en français et en espagnol.

RECONNAISSANCE DES PERFORMANCES UNE RÉMUNÉRATION MOTIVANTE

La politique de rémunération mise en place dans le Groupe, vise à attirer, fidéliser et motiver les collaborateurs de talent. Des enquêtes sont réalisées régulièrement afin que la rémunération se situe toujours de manière compétitive par rapport au marché.

Pour les cadres, membres des Comités de Direction, un bonus est calculé en fonction de la réalisation d'objectifs quantitatifs et qualitatifs.

RÉMUNÉRATION VARIABLE

Depuis sa création, le Groupe a toujours encouragé ses filiales à promouvoir des mécanismes de rémunération variable liés à la performance. Ainsi, en France, les collaborateurs reçoivent une partie de leur rémunération sous forme d'intéressement et de participation, selon les résultats de chaque filiale. En 2005/2006, 29 % des collaborateurs dans le monde ont bénéficié d'une participation aux résultats.

ACTIONNARIAT SALARIÉ

Pernod Ricard encourage l'actionnariat salarié pour développer le sentiment d'appartenance au Groupe.

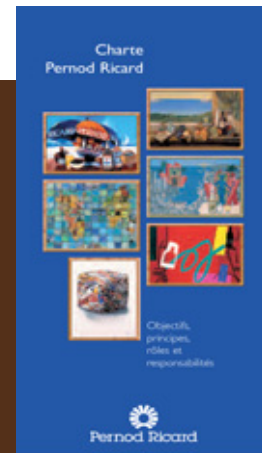
Par ailleurs, dans le but de fidéliser les collaborateurs, ou pour récompenser une réalisation exceptionnelle, le Groupe pratique, depuis une dizaine d'années, une politique de distribution de stock-options, concernant chaque année environ 3 % des salariés.

ROYAUME-UNI PAUL SCANLON

Directeur Commercial zone Amériques
chez Chivas Brothers

Vous voulez une preuve que Pernod Ricard est désormais une véritable entreprise internationale et multiculturelle ? Et bien, au sein de l'équipe marketing et commerciale de Chivas, nous avons désormais 15 nationalités différentes, en provenance de toutes les régions du monde.

Nous veillons à ne pas imposer les stratégies globales de nos marques sur les marchés, sans avoir consulté au préalable nos collègues dans les différents pays, pour évaluer la pertinence culturelle d'un nouveau concept marketing. Avec l'expérience que nous avons nous-mêmes vécue de l'intégration de Seagram, il nous a été facile de comprendre nos collègues d'Allied Domecq et de les rassurer sur le mode de fonctionnement de Pernod Ricard.



LA CHARTE PERNOD RICARD

Chaque nouveau collaborateur du Groupe se voit remettre, dans sa langue nationale, la charte Pernod Ricard. Elle définit entre autre le **CODE D'ÉTHIQUE** professionnelle présentant les règles qu'il devra scrupuleusement appliquer :

- respecter la loi ;
- se conduire d'une manière ouverte et transparente, et être digne de confiance ;
- se conduire de façon irréprochable et respectueuse envers les actionnaires, clients, consommateurs, pouvoirs publics, fournisseurs, concurrents, et collègues ;
- garantir la qualité et la sécurité ;
- respecter l'environnement ;
- placer l'intérêt du Groupe au-dessus de l'intérêt personnel dans l'exercice de ses fonctions ;
- assurer l'égalité des chances et rechercher les possibilités de développement professionnel pour tous les employés ;
- respecter les engagements pris dans le cadre des organisations professionnelles s'occupant des aspects sociaux de l'alcool, notamment en ce qui concerne la consommation personnelle d'alcool.

témoignage

Enjeux

Actionnaires

→ Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

17 602
collaborateurs

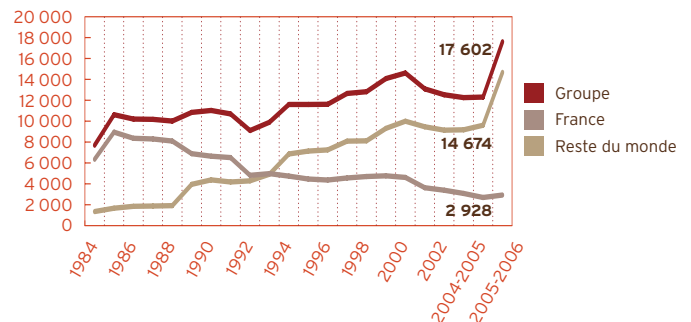
au 30 juin 2006

83 %
de l'effectif total

basé hors de France

DONNÉES SOCIALES DU GROUPE LES EFFECTIFS

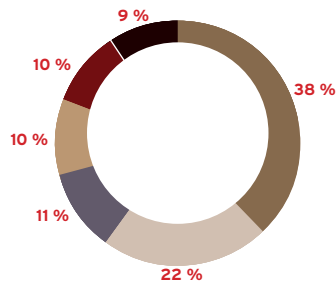
Évolution des effectifs
dans le monde depuis 1984



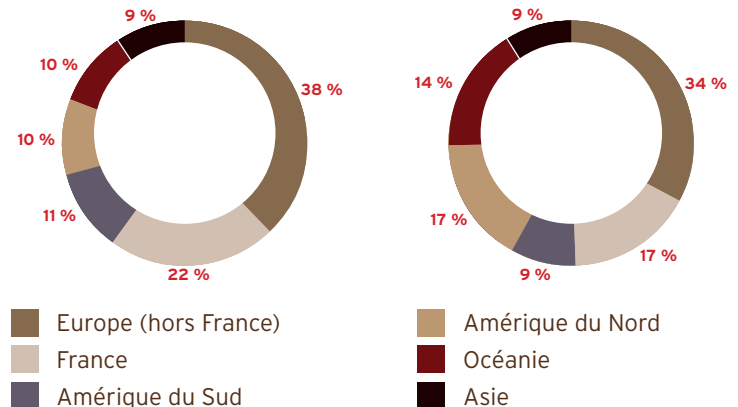
Du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006, notamment sous l'effet de l'intégration d'Allied Domecq, Pernod Ricard a vu ses effectifs augmenter de 43 %, passant de 12 304 salariés à 17 602.

Effectifs par zone géographique

au 30 juin 2005



au 30 juin 2006



Aujourd'hui, 83 % des collaborateurs travaillent hors de France et 34 % sont basés en Europe (hors France). L'intégration d'Allied Domecq a notamment permis de renforcer les positions du Groupe en Amérique du Nord, en Océanie, en Asie, mais également en Europe.

Claudia Sargaco, Contrôleur Financier,
Pernod Ricard Portugal.



Patrick Matthieu, Conducteur de chaîne.



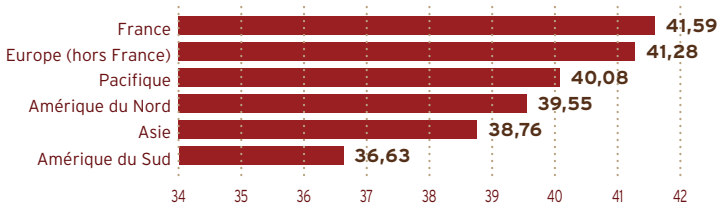
Effectif par région	France	Europe (hors Fr.)	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie	Pacifique	Total
Janv. 03 – Déc. 03	3 081	4 521	1 318	1 199	1 007	1 128	12 254
Juil. 04 – Juin 05	2 695	4 647	1 271	1 341	1 147	1 203	12 304
Juil. 05 – Juin 06	2 928	6 212	2 966	1 601	1 511	2 384	17 602

RÉPARTITION DES EFFECTIFS

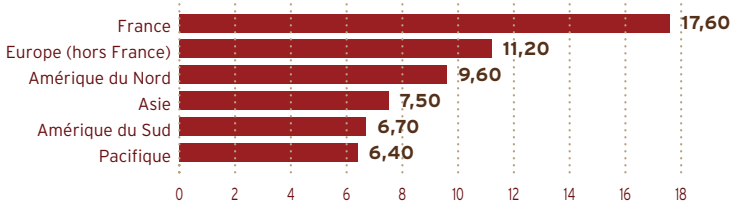
L'âge moyen des collaborateurs du Groupe est de 40 ans et 4 mois :
 > 40 ans et 11 mois pour les hommes,
 > 38 ans et 8 mois pour les femmes.

L'ancienneté moyenne est de 10 ans et 7 mois :
 > 11 ans et 4 mois pour les hommes,
 > 9 ans et 11 mois pour les femmes.

Âge moyen par région
au 30 juin 2006



Ancienneté moyenne
au 30 juin 2006



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TYPE DE CONTRAT

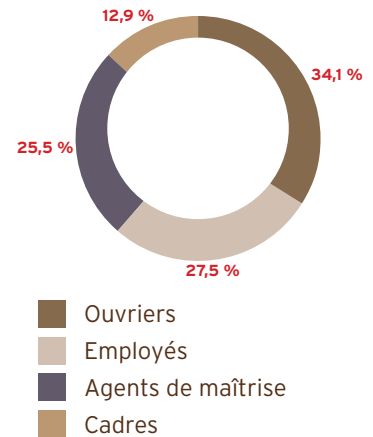
Au 30 juin 2006, le Groupe comptait parmi ses effectifs 16 258 collaborateurs travaillant sous contrat à durée indéterminée et 1 344 travaillant sous contrat à durée déterminée.

	CDI	CDD	% CDD/Total
Janv. 03 – Déc. 03	11 555	699	6,0 %
Juil. 04 – Juin 05	11 354	950	7,7 %
Juil. 05 – Juin 06	16 258	1344	7,6 %

	France	Europe (hors Fr.)	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie	Pacifique	Total
CDI	2 810	5 954	2 858	1 461	1 492	1 683	16 258
CDD	118	258	108	140	19	701	1 344
Total	2 928	6 212	2 966	1 601	1 511	2 384	17 602

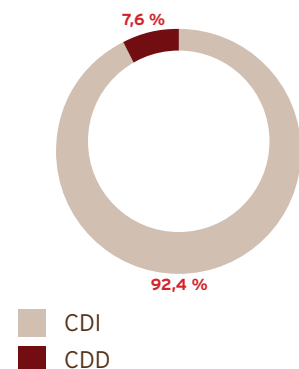
Le recours aux contrats à durée déterminée reste modéré dans les différentes régions à l'exception du Pacifique (Australie et Nouvelle-Zélande). Cette région compte la moitié des CDD du Groupe en raison du besoin important de main-d'œuvre saisonnière pour la viticulture.

Répartition des effectifs par catégorie



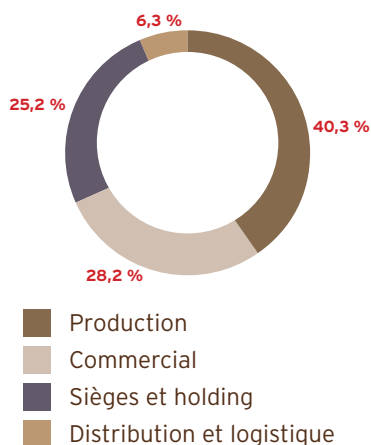
40 ans et 4 mois
âge moyen
 des collaborateurs du Groupe

Répartition des effectifs par type de contrat de travail

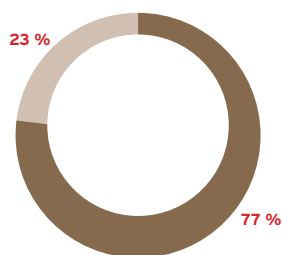


Enjeux
Actionnaires
→ Collaborateurs
Consommateurs
Environnement
Clients & Fournisseurs

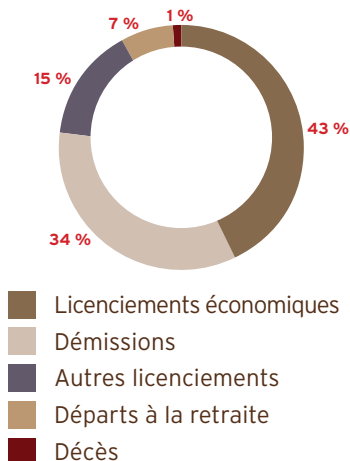
Répartition des effectifs par secteur



Motifs des entrées CDI



Motifs des sorties CDI



LES CONTRATS D'INTÉRIM

- 9 858 contrats signés dont 6 034 pour la France.
- 5,8 % de l'effectif moyen contre 5,3 % l'année dernière.
- 24 jours travaillés par intérimaire en moyenne.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

Pernod Ricard comprend quatre grands secteurs d'activité :

- Production
- Distribution/Logistique
- Commercial
- Sièges et holding

Le secteur Production a connu cette année un accroissement significatif, sa part relative passant de 34,2 % à 40,3 % des effectifs. Cela est dû à la prise en compte des unités de production provenant d'Allied Domecq.

LES COLLABORATEURS HANDICAPÉS

Le décompte des handicapés n'est pas une démarche systématique dans toutes les sociétés du Groupe. En effet, dans certains pays il n'existe aucune distinction et la simple création d'une catégorie identifiée comme "handicapés" serait perçue comme une forme de discrimination. En France, les sociétés du Groupe comptent 94 collaborateurs handicapés.

LES MOUVEMENTS DE PERSONNEL

Avec l'acquisition d'Allied Domecq, le nombre d'entrées et de sorties du Groupe a connu de fortes augmentations au cours de l'exercice écoulé.

Les entrées en contrats à durée indéterminée sont dues majoritairement à l'intégration du personnel d'Allied Domecq. Toutefois, 23 % proviennent de recrutements externes.

En effet, sur l'exercice 2005/2006, 1 738 embauches externes ont été effectuées, tandis qu'environ 5 000 salariés d'Allied Domecq rejoignaient le Groupe.

En ce qui concerne les sorties, les nécessaires ajustements d'effectifs après l'intégration d'Allied Domecq ont entraîné une augmentation des licenciements et des démissions. Tous les licenciements ont été effectués dans le respect total des législations en vigueur dans chacun des pays concernés et conformément aux dispositions des contrats de travail Allied Domecq.

Le taux de rotation de 5,23 % dans le Groupe est resté proche de celui constaté au titre de l'exercice 2004/2005 (4,89 %).

	Taux de rotation	Nombre de démissions	Effectif moyen/ catégorie
Ouvriers	2,91 %	181	6 221
Employés	7,04 %	349	4 954
Agents de maîtrise	7,46 %	323	4 328
Cadres	3,49 %	84	2 405
Total	5,23 %	937	17 908



0,5 million de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

→ Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

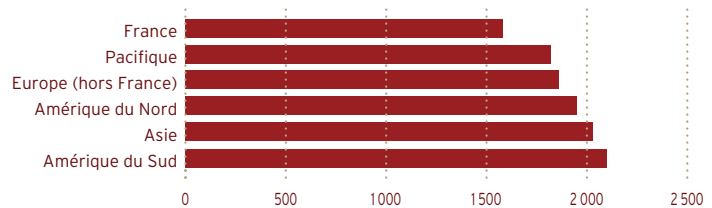
Clients & Fournisseurs



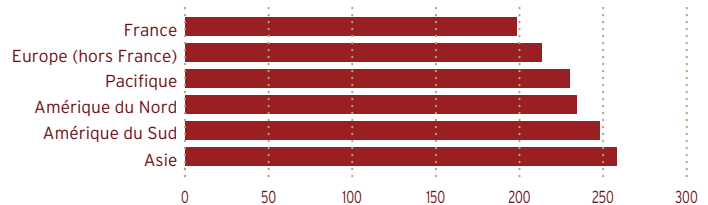
En haut : Philippe Lefland, caviste.
En bas : Danièle Bernard, Responsable comptabilité fournisseurs.

TEMPS DE TRAVAIL ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Temps de travail moyen (en heures)
en 2005/2006



Nombre moyen de jours travaillés
en 2005/2006



HEURES SUPPLÉMENTAIRES

Heures supplémentaires en % du temps de travail annuel	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
France	0,5 %	0,2 %
Europe (hors France)	1,5 %	2,4 %
Amériques	6,9 %	4,4 %
Asie/Pacifique	3,7 %	2,8 %
Moyenne Groupe	2,7 %	2,4 %

TEMPS PARTIEL

3,1 % des collaborateurs de Pernod Ricard travaillent à temps partiel. Parmi eux, 72 % sont des femmes, 73 % sont des ouvriers et employés, 21 % sont des agents de maîtrise, et 6 % des cadres.

Ces 546 collaborateurs représentent un équivalent de 386 temps plein.

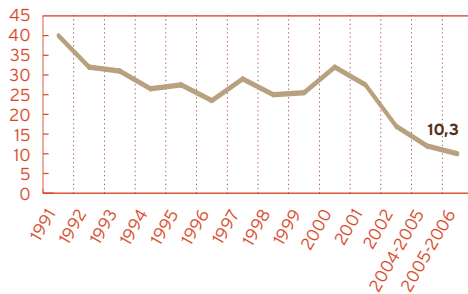
ABSENTÉISME ABSENTÉISME EN JOURS PAR MOTIF

	Maladie	Maternité	Accidents de travail	Accidents de trajet	Autres	Total en jours	Taux d'absentéisme
France	20 411	3 590	1 608	424	2 063	28 096	4,81
Europe (hors France)	50 308	17 945	1 428	5	1 026	70 712	4,77
Amériques	14 400	4 524	2 094	14	871	21 903	1,98
Asie/Pacifique	9 378	10 037	3 453	NC	1 121	23 989	2,54
Total/Moyenne	94 497	36 096	8 583	443	5 081	144 700	3,52

ACCIDENTS DE TRAVAIL TAUX DE FRÉQUENCE

	Taux de fréquence			Variation 2006/2005
	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005	12 mois 31.12.2003	
France	13,8	20,4	22,1	- 32 %
Europe (hors France)	6,9	2,9	7,6	138 %*
Amériques	8,8	9,2	16,6	- 4 %
Asie Pacifique	8,7	23,1	12,8	- 62 %
Total/Moyenne	10,3	12,1	13,6	- 15 %

Taux de fréquence
des accidents de travail

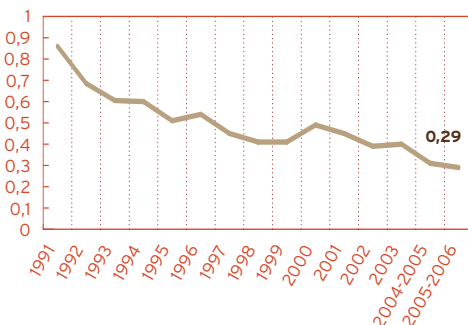


(*) La proportion plus importante des activités industrielles et viticoles, résultant de l'intégration d'Allied Domecq, explique la hausse du taux de fréquence des accidents du travail en Europe. Malgré tout, une baisse sensible du taux de fréquence des accidents de travail peut être constatée en 2005/2006.

TAUX DE GRAVITÉ

	Taux de gravité			Variation 2006/2005
	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005	12 mois 31.12.2003	
France	0,35	0,57	0,76	- 39 %
Europe (hors France)	0,15	0,07	0,24	114 %
Amériques	0,24	0,37	0,23	- 35 %
Asie Pacifique	0,46	0,53	0,48	- 13 %
Total/Moyenne	0,29	0,33	0,40	- 12 %

Taux de gravité
des accidents de travail



- 15 %
en fréquence
d'accidents du travail

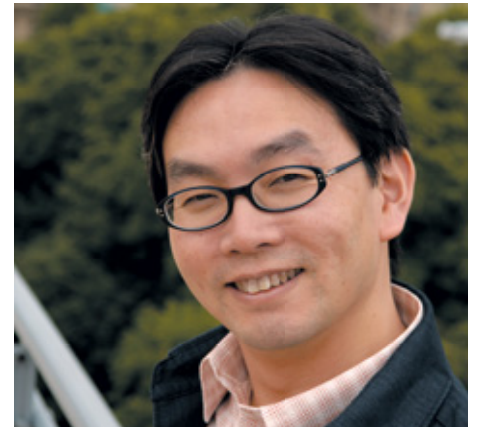
période du 1^{er} juillet 2005
au 30 juin 2006 versus 2004/2005

- 12 %
en gravité
d'accidents du travail

période du 1^{er} juillet 2005
au 30 juin 2006 versus 2004/2005

En haut : **Susumu Omori**, Contrôleur Financier,
Pernod Ricard Japan.

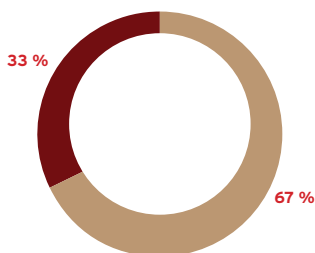
En bas : **Monique Painvain**, Opératrice habillage
manuel.



Enjeux
Actionnaires
→ Collaborateurs
Consommateurs
Environnement
Clients & Fournisseurs

41,5 %
des personnes
recrutées en 2005/2006
sont des femmes

Répartition
des effectifs par sexe
au 30 juin 2006



■ Hommes
■ Femmes

Cathy Cellier, Assistante de Direction,
Direction des Affaires Européennes (Bruxelles).



HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

Nombre de bénéficiaires de formation Hygiène et Sécurité

	2005/2006	2004/2005
France	488	349
Europe (hors France)	956	656
Amérique du Nord	237	-
Amérique du Sud	457	349
Asie	-	78
Pacifique	505	521
Total Groupe	2 643	1 953

PARITÉ HOMMES/FEMMES

RÉPARTITION HOMMES/FEMMES

- Les femmes représentent le tiers de l'effectif de Pernod Ricard soit une baisse de 0,8 point par rapport à 2004/2005. Ceci s'explique par l'effet d'une répartition moins favorable chez Allied Domecq.
- Les recrutements extérieurs ont été à 41,5 % féminins en 2005/2006.

ÉVOLUTION DE LA PART DES FEMMES DANS LE GROUPE

	Proportion			Effectif féminin	
	2005/2006	2004/2005	Variation	2005/2006	2004/2005
France	32,6 %	32,7 %	- 0,1 %	955	880
Europe (hors France)	34,9 %	36,2 %	- 3,5 %	2 171	1 683
Amériques	30,2 %	29,1 %	3,8 %	1 378	759
Asie/Pacifique	31,5 %	33,4 %	- 5,6 %	1 227	784
Total/Moyenne	32,6 %	33,4 %	- 2,4 %	5 731	4 106

PROPORTION DES FEMMES DANS LE GROUPE PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

	2005/2006	Pourcentage de femmes dans la catégorie
Ouvriers	1 345	22 %
Employés	2 504	51 %
Agents de maîtrise	1 356	30 %
Cadres	526	23 %
Total/Moyenne	5 731	32,6 %

FORMATION

	Dépenses de formation (en millions d'euros) 2005/2006	Dépenses par bénéficiaire (en euro) 2005/2006	Dépenses par salarié (en euro) 2005/2006
France	2 715	1 369	923
Europe (hors France)	5 818	2 001	899
Amériques	5 261	1 431	1 145
Asie/Pacifique	1 657	337	423
Total	15 451	1 145	862

Durant l'année 2005/2006, 13 484 collaborateurs ont bénéficié d'une formation. Pour cela, plus de 15 millions d'euros ont été investis (+ 73 %) ce qui représente 2,26 % de la masse salariale.

La dépense moyenne par collaborateur formé a été de 1 145 euros.

Pourcentage du budget de formation/masse salariale	2005/2006	2004/2005	Variation 2006/2005
France	2,09 %	2,10 %	- 0,48 %
Europe (hors France)	2,25 %	2,70 %	- 16,67 %
Amériques	2,85 %	1,70 %	67,65 %
Asie/Pacifique	1,51 %	1,80 %	- 16,11 %
Total	2,26 %	2,19 %	3,20 %

INVESTISSEMENT EN FORMATION

En milliers d'euros	Dépenses de formation 2005/2006	Dépenses de formation 2004/2005	Variation
France	2 715	2 419	12 %
Europe (hors France)	5 818	4 035	44 %
Amériques	5 261	1 203	337 %
Asie/Pacifique	1 657	1 263	31 %
Total	15 451	8 920	73 %

BÉNÉFICIAIRES DE LA FORMATION

Nombre de bénéficiaires	Nombre de bénéficiaires 2005/2006	Nombre de bénéficiaires 2004/2005	Variation
France	1 983	1 687	18 %
Europe (hors France)	2 899	2 001	45 %
Amériques	3 677	2 070	78 %
Asie/Pacifique	4 925	2 886	71 %
Total	13 484	8 644	56 %

L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION

L'entretien annuel a pour objectifs :

- ▶ d'effectuer conjointement le bilan de l'année, et formuler une appréciation globale ;
- ▶ d'évaluer l'atteinte des objectifs spécifiques de l'année écoulée ;
- ▶ de permettre l'identification des points forts et des axes d'amélioration pour l'année à venir ;
- ▶ de définir et formaliser les objectifs à atteindre pour l'année à venir.

Cette année, 58 % des effectifs du Groupe, toutes catégories confondues, ont bénéficié d'un entretien annuel d'évaluation.

+ 73 %
de dépenses
en formation
en 2005/2006



Nishant Jain,
Directeur des Ventes
Pernod Ricard India.

Enjeux

Actionnaires

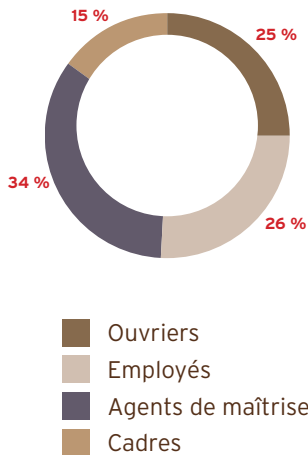
→ Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

Clients & Fournisseurs

Temps de formation par catégorie



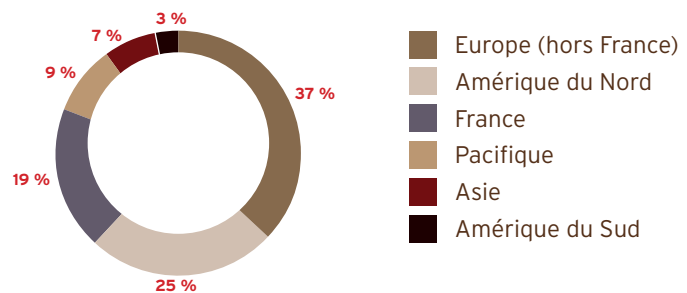
MASSE SALARIALE

MASSE SALARIALE GLOBALE

La masse salariale globale du Groupe s'élevait à plus de 700 millions d'euros au 30 juin 2006.

En 2005/2006, la rémunération variable versée sous forme de salaires a représenté 7,6 % de la masse salariale, soit plus de 50 millions d'euros.

Masse salariale par région



CHARGES SOCIALES

Le Groupe s'acquies des charges sociales dans ses filiales à hauteur des obligations légales ou au-delà. Au plan mondial, la moyenne des charges salariales est de 16,04 %, les charges patronales s'élevant à 19,76 %.

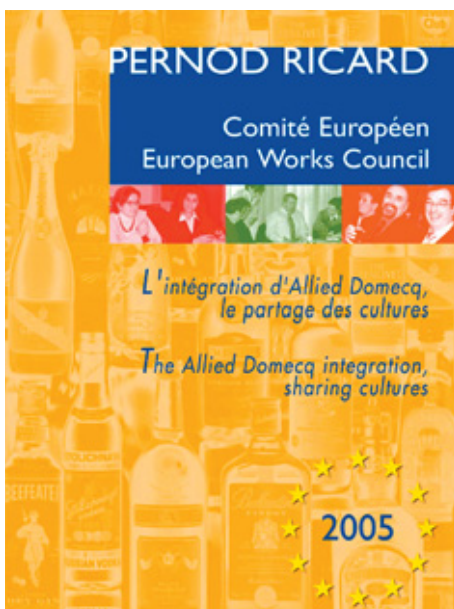
Le montant moyen en France s'élève à 21,12 % de charges salariales et de 44,69 % de charges patronales.

COMITÉ EUROPÉEN PERNOD RICARD

La moitié des collaborateurs de Pernod Ricard travaille aujourd'hui en Europe. Le Comité Européen Pernod Ricard (CEPR) s'est réuni fin 2005 chez Pernod Ricard España à Manzanares, ce qui a permis de faire un point sur l'intégration en cours et de présenter les perspectives du Groupe. À cette réunion ont été invités plusieurs anciens représentants du Comité Européen Allied Domecq, dans un souci de meilleure intégration.

Le Développement Durable a été également un des thèmes abordés, notamment sous ses aspects sociaux.

Enfin, de manière à refléter la nouvelle dimension du Groupe en Europe, il a été décidé de renouveler de manière anticipée la composition du Comité Européen. À cet effet, un nouvel accord a été conclu en 2006, augmentant le nombre de délégués de 18 à 23. Il sera mis en place lors de la prochaine réunion du Comité Européen.





2,6 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs

Consommation responsable ; Qualité & Innovation

31 %

de la croissance mondiale des Spiritueux entre 1992 et 2005 issue des nouveaux produits (source : IWSR)

Pernod Ricard accorde une place essentielle à la qualité de ses produits. Pour atteindre cet objectif, le Groupe ne cesse d'innover pour améliorer ses méthodes de production. L'innovation vise aussi à faire évoluer ses marques et à en créer de nouvelles pour répondre aux attentes des consommateurs. À l'écoute de son environnement, Pernod Ricard poursuit également une démarche de prévention des consommations à risque, notamment auprès des jeunes adultes.

3 QUESTIONS À CLAUDE ALLÈGRE

Président du Conseil Scientifique
Pernod Ricard

Quel est, selon vous, le rôle de la recherche dans l'entreprise ?

Dans le monde moderne, mondialisé, où tout évolue très vite, la recherche et les innovations en tous genres, technologiques, sociologiques, économiques, qui peuvent en découler sont des éléments essentiels de la pérennité d'une entreprise. Dans le monde de demain, celui qui ne saura pas évoluer disparaîtra. Le domaine des Vins & Spiritueux n'échappe pas à cet impératif.

Quel visage prennent recherche et innovation chez Pernod Ricard ?

La recherche chez Pernod Ricard concerne des aspects extrêmement variés : la préservation dans le temps des boissons embouteillées ; le goût ; la qualité des matières premières et des processus de fabrication ; la maîtrise des levures de fermentation ; la lutte contre la contrefaçon aujourd'hui galopante et inquiétante.

Dans ce cadre, quel est le rôle du Conseil Scientifique ?

Les thèmes de toutes ces recherches indispensables sont définis par une interaction forte entre le département marketing et le département recherche. La mise en œuvre pourra être soit externalisée, soit réalisée en interne dans une structure de recherche organisée en réseau. Dans cette démarche, le rôle d'un conseil scientifique composé de personnalités extérieures est multiple. Il permet de donner un avis sur les recherches entreprises et les résultats obtenus en regard du contexte mondial de la recherche. Il permet de tisser des liens entre la recherche de Pernod Ricard et le monde extérieur, par exemple pour orienter et aider le recrutement d'excellence. C'est l'ensemble de cette démarche recherche et innovation, désormais placée dans un contexte international, qui doit permettre à Pernod Ricard de s'assurer un développement supérieur à ses concurrents.

PARCOURS

Président du Conseil Scientifique Pernod Ricard ; Professeur à l'IPGP (Institut de Physique du Globe de Paris) et ancien ministre de l'Éducation nationale



PROPOSER DES PRODUITS INNOVANTS ET DE QUALITÉ L'INNOVATION AU SERVICE DU MARCHÉ

Après l'intégration d'Allied Domecq et la consolidation de son portefeuille de marques, Pernod Ricard adapte son organisation ainsi que ses méthodes de production et d'innovation à ses nouvelles dimensions et ambitions.

L'innovation est un axe stratégique majeur. Mettre l'innovation au service du marché et des consommateurs est une préoccupation permanente des équipes marketing et développement, qu'il s'agisse de lancer de nouveaux produits ou d'améliorer des produits existants. Caractéristiques organoleptiques (texture, goût, parfum, couleur) et packaging sont autant d'opportunités pour innover.

Ainsi, juste avant le traditionnel pic de vente estival, Stoli Blueberi est venu enrichir la gamme de la vodka Stolichnaya. Son développement a été réalisé en associant étroitement les barmen dans le choix du concept et la mise au point finale. Ces professionnels connaissent en effet très bien les consommateurs.

Olmeqa Tézon, tequila Super Premium – 100 % agave bleue – innove également en introduisant un processus exclusif de production : une roue en pierre volcanique qui écrase l'agave pour libérer l'intensité des jus et des fibres. Ce mélange fermente pendant 24 heures puis est distillé deux fois, filtré et mis en baril de chêne. On obtient ainsi une tequila d'une extraordinaire saveur, à l'arôme et au corps affirmés.

Martell, pour sa part, rend hommage à l'esprit inventif et inspiré de son fondateur, en dessinant son nouvel XO : un nouvel assemblage qui privilégie les deux crus prestigieux du cœur de la région de Cognac, les Grandes Champagnes et les Borderies, permettant ainsi d'exprimer au mieux toute la finesse et l'élégance du style Martell avec un plus grand potentiel de vieillissement. Ce nouvel XO est proposé dans un flacon lui aussi novateur, au design inattendu et élégant, en forme d'arche, qui témoigne de l'équilibre subtil entre tradition et modernité.

Enfin, à partir d'une sélection de raisins très rigoureuse de cépage Chardonnay et Pinot Noir, suivie d'une fermentation en bouteille et d'un assemblage de plusieurs années, Jacob's Creek Sparkling Rosé a été élaboré pour installer Jacob's Creek dans la catégorie des vins du Nouveau Monde Premium, et répondre à un marché de vins pétillants rosés en plein développement.



De haut en bas :
Olmeqa Tezón,
nouveau
Martell XO,
Jacob's Creek
Sparkling Rosé.

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs

79 sites
industriels certifiés
ISO 9001,
au 30 juin 2006

RÉORGANISATION DE LA RECHERCHE ET DU DÉVELOPPEMENT

L'intégration des marques d'Allied Domecq a conduit Pernod Ricard à adapter l'organisation et le processus de Recherche et Développement du Groupe tout en respectant le principe de décentralisation qui lui est cher.

Les centres régionaux de support à l'innovation, situés au plus près des équipes marketing des Propriétaires de Marques, ont été renforcés pour tenir compte de l'augmentation du nombre de marques et des niveaux de compétences nécessaires.

Une organisation de fonctionnement en réseau favorisant les synergies entre les centres de recherche régionaux et le laboratoire central, a été mise en place : échange de savoir-faire, mutualisation des moyens et travaux de recherche entrepris en commun.

Deux types de réseaux ont été créés : des réseaux métiers et des réseaux experts.

Le Centre de Recherche, situé en France (CRPR), a été conforté dans sa mission de référent scientifique pour le Groupe :

- › il assure la conformité et la qualité des marques stratégiques ;
- › il maintient un haut niveau de compétence scientifique dans les domaines transversaux, stratégiques pour le développement des marques ;
- › enfin, il coordonne et anime l'organisation des réseaux de la Recherche et du Développement.

Conjointement à cette réorganisation de la Recherche et du Développement, le Centre de Recherche central a été rattaché à la Direction Marketing du Groupe pour rapprocher la stratégie d'innovation des besoins des marchés.

CONTRÔLER LA QUALITÉ DES PRODUITS

Le premier engagement de Pernod Ricard, rappelé dans sa Charte Globale de Développement Durable, est de "proposer aux consommateurs des produits d'une qualité irréprochable".

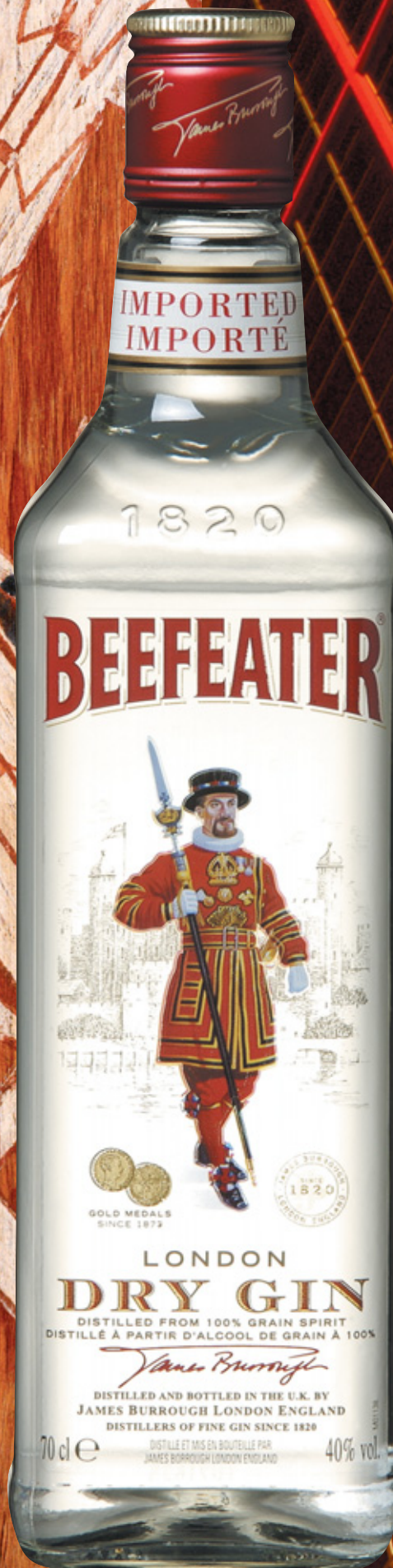
Au niveau de chaque site de production, cet engagement se traduit par :

- › le développement d'un système d'assurance qualité répondant aux exigences du référentiel international ISO 9001. Au 30 juin 2006, 79 sites industriels sur 101 sont certifiés selon ce standard ;
- › la maîtrise de la sécurité alimentaire par l'utilisation de plans de contrôle systématiques, développés selon la méthode HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points).

La Direction Qualité-Sécurité-Environnement du Groupe soutient cette démarche d'amélioration continue par :

- › la création, en 2006, de deux nouveaux guides de bonnes pratiques : maîtrise des risques de contamination et méthodologie d'analyse des risques ;
- › la définition au cours d'une conférence annuelle d'orientations communes. Ainsi, le Groupe soutient le développement du nouveau référentiel international ISO 22000. Les premières certifications sont attendues au cours du prochain exercice ;
- › la réalisation d'un audit annuel de la présentation des produits en magasins. Intégrant cette année les nouvelles marques stratégiques (Malibu, Kahlúa, Ballantine's, Mumm, Stolichnaya, etc.), il porte sur un panel de 200 magasins situés en Europe et aux États-Unis, et permet de comparer les produits Pernod Ricard aux principaux produits concurrents ;
- › la mise en place d'un processus permettant une remontée vers les Propriétaires de Marques des plaintes de consommateurs collectées par les filiales de distribution, et un traitement rapide de celles-ci.





2,3 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs

Promouvoir la consommation responsable

300 000
éthylotests distribués
chaque année
aux consommateurs français

Pernod Ricard encourage, auprès du grand public comme auprès de ses collaborateurs, une consommation responsable qui favorise la convivialité et décourage l'abus et la consommation inappropriée.

Soucieux du bon usage de ses produits, le Groupe accompagne partout dans le monde les politiques de santé publique, afin de prévenir les consommations à risque. Et pour lui, la consommation responsable commence par une communication elle-même responsable.

3 QUESTIONS À MARIO RUBIO

Mario Rubio est gérant de bar et barman depuis 10 ans en Catalogne (Espagne). Il travaille pour la chaîne catalane Spit chupitos. Il a suivi les formations "Tu sers, tu décides" de la Fundación Alcohol y Sociedad, dont Pernod Ricard España est membre.

Pourquoi vous êtes-vous intéressé au programme de formation sur la consommation responsable et le service responsable ?

Mon métier est de faire des cocktails, dans un contexte festif et nocturne : 95 % des gens que je sers demandent de l'alcool. Cela fait 10 ans que je fais ce métier, j'ai donc eu l'occasion de constater que certains connaissent leurs limites et d'autres non : je suis confronté tous les soirs à la problématique de la consommation responsable. Je me sens également concerné par le "service responsable". Au moment de sa commande, nous conseillons le client, tant en fonction de ses goûts qu'en fonction de sa capacité ou non à boire de l'alcool.

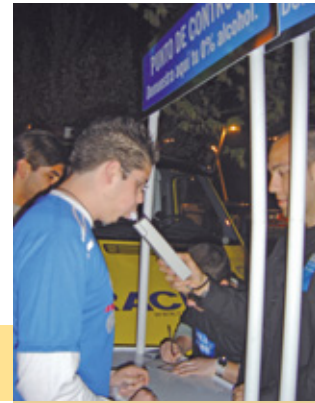
Qu'est ce que la formation vous a apporté et comment appliquez-vous les connaissances acquises pendant ces sessions ?

La formation dispensée par la Fondation Alcohol et Société, notamment dans les écoles hôtelières, nous donne les outils pour évaluer la capacité du client à boire de l'alcool et pour mieux le conseiller. Parmi ces outils, un manuel pédagogique très complet, un dépliant de synthèse et les 10 commandements d'un service responsable. Cela m'a donné une ligne conductrice, des formules à utiliser au moment d'expliquer au client qu'il a trop bu et que dans son intérêt, il devrait arrêter. J'ai aussi appris le concept de l'unité d'alcool standard et je sais maintenant reconnaître le seuil au-delà duquel la consommation d'alcool cesse d'être responsable. Cela m'aide dans mon métier tous les jours. J'essaie également de faire descendre l'information et de former mes équipes au service responsable.

Que représente pour vous le fait qu'un acteur du marché des Vins & Spiritueux comme Pernod Ricard sponsorise le projet "Tu sers, tu décides" ?

Comme je l'ai expliqué, cela représente d'abord une aide très concrète. Ensuite, il me semble que dans un secteur considéré comme "frivole", cette initiative aide à professionnaliser le monde de la nuit. Enfin, je salue les initiatives qui soutiennent la consommation responsable. Notre intérêt est que les gens rentrent sains et saufs chez eux et qu'ils reviennent. De nombreux clients reviennent le lendemain et me disent : "Tu avais raison".





De gauche à droite :
- Action de prévention ivresse et violence au Royaume-Uni (Portman Group) ;
- Campagne de prévention en Espagne.

UN ENGAGEMENT MONDIAL

Pernod Ricard est un pionnier de l'engagement en faveur de la compréhension des effets de la consommation excessive d'alcool et des actions de prévention ciblées.

Créateur en France, il y a 35 ans, de l'Institut de Recherches et d'Études sur les Boissons (IREB), organisme privé de recherche en alcoologie unique au monde, Pernod Ricard est aussi à l'origine ou partie prenante de très nombreuses organisations spécialisées dans la prévention des situations ou populations à risque : Portman Group au Royaume-Uni, Entreprise & Prévention en France, Century Council aux États-Unis, Meas en Irlande, Fundación Alcohol y Sociedad en Espagne, etc.

Ces organisations ont vu leurs ressources augmentées au fil des ans et leur légitimité reconnue par la pertinence de leurs actions et l'évaluation de leurs résultats.

Mais, les attentes des autorités et des ONG se sont aussi accrues légitimement, en particulier s'agissant du marketing éthique, de la prévention de la consommation précoce ou excessive chez les jeunes, de l'alcool au volant ou de la consommation d'alcool pendant la grossesse.

Pernod Ricard s'est donc engagé pour anticiper ces attentes sur ses nouveaux marchés.

C'est ainsi que le Groupe a participé à la création en République tchèque de l'association Forum PSR et de l'association HAFRAC en Hongrie.

En Australie, Pernod Ricard est un membre actif de la Winemakers Federation of Australia qui est un des fondateurs de la nouvelle organisation Drink Wise dont l'objectif est de dégager chaque année 10 millions de dollars australiens pour des recherches et actions partenariales en faveur de la réduction du risque alcool. Ceci avec un slogan fédérateur "Moderation is always in good taste".

En Chine où l'accroissement de la circulation automobile et l'accroissement de la consommation d'alcool hors domicile se conjuguent, Pernod Ricard s'est engagé dans des initiatives partenariales uniques en faveur de la sécurité au volant.

Guide de prévention de la consommation des jeunes mineures (Century Council).



Nouvelle organisation de prévention en Australie.



CHINE : PERNOD RICARD EN PIONNIER DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

En signant, en avril 2005, un partenariat triennal avec la Sécurité routière chinoise (RTSAC) Pernod Ricard a été dans ce pays un véritable pionnier de la responsabilité sociale, s'agissant de la consommation d'alcool. Initiée par la diffusion de plus d'un million et demi de dépliants de prévention de l'alcool au volant, cette action est aujourd'hui complétée par des partenariats médias, l'ouverture d'un portail Internet éducatif dédié www.nodrinkdrive.com.cn, une campagne publicitaire spécifique d'accompagnement dans les journaux et bientôt une campagne d'affichage et des actions préventives dans certains événements festifs. La Police de la circulation de Shanghai relayera également cette nouvelle campagne dans son réseau. De façon volontaire et systématique, Pernod Ricard China devrait prochainement faire figurer sur les publicités de marque(s) un message de responsabilité pour prévenir le risque associé alcool/conduite et l'achat d'alcool par des mineurs.

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs

- 42 %

d'accidents automobiles engageant la responsabilité des collaborateurs du Groupe en France depuis 2002

EN PREMIÈRE LIGNE DU DIALOGUE AVEC LA SOCIÉTÉ CIVILE

2006 a vu Pernod Ricard s'engager davantage dans le dialogue ou le partenariat avec les parties prenantes du dossier alcool dans le monde.

En voici quelques exemples :

En Europe :

- Écosse : intervention à la conférence annuelle de l'ONG "Alcohol Focus Scotland" consacrée à la réduction du risque alcool ;
- Grèce : élaboration avec la profession des spiritueux et le Gouvernement d'un Code d'Autodiscipline Publicitaire opposable à tous ;
- Irlande : participation de Pernod Ricard, au titre de la profession, au nouveau panel de surveillance de la publicité des boissons alcoolisées ;
- Espagne : présentation via la Fundación Alcohol Y Sociedad du livre blanc sur "adolescence et alcool", fruit de 22 000 entretiens avec des jeunes de 12 à 18 ans ;
- Union européenne : participation à la table ronde de l'European Policy Center chargée d'alimenter la prochaine Communication de la Commission au Conseil européen sur la stratégie relative à la réduction des dommages liés à l'alcool. Rencontre finale avec le Commissaire européen, Markos Kyprianou, chargé de la Santé et de la protection du Consommateur.

Au niveau mondial Pernod Ricard a rejoint, après l'acquisition d'Allied Domecq, le "think tank" ICAP (International Center for Alcohol Policy) chargé de promouvoir une compréhension commune public-privé sur les questions d'alcool.

Deux représentants du Groupe ont également été invités à l'importante consultation engagée en mars 2006 par l'Organisation mondiale de la santé à Genève à la suite de la résolution de 2005 sur l'alcool et son usage à risque pour la santé.



ALCOOL ET GROSSESSE : UN RISQUE ÉVITABLE

Pernod Ricard soutient les recommandations d'abstinence pendant la grossesse. Le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF), aujourd'hui parfaitement reconnu scientifiquement, est un risque tout à fait évitable grâce à une politique de prévention ciblée.

Le Groupe accompagne en France – notamment grâce à l'I'REB et l'association Entreprise & Prévention – les autorités sanitaires et les collectivités territoriales dans la mise en œuvre de cette politique. De juin à décembre 2006, une campagne de prévention partenariale auprès des femmes enceintes et des professionnels de santé a été initiée dans l'agglomération havraise.

Borne éthylotest fixe imaginée par l'association Entreprise & Prévention.



LES COLLABORATEURS ACTEURS DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE

Depuis plusieurs années, le Groupe implique ses collaborateurs, en particulier les équipes commerciales, dans la politique de responsabilité sociale.

Depuis 2002, Pernod et Ricard en France ont mobilisé leurs forces de vente dans le cadre de la Charte de Sécurité Routière signée avec le ministère des Transports.

Le premier bilan de celle-ci a dépassé les objectifs qui avaient été assignés par le partenariat, avec notamment une baisse de 42 % des accidents automobiles engageant la responsabilité des collaborateurs du Groupe en trois ans, au lieu des 30 % fixés.

Les forces de vente des filiales françaises sont aujourd'hui aussi les prescripteurs dans les établissements de nuit de la toute nouvelle borne éthylo-test électronique fixe imaginée par Entreprise & Prévention et homologuée par les pouvoirs publics. Elle a donné lieu à l'été 2006 à une tournée nationale "Borne to stay alive".

Pernod Ricard España à son tour s'engage dans cette voie et ses collaborateurs sont aussi dotés d'un guide de bonne conduite tout comme ceux de Pernod Ricard aux États-Unis.

Des soirées festives de la marque Havana Club en Espagne ont aussi permis de tester avec succès la diffusion auprès des consommateurs des outils et messages de la Fundación Alcohol y Sociedad. Cette démarche devrait être menée à plus grande échelle à l'occasion du nouvel an 2007.



Campagne réalisée par The Drinkaware Trust.

THE
DRINKAWARE
TRUST

PARTENARIAT HISTORIQUE AU ROYAUME-UNI

Pernod Ricard UK est depuis 2006 impliqué dans le "Drinkaware Trust" organisme soutenu par les autorités sur la base d'un contrat d'objectifs, mais financé par les producteurs et distributeurs de boissons alcoolisées (budget : 12 millions de livres sterling en trois ans) : campagnes, media, presse, TV sur la prévention des risques, information systématique sur le lieu de vente (pubs et supermarchés), mention du site d'information dédié www.drinkaware.co.uk sur toutes les bouteilles des entreprises adhérentes. Le "Drinkaware Trust" est géré par un Conseil d'Administration de 13 membres indépendants.



3 QUESTIONS À MARK ORR

Directeur des Affaires publiques nord américaines

Quelle est la situation actuelle en matière de consommation d'alcool par les mineurs aux États-Unis ?

La consommation d'alcool des mineurs demeure un problème d'actualité même si la situation a tendance à s'améliorer. Durant les 10 dernières années, la problématique du "underage drinking", comme nous l'appelons aux États-Unis, a diminué de manière significative. Pernod Ricard USA ne vend pas ses produits aux mineurs et travaille avec force et conviction pour lutter contre ce phénomène.

Pourtant de nombreuses critiques prétendent que les campagnes publicitaires du secteur Vins & Spiritueux encouragent les jeunes à boire. Que pouvez-vous en dire ?

Les recherches menées depuis plus d'une décennie n'ont pas permis de mettre en évidence un quelconque lien de causalité entre la publicité et la décision prise par un individu de boire de l'alcool. Une récente étude a affirmé pouvoir démontrer un tel lien, mais il s'avère que la méthodologie utilisée et les conclusions

présentées sont très peu fiables. Depuis 1985, les dépenses publicitaires du secteur ont augmenté de manière exponentielle, alors que dans le même temps, la consommation d'alcool aux États-Unis baissait de plus de 20 %, une preuve supplémentaire qu'il n'existe aucun lien de causalité.

Néanmoins, Pernod Ricard a-t-il revu ses campagnes publicitaires aux États-Unis afin d'être en cohérence avec son engagement contre l'"underage drinking" ?

Pernod Ricard USA adhère scrupuleusement aux exigences de contenu et d'emplacement publicitaire fixées par le "Distilled Spirits Council" en matière de publicité et de marketing. Le Code exige par exemple qu'au moins 70 % du public visé par la publicité et son emplacement ait au moins 21 ans. D'autres dispositions exigent que le contenu de la publicité soit de bon goût et approprié pour un public d'âge mûr. Je suis heureux de pouvoir affirmer que nos campagnes satisfont systématiquement à toutes ces exigences.

PARCOURS

Mark Orr a rejoint Pernod Ricard en 1999 après presque 10 ans passés au sein du "Distilled Spirits Council" aux États-Unis. Il est Directeur des Affaires publiques de Pernod Ricard pour la Région Amérique du Nord.



2,1 millions de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Éthique publicitaire une obligation de résultats

Depuis sa création en 1975, Pernod Ricard s'est attaché à répondre aux questions posées par l'usage excessif de la consommation d'alcool ou sa consommation inappropriée. La communication commerciale de ses produits et de ses marques se doit donc non seulement d'informer le consommateur sur la qualité, mais aussi d'être loyale et respectueuse des attentes du public et des autorités. La publicité des boissons alcoolisées dans le monde est aujourd'hui, soit encadrée par la loi, soit relève dans de très nombreux pays de codes d'autodiscipline signés par les professionnels et applicables à tous. Dans certains pays en revanche, la liberté de communication prime. L'exigence d'un marketing éthique est, pour Pernod Ricard, quel que soit le contexte local, une constante mondiale avec une obligation de résultats.

50

campagnes publicitaires
examinées par le Comité
de Contrôle Interne
Pernod Ricard en 2005/2006

3 QUESTIONS À

ARMAND HENNON

Directeur des Affaires publiques
France de Pernod Ricard

Vous êtes, depuis l'acquisition d'Allied Domecq, l'un des membres du Comité de contrôle interne de l'autodiscipline publicitaire. Quel est le sens de votre mission ?

Pernod Ricard a signé dans le monde de nombreux codes d'éthique en matière de communication commerciale. Dans ce domaine comme dans d'autres, la signature de Pernod Ricard et de ses dirigeants se doit d'être honorée dans les actes. Et elle l'est. C'est le sens de notre mission.

Concrètement, vous censurez certaines publicités ?

Nous ne sommes pas des censeurs mais simplement nous faisons prendre en compte aux équipes marketing que la société civile et les pouvoirs publics ont des attentes spécifiques compte tenu des questions de santé publique posées par l'abus possible d'alcool ou son usage inapproprié. Ce message passe d'autant mieux que le Groupe a une culture de la prévention ancienne et impulsée par son management.

Quel premier bilan tirez-vous ?

En une année d'existence nous avons examiné environ 50 campagnes publicitaires ou opérations particulières (promotions, sponsoring, sites Internet, etc.). Seules 5 campagnes ou visuels d'une campagne ont été refusés ou acceptés après modifications, soit 10 %. Et encore s'agissait-il de campagnes initiées par Allied Domecq que les nouveaux Propriétaires de Marques voulaient voir réévaluer par notre Comité. Nous avons aussi donné des conseils confidentiels sur des avant-projets non finalisés ou sur des questions éthiques soulevées par nos filiales. Les 3 membres de ce Comité que sont Rick Connor (Chivas Brothers), Tom Lalla (Pernod Ricard Americas) et moi-même, sommes également fréquemment sollicités en matière de formation interne sur les questions d'autodiscipline.

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 2000 comme Directeur des Affaires publiques pour la France, il était auparavant Directeur Général de l'association Entreprise et Prévention. Il avait également exercé différentes fonctions en cabinets ministériels, au Parlement et dans des organisations professionnelles. Depuis 2006 il siège au Conseil de la Modération et de la Prévention mis en place par le Gouvernement français.



Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs



DOCTRINE DE RÉFÉRENCE

Pernod Ricard a endossé en 2006, au niveau mondial pour la publicité, le sponsoring et Internet, le "code de bonne conduite" qu'il avait signé au niveau européen au sein de l'European Forum for Responsible Drinking (EFRD, anciennement Amsterdam Group). Le respect de ce code est donc le standard minimum quels que soient la marque concernée ou le pays de destination de la campagne. Il s'ajoute aux codes nationaux - avec leurs spécificités - auxquels a souscrit le Groupe.



L'ACQUISITION D'ALLIED DOMECCQ ET LA NOUVELLE IMPULSION ÉTHIQUE

Dès l'acquisition d'Allied Domecq en juillet 2005 et l'accroissement consécutif du portefeuille de marques et des communications commerciales liées, la Direction Générale de Pernod Ricard a conduit une réflexion pour garantir partout un même niveau d'exigence éthique.

Allied Domecq disposait en effet d'un réel savoir faire en la matière et Pernod Ricard de son côté avait été pionnier dans la signature - et le respect - de codes d'autodiscipline sur ses marchés historiques. Le fruit de cette réflexion a entraîné la mise en place d'une nouvelle procédure de contrôle interne des publicités, adaptée à l'organisation décentralisée du Groupe et tenant compte de la pluralité des agences de publicité prestataires. Cette nouvelle procédure est désormais formalisée et donne lieu à davantage d'évaluation et de "reporting".

COMMENT FONCTIONNE LE CONTRÔLE INTERNE DE L'ÉTHIQUE PUBLICITAIRE ?

Le contrôle interne est distinct du respect de la loi et porte exclusivement sur le respect des règles d'autodiscipline souscrites par le Groupe. Il ne s'applique pas à la pertinence marketing des campagnes publicitaires.

Il vient en amont du contrôle externe qui est confié à des organismes d'autodiscipline extérieurs et dont les décisions s'imposent : Entreprise & Prévention/BVP en France, CCCI en Irlande, Autocontrol en Espagne, Discus aux États-Unis, etc.

UN FONCTIONNEMENT COLLÉGIAL

Le contrôle interne de l'éthique publicitaire a été confié dans sa phase opérationnelle à trois collaborateurs du Groupe particulièrement impliqués dans des organisations professionnelles nationales en charge de la prévention de l'abus d'alcool, l'autodiscipline et le dialogue avec la société civile.

La collégialité des décisions permet d'avoir une vision plus objective. Mais, comme le rappelle constamment Patrick Ricard, chaque collaborateur du Groupe, du jeune chef de produit jusqu'au Président de filiale de distribution ou au Propriétaire de Marques est copropriétaire et co-responsable des engagements éthiques de Pernod Ricard et de leur respect.

4 MISSIONS

- Contrôle préalable obligatoire de toutes les campagnes des 15 marques stratégiques du Groupe.
- Contrôle préalable facultatif mais recommandé des campagnes des 30 marques locales clés.
- Évaluation a posteriori du respect de l'éthique publicitaire pour toutes les campagnes non contrôlées préalablement.
- Mission de conseil confidentiel et d'expertise dans les phases préparatoires à l'élaboration d'une campagne ou pour toutes questions relatives au respect de l'autodiscipline.

MODALITÉS DU CONTRÔLE

Le Comité de contrôle interne de l'autodiscipline saisi pour avis sur un projet de campagne doit se prononcer dans les 7 jours. Il élabore pour chaque projet soumis un avis synthétique avec trois niveaux :

Vert : Accord sans réserve.

Orange : Accord sous réserve de modifications non soumises à nouvel avis.

Rouge : Refus et nouvelle soumission demandée.

REPORTING

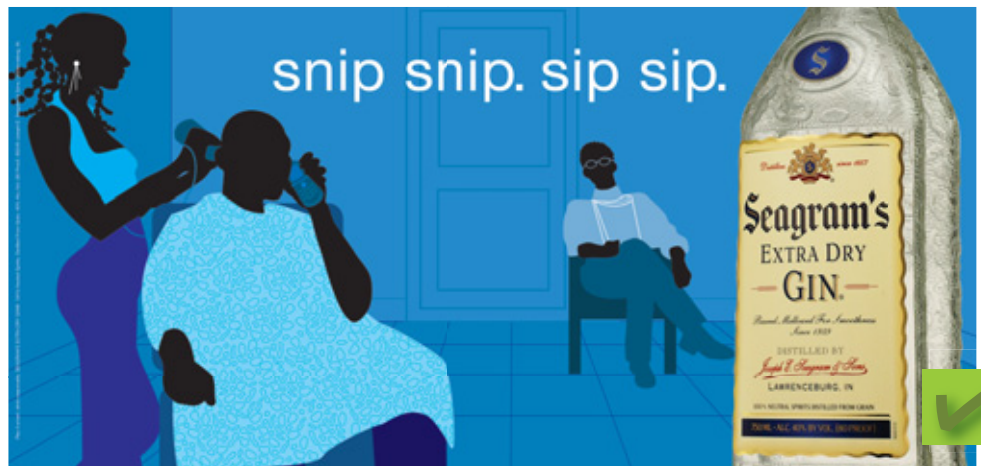
Une synthèse de l'ensemble des décisions est réalisée tous les deux mois et transmise au Comité Exécutif Groupe qui les passe en revue et les valide.

PREMIER BILAN

- Entre août 2005 et août 2006, 50 campagnes ont été soumises au contrôle interne préalable de l'autodiscipline. Parmi elles 45 (90 %) ont obtenu un avis "vert", 3 (6 %) un avis "orange" et deux (4 %) un avis "rouge". Le taux de "conformité" constaté est en fait supérieur si l'on considère que bien souvent chaque campagne dispose de plusieurs exécutions distinctes autour d'un même concept. Il est à noter aussi que sur l'exercice 2005/2006 les campagnes qui ont été refusées ou modifiées avaient été initiées avant l'acquisition d'Allied Domecq. Pernod Ricard estime que son système de contrôle interne a priori a été efficace car, cette année encore, aucune campagne pour une marque du Groupe n'a ensuite été refusée ou amendée par une instance de contrôle externe ou condamnée par une quelconque juridiction.
- Environ 50 demandes de conseils ou d'avis informel et confidentiel en cours d'élaboration d'une campagne ont été sollicités.
- La présentation de la nouvelle procédure de contrôle interne a été faite systématiquement lors de réunions bilatérales avec les filiales, à l'occasion du séminaire annuel "Sales & Marketing" des Embiez, en avril 2006. Elle a aussi donné lieu à des réunions de travail spécifiques chez les Propriétaires de Marques (Chivas Brothers, Irish Distillers Ltd, Martell Mumm Perrier-Jouët, Malibu-Kahlúa International, etc.). Le respect de l'autodiscipline professionnelle et de la procédure interne a aussi été intégré dans le séminaire juridique dispensé par le Centre de Formation de Pernod Ricard pour les cadres du Groupe.

90 %
des campagnes examinées
en 2005/2006
par le Comité d'éthique
ont obtenu un avis favorable

CAMPAGNES APPROUVÉES EN CONTRÔLE INTERNE



Publicité Ricard "Anis étoilé", en France.
Publicité Martell "What's French for smoother ?" en Irlande.
Publicité Seagram's Gin "snip snip, sip sip" aux États-Unis.
Page de gauche : Publicité Internationale Jacob's Creek.

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

→ **Consommateurs**

Environnement

Clients & Fournisseurs

CAMPAGNES MODIFIÉES OU REFUSÉES APRÈS CONTRÔLE INTERNE SOLlicitÉ PAR LE PROPRIÉTAIRE DE MARQUES APRÈS L'ACQUISITION D'ALLIED DOMECQ.



À gauche : ancienne publicité Mumm soumise à **modification**.

À droite : publicité internationale (hors France) Mumm **approuvée**.



Ce projet de publicité, en faveur d'une promotion en Nouvelle-Zélande, bien que conforme à la lettre au code de bonne conduite local et au code EFRD (car n'associant pas consommation d'alcool et conduite), a été modifié (cf. visuel de droite) après contrôle interne. Afin de supprimer toute ambiguïté sur le message "alcool au volant", le Comité a demandé la suppression de la représentation d'un véhicule automobile et d'un pilote en action.



À gauche : publicité Perrier-Jouët **refusée**.

À droite : nouvelle publicité internationale (hors France) Perrier-Jouët **approuvée**.



Après l'acquisition d'Allied Domecq, à la demande de Martell Mumm Perrier-Jouët, la campagne internationale de Perrier-Jouët (hors France) en cours, a été transmise au comité interne d'autodiscipline. Ce dernier a estimé que la campagne, quoique décente et sans connotation sexuelle, ne respectait pas les engagements d'autodiscipline du Groupe (code Discus aux États-Unis et EFRD) en particulier, compte tenu des modalités de représentation de la femme. Cette campagne a donc été retirée et une nouvelle campagne, jugée parfaitement conforme, élaborée.



0,6 million de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

→ Environnement

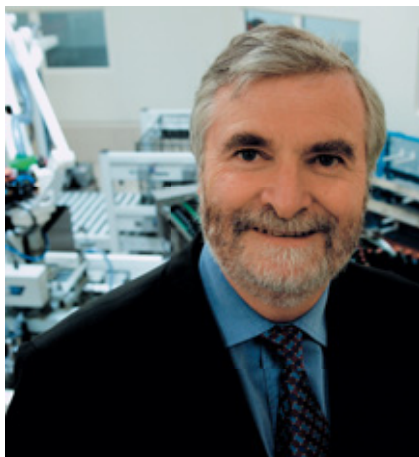
Clients & Fournisseurs

Économiser les ressources naturelles



ENGAGEMENT POUR L'ENVIRONNEMENT

Parmi les 6 engagements du Groupe énoncés dans sa Charte globale de Développement Durable, l'un vise à économiser les ressources naturelles et à respecter l'environnement. Cet engagement se concrétise par le recours aux meilleures techniques disponibles, l'amélioration du rendement énergétique, la promotion du recyclage et la limitation de la production de déchets et des pollutions.



3 QUESTIONS À JEAN-PIERRE SAVINA Directeur Industriel du Groupe.

Dans quelle mesure l'acquisition d'Allied Domecq modifie-t-elle le périmètre industriel du Groupe ?

L'acquisition d'Allied Domecq a très fortement modifié la taille et la répartition géographique des activités industrielles du Groupe. Pernod Ricard compte près d'une quarantaine de nouveaux sites de production, soit un total de 101 sites contre 62 avant l'acquisition. Nous avons considérablement renforcé notre présence en Amérique du Nord, notamment avec les sites de Walkerville au Canada et Los Reyes au Mexique. Le secteur du Vin représente à lui seul 20 nouveaux sites de production, principalement en Espagne et Nouvelle-Zélande.

Quel bilan tirez-vous dans votre domaine de l'intégration d'Allied Domecq ?

Nous avons découvert des sites industriels bien gérés et des équipes très professionnelles, ouvertes et désireuses de partager les meilleures pratiques, ce qui correspond tout à fait à l'esprit Pernod Ricard. Les principaux sites bénéficiaient dans l'organisation Allied Domecq d'une autonomie opérationnelle ; il a été facile de conserver et d'intégrer leur

La politique environnementale du Groupe n'a pas été modifiée par le rachat d'Allied Domecq. Les sites de production repris ont été rattachés aux filiales Pernod Ricard existantes et gérés sur le plan Qualité, Sécurité, Environnement comme les sites historiques. Les axes de progrès précédemment identifiés ont été confirmés pour l'ensemble des sites industriels.

L'actuel reporting environnemental couvre 99 sites sur 101, soit la quasi-totalité du périmètre industriel mondial. Seuls deux sites situés en Inde et au Mexique, représentant environ 1,5 % de l'activité, n'ont pas été consolidés par manque de données environnementales fiables.

expertise dans l'organisation décentralisée de Pernod Ricard. Le bilan est donc très positif.

Quelles étaient vos priorités en accueillant les collaborateurs d'Allied Domecq ?

La nouvelle dimension du Groupe nous a amené à revoir nos procédés de fonctionnement pour optimiser nos coûts, notamment dans les domaines des achats et de la supply chain. Notre démarche a consisté à identifier les bonnes pratiques en place chez Allied Domecq et voir comment les adapter à l'organisation Pernod Ricard. Ceci s'est fait par l'intégration des collaborateurs clés d'Allied Domecq aussi bien dans les régions qu'à la Holding. Nous avons rencontré une attitude très positive de ces collaborateurs, dans la construction du nouveau Pernod Ricard. Les synergies mises en œuvre ont permis d'accroître sensiblement notre niveau de savoir-faire et de compétences.

PARCOURS

Entré dans le Groupe en 1977 comme Ingénieur de Recherche, il est ensuite nommé Chef de Service Technologie au Centre de Recherche Pernod Ricard avant de devenir en 1999 Directeur des Opérations pour Pernod Ricard USA. Depuis 2003, il est Directeur Industriel du Groupe. Le Centre de Recherche lui est rattaché depuis janvier 2006.

BILAN DE L'INTÉGRATION D'ALLIED DOMECQ UNE PRODUCTION STABLE

La production des sites du Groupe s'élève à 1 145 millions de litres sur les 12 derniers mois. Ce volume est globalement stable par rapport aux volumes cumulés de Pernod Ricard et d'Allied Domecq pro forma pour l'exercice 2004/2005 (1 149 millions de litres).

PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET AUTRES ÉQUIPEMENTS

Les principales propriétés du Groupe dans le monde sont ses 101 sites industriels significatifs (distilleries, chais de vieillissement, centres d'embouteillage et d'expédition), ses bâtiments administratifs et ses vignobles (situés principalement en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Espagne, en Argentine et en France).

Parmi ces sites, 8 sont classés SEVESO "seuil haut" en raison des volumes d'alcool en vieillissement stockés. Un est en Irlande et les 7 autres en Écosse.

Au 30 juin 2006, la valeur nette comptable de ces propriétés s'élève à 1 636 millions d'euros. Du fait de l'organisation décentralisée du Groupe, chaque filiale Propriétaire de Marques possède une ou plusieurs usines et y répartit ses productions.

POLITIQUE D'INVESTISSEMENT

Pour l'exercice 2005/2006, les investissements industriels du Groupe ont atteint 224,2 millions d'euros, soit environ 3,7 % du chiffre d'affaires consolidé.

Les projets les plus significatifs de l'exercice sont :

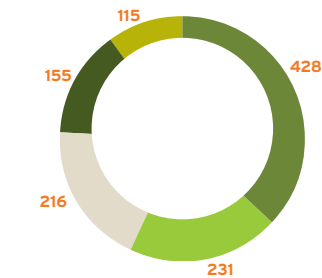
- la réorganisation industrielle de Chivas Brothers ;
- la poursuite du plan pluriannuel d'extension des chais de vieillissement et la création d'un entrepôt de produits finis pour faire face à la croissance du whiskey irlandais Jameson ;
- l'extension des capacités de vinification et l'équipement de nouveaux vignobles en Australie et Nouvelle-Zélande.

13 millions d'euros

affectés à la préservation
de l'environnement
en 2005/2006

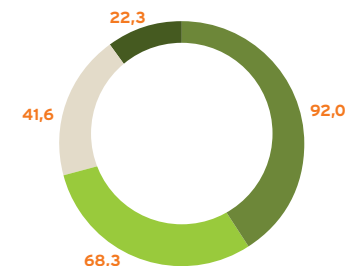
Répartition de la production par région du monde (en millions de litres) juillet 2005/juin 2006

Total : 1 145 millions de litres



Investissements industriels du Groupe (en millions d'euros) juillet 2005/juin 2006

Total : 224,2 millions d'euros



LES 5 PRINCIPAUX CENTRES D'ÉLABORATION ET D'EMBOUTEILLAGE ASSURENT

43 % DES VOLUMES PRODUITS :

- En Australie, Rowland Flat (embouteillage de vin).
- En Écosse, Kilmalid-Newton et Paisley (embouteillage de whisky).
- Aux États-Unis, Lawrenceburg Indiana (embouteillage de gin et autres spiritueux).
- Au Canada, Walkerville (embouteillage de spiritueux).

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

→ Environnement

Clients & Fournisseurs

Miltonduff.



Strathisla.



Périmètre industriel

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| Nord | Whisky |
| Aberlour | |
| Allt A Bhainne | Sud |
| Glenallachie | Airdrie |
| Longmorn | Balgray |
| Strathisla-Glen Keith | Dalmuir |
| The Glenlivet | New Bridge |
| Keith Bond | Paisley |
| Mulben | Strathclyde |
| Glenburgie | Dumbuck |
| Glendronach | Westhorn |
| Glentauchers | Willowyard |
| Miltonduff | Kilmalid-Newton |
| Tormore | |
| Scapa | |





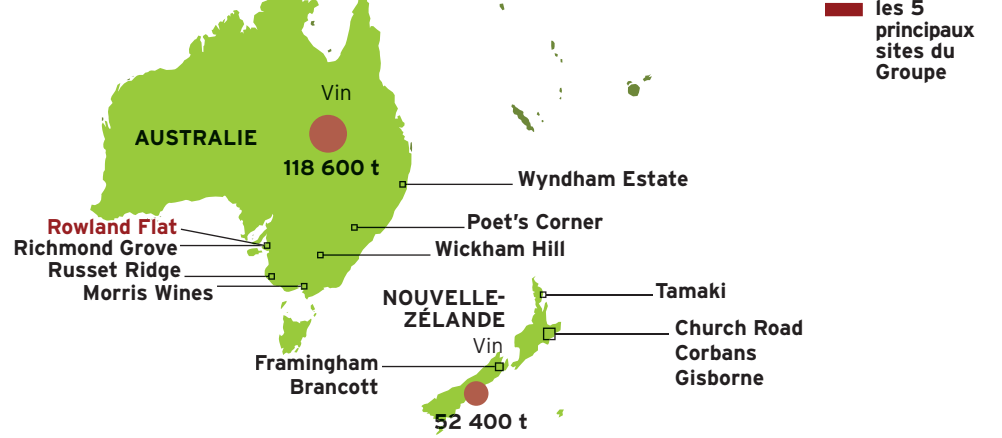
- Matières premières**
- Céréales
 - Raisin
 - ▲ Agave
 - ◆ Riz
- 101 sites industriels**
- les 5 principaux sites du Groupe



Nashik.



Wyndham Estate.



Enjeux

Actionnaires

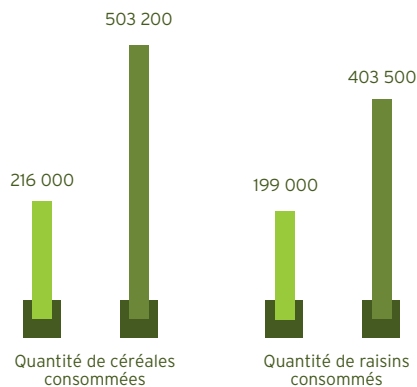
Collaborateurs

Consommateurs

→ Environnement

Clients & Fournisseurs

Consommation de matières premières en tonnes



- 2004/2005 (périmètre sans Allied Domecq)
- 2005/2006

MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Le management environnemental fait partie d'une politique de management intégré des risques définie par la direction Qualité-Sécurité-Environnement de Pernod Ricard.

Celle-ci diffuse les meilleures pratiques collectées au sein du Groupe et assiste les filiales dans leurs actions d'amélioration permanente. Un module de formation spécifique QSE est organisé chaque année au centre de formation du Groupe à l'intention de l'ensemble des filiales qui organisent localement leurs propres actions de sensibilisation. Le Groupe poursuit son programme de mise en place de systèmes de management environnemental répondant aux exigences du standard international ISO 14001.

Au 30 juin 2006, 45 sites sur 101 sont certifiés selon ce référentiel. Leur production représente plus de 63 % des 1 145 millions de litres du Groupe. Le pourcentage de sites certifiés devrait approcher les 60 % à la fin du prochain exercice.

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL LIMITÉ

Les activités industrielles de Pernod Ricard demeurent modestes et d'un impact environnemental limité au regard du volume total d'activité.

En revanche, le Groupe est, depuis son origine, un partenaire important de l'agriculture dont sont issues les matières premières essentielles à la fabrication des vins et spiritueux : l'alcool ; la canne à sucre et la betterave (servant à produire l'alcool) ; les plantes aromatiques ; les céréales et la vigne.

Ce lien avec les activités agricoles s'est encore accru avec l'acquisition d'Allied Domecq.

45 sites

sur 101 certifiés ISO 14001
au 30 juin 2006

3 QUESTIONS À JEAN-FRANÇOIS LAVIGNE

Conseiller auprès de la Direction Qualité-Sécurité-Environnement sur les questions Environnement et Affaires Techniques

Pouvez-vous nous résumer votre parcours professionnel et votre intégration dans Pernod Ricard ?

Ingénieur agronome et œnologue, j'ai passé toute ma carrière dans des groupes de Vins & Spiritueux internationaux, où j'ai occupé divers postes à l'industriel. Depuis 1999, j'étais chargé de mettre en œuvre la Politique environnementale d'Allied Domecq.

Comment s'est passée votre intégration au sein de la Direction Qualité-Sécurité-Environnement de Pernod Ricard ?

C'est cette expérience que Pernod Ricard a souhaité capitaliser en m'intégrant dans

l'équipe Qualité-Sécurité-Environnement. Dans une ambiance de travail transparente et conviviale, mon adaptation a été simple et rapide. Au-delà de mon cas personnel, la politique de décentralisation du Groupe favorise l'intégration, car elle fait de chaque employé un promoteur de sa marque, sans limite pour son esprit entrepreneur et sa liberté d'initiative.

Comment comparez-vous les politiques environnementales de Pernod Ricard et d'Allied Domecq ?

Les préoccupations des deux Groupes étaient très similaires : souci de développement durable en agriculture et pour l'utilisation des ressources naturelles (matières premières, eau, énergies) ; gestion optimisée des effluents et des déchets.

Une autre similitude plus fondamentale encore est l'utilisation rationnelle et pragmatique des certifications ISO (9001-14001) comme outils de progrès continu et de mesures objectives. J'avais été le promoteur de cette démarche chez Allied Domecq et ne pouvais que me réjouir de la retrouver ici.



L'AGRICULTURE RAISONNÉE

L'agriculture raisonnée est le meilleur moyen de faire vivre une agriculture rentable et durable.

Elle s'appuie sur le respect des bonnes pratiques qui vont de l'emploi des intrants (produits phytosanitaires) autorisés aux doses et aux dates recommandées, à l'utilisation conforme d'appareils contrôlés et au traitement déclenché aux seuils prédéfinis et mesurés.

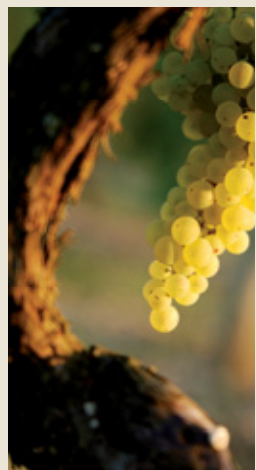
Ces principes sont notamment mis en œuvre sur les domaines viticoles gérés en propre par le Groupe et qui représentent aujourd'hui plus de 10 000 hectares à travers le monde.

Ils s'étendent aussi aux fournisseurs produisant sous contrat pour Pernod Ricard. Dans ce cadre, les actions de développement sont nombreuses et variées :

- ▶ fourniture aux 4 000 paysans viticulteurs arméniens sous contrat avec la filiale YBC (Yerevan Brandy Company) d'engrais et de phytosanitaires sélectionnés avec une équipe de 5 techniciens agronomes dispensant les conseils et le suivi de leur utilisation ;
- ▶ conseils de production pour les orges de distillerie avec spécification sur les variétés ou recommandation particulière à l'emploi minimum d'engrais azoté (production de whisk(e)y en Écosse et en Irlande) ;
- ▶ réduction des transports entre lieux de production et de transformation (blé et orge cultivés au plus près des malteries et distilleries en Irlande et en Écosse) ;
- ▶ valorisation des déchets de production : la réincorporation des marcs compostés dans les vignobles néo-zélandais permet de réduire significativement les apports d'engrais minéraux ;
- ▶ attention particulière portée aux effluents viticoles avec des aires de lavage des matériels agricoles adaptées pour une épuration biologique des eaux (Cognac Martell/France).

PERSPECTIVES

À l'instar des guides de bonnes pratiques développés pour la maîtrise des risques industriels, l'objectif pour l'année à venir est la création d'un socle commun de bonnes pratiques vitivinicoles basé sur les savoir-faire existants.



MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ NATURELLE

Pernod Ricard contribue au maintien de la biodiversité naturelle. Deux exemples en témoignent.

- ▶ Dès les années 1970 la grande gentiane jaune, base essentielle de fabrication de l'apéritif Suze a fait l'objet d'études de mise en culture afin de préserver les zones d'alpage et de modérer l'exploitation de la flore sauvage. Aujourd'hui, le Groupe exploite directement 70 hectares de gentiane de culture qui fournissent 50 % de ses besoins.
- ▶ En Arménie, des cépages endémiques (Meskhali, Rekatsiteli) font la typicité du brandy Ararat. Ces vignobles non greffés seraient menacés en cas de phylloxera. Les premières études de greffage de ces variétés caractéristiques ont été initiées pour les rendre résistantes et ainsi assurer leur pérennité.

RÉDUCTION DES PESTICIDES

Les méthodes douces sont toujours privilégiées lorsqu'existe une alternative à l'emploi de produits chimiques.

A titre d'exemple, Domecq Bodegas en Espagne utilise le principe de diffusion de phéromones pour perturber le cycle de reproduction d'un parasite s'attaquant aux grappes de raisin. Dans la pratique cela se traduit par la répartition dans le vignoble de "diffuseurs" qui détourneront des femelles les papillons mâles.

témoignage



JEAN-MARC ROUÉ Directeur Qualité-Sécurité- Environnement du Groupe

"L'animation de la politique environnementale dans un Groupe élargi a nécessité une réflexion approfondie.

Notre première priorité était de faire connaître à nos nouveaux collègues nos méthodes et outils de management.

Notre conférence "Qualité-Sécurité-Environnement" annuelle organisée au siège du Groupe fin janvier 2006 a permis à tous nos responsables locaux de se rencontrer, d'échanger et de recevoir cette information.

Fidèle à notre principe clé de décentralisation, notre démarche consiste essentiellement à identifier les meilleures pratiques et à les diffuser. Pour cela, nous amplifions notre programme d'audits croisés démarré en 2005 : 10 nouveaux auditeurs ont été formés, dont 7 venant d'Allied Domecq, 30 à 35 sites seront audités durant l'année 2006.

Nous modernisons aussi notre site Intranet pour faciliter l'échange d'informations et poursuivons la rédaction, par des groupes de travail, de guides de bonnes pratiques sur des sujets transverses (méthodologie d'analyse des risques, prévention du risque légitime, etc.)."

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

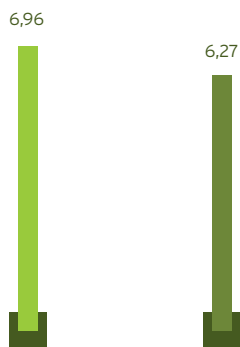
→ Environnement

Clients & Fournisseurs

- 9,9 %

de consommation d'eau
en 2005/2006

Évolution de la consommation
d'eau en mètres cubes
pour 1 000 litres de produits finis



- 2004/2005 (Pernod Ricard + Allied Domecq pro forma)
- 2005/2006



3 QUESTIONS À VICTOR ALMEIDA

Directeur Industriel
de Pernod Ricard CESAM
(Central & South America)

Pouvez-vous nous présenter les activités de Pernod Ricard CESAM ?

Nous avons produit au cours du dernier exercice 59 millions de litres de spiritueux et 35 millions de litres de vin dans nos 8 sites situés en Argentine et au Brésil.

Nos 3 sites brésiliens sont certifiés ISO 14001. De son côté, l'Argentine travaille pour atteindre l'objectif de certification de ses sites d'ici 2007. Pernod Ricard CESAM, comme les autres filiales du Groupe, est très concernée par l'environnement et fait très attention à minimiser l'impact de ses activités sur l'environnement grâce à un contrôle quotidien.

Quelles sont les grandes lignes de votre politique environnementale ?

Parmi les plans d'action mis en place, figurent ceux relatifs à un usage rationnel de l'eau et de l'énergie, au traitement des eaux usées ainsi qu'à la réduction des émissions atmosphériques.

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX CONSOMMATION D'EAU

La consommation moyenne sur l'exercice est de 6,27 mètres cube pour 1 000 litres de produits finis, en baisse de 9,9 %. Ce résultat significatif s'explique notamment par :

- ▶ la limitation des consommations :
Dans les vignobles australiens, espagnols et argentins, une technique de mesure du stress hydrique des plantes est utilisée pour optimiser les apports d'eau d'irrigation ;
- ▶ la réduction des pertes :
En Arménie, une campagne de mesure des consommations et de réfection des réseaux enterrés a permis une économie de plus de 80 000 m³ sur l'année. Une tendance positive qui reste bien sûr à confirmer dans les années futures.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples ?

Au Brésil, les eaux usées sont traitées avant rejet dans la nature. Nous surveillons régulièrement les ressources en eau (sources, rivières, etc.) pour prévenir tout impact environnemental. Nous sommes également très sensibles à la question de la reforestation et n'hésitons pas à planter de nouveaux arbres pour prévenir les risques d'érosion et d'éboulement de terrain. En Argentine, la consommation ou l'utilisation d'eau est limitée au maximum. Par exemple, pour l'irrigation des vignobles, nous avons supprimé la méthode antique de l'inondation, pour réduire la consommation d'eau. Toutes nos usines trient leurs déchets de verre, plastique et carton pour leur recyclage. De juillet 2005 à juin 2006, Pernod Ricard CESAM a valorisé 34 249 tonnes de déchets organiques et solides qui représentent plus de 98 % des déchets engendrés par l'activité industrielle.

PARCOURS

Après avoir occupé différentes fonctions industrielles en Amérique du Sud et du Nord, Victor Almeida est aujourd'hui Directeur Industriel en charge de toutes les activités au Brésil et des activités Spiritueux pour les autres pays d'Amérique Centrale et du Sud.



1,2 million de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

→ Environnement

Clients & Fournisseurs



PROJET PILOTE "ÉCO-CONCEPTION" : COFFRET CHIVAS "FÊTE DES PÈRES"

Ce projet pilote avait un double objet :

- ▶ valider une méthode pratique d'éco-conception, permettant de créer une "boîte à outils" utilisable par toutes les filiales ;
- ▶ démontrer qu'une telle approche peut être performante sur le plan environnemental et économique tout en satisfaisant aux exigences marketing et commerciales.



Selon Patrick Deschamps, Directeur Achats de RICARD SA et pilote de ce projet, les résultats sont plus que positifs : "Le coffret retenu présente un gain de 23 % en poids et 36 % en volume par rapport au coffret de référence. Sa conception mono-matière lui confère une bonne recyclabilité. Au plan commercial, cette promotion a été un succès et plusieurs autres pays pourraient l'adopter. Cette première expérience d'éco-conception nous a convaincus, d'autant que la démarche a été génératrice d'économies substantielles. Nous comptons l'étendre à plusieurs projets dans les prochains mois".

DÉCHETS D'EMBALLAGE

L'état des lieux présenté dans le précédent rapport annuel avait montré la nécessité de réduire le poids et d'améliorer la recyclabilité des emballages. Une méthodologie simple d'éco-conception a été testée avec succès et une "boîte à outils" est en cours de diffusion dans les filiales.

Une réduction moyenne de 5 % du poids des bouteilles représenterait une économie annuelle d'environ 30 000 tonnes de verre. Il s'agit là d'un challenge accessible à moyen terme. Par ailleurs, comme le montre le projet pilote, des choix de matériaux favorisant la recyclabilité sont souvent possibles sans freiner la créativité.

ÉMISSIONS DANS L'ATMOSPHÈRE

Émissions de CO₂ :

Les émissions de CO₂ de combustion, essentiellement dues aux chaudières de nos distilleries, diminuent de 6,72 %, en rapport avec la baisse des consommations de combustibles. Le CO₂ issu de la fermentation est équilibré par une absorption équivalente lors de la photosynthèse des grains et raisins cultivés. Concernant le CO₂ de transport, une étude pilote a été lancée avec trois filiales pour recenser en détail leurs activités de transport (nombre de tonnes - kilomètres parcourus de l'approvisionnement de nos matières premières à la livraison de nos clients). Ce pilote vise à affiner notre estimation antérieure et à identifier des pistes de progrès.

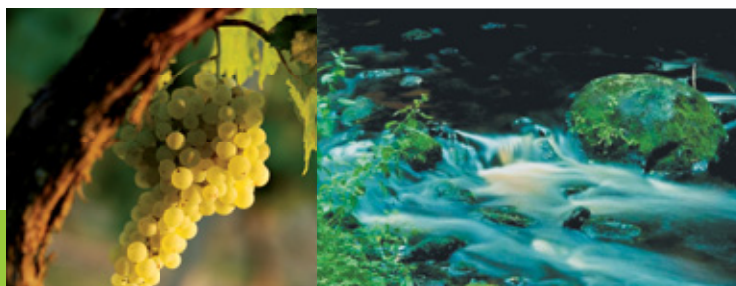
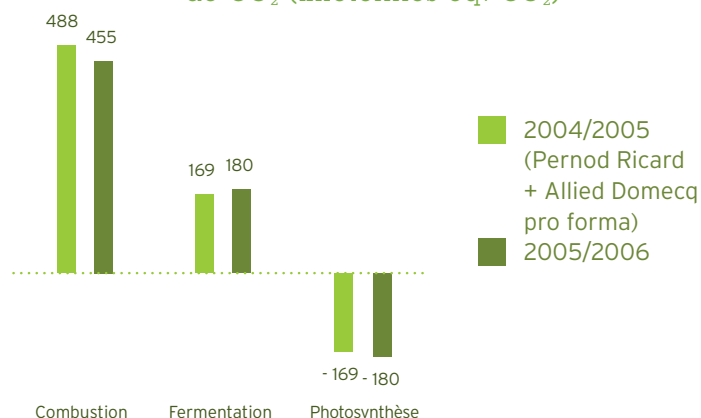
Gaz frigorigènes :

Le recensement des installations de réfrigération de nos sites industriels, initié en 2005, a été approfondi et étendu aux nouveaux sites. Les quantités installées s'élevaient à 10 870 kg de HCFC⁽¹⁾ et 3 404 kg d'HFC⁽²⁾. Les émissions de gaz frigorigènes chlorés par déperdition restent très faibles.

(1) HCFC : fluides frigorigènes partiellement halogénés, réglementés car ayant une action néfaste mais limitée sur la couche d'ozone.

(2) HFC : fluides sans effet sur la couche d'ozone.

Évolution des émissions de CO₂ (kilotonnes éq. CO₂)



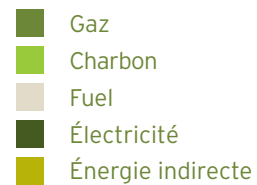
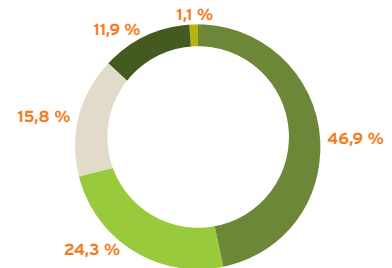
CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES

La quantité totale d'énergie utilisée (électricité, gaz, fuel, charbon et énergie indirecte) a sensiblement diminué. Cela se traduit par une forte réduction du ratio au litre de produit fini (- 16,5 %).

De nombreuses initiatives locales contribuent à ce bon résultat, par exemple :

- dans l'usine de Bohatice, en République Tchèque, le remplacement du système de chauffage des locaux a permis une réduction de la consommation de gaz de 20 %, soit une économie d'environ 300 MWh ;
- en Espagne, dans l'usine de Ruavieja, la consommation d'électricité a pu être réduite de 30 % notamment grâce au changement de toiture, permettant un éclairage naturel qui a fortement réduit le nombre d'heures électriques d'éclairage artificiel.

Mix énergétique
2005/2006



Ratios en MWH/1 000 litres de produits finis

	2004/2005 Pernod Ricard + Allied Domecq pro forma	2005/2006
Énergie indirecte	0,21	0,02
Électricité	0,21	0,21
Fuel	0,26	0,28
Charbon	0,42	0,43
Gaz	1,02	0,83
Total	2,12	1,77

Bodega Juan Alcorta, région de la Rioja (Espagne).



Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

→ Environnement

Clients & Fournisseurs

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

Thème	Définition	Unité de mesure	2005/2006	Soit pour 1 000 litres de produits finis	2004/2005*	Soit pour 1 000 litres de produits finis	Index GRI**
	Nombre de sites concernés		99	–	102	–	
Volumes produits	Production totale en milliers de litres	KL	1 145 225	–	1 149 053	–	
Matières premières	Quantité totale de raisin consommée	Tonne	403 500	–	N/A	–	EN1
	Quantité totale de céréales consommée	Tonne	503 200	–	N/A	–	EN1
Eau	Volume consommé	m ³	7 182 064	6,27 m ³ d'eau	7 996 403	6,96 m ³ d'eau	EN9
Énergie	Consommation d'électricité	MWh	237 968	0,21 MWh électricité	237 043	0,21MWh électricité	EN3
	Consommation de gaz naturel et autres gaz	MWh	958 149	0,83 MWh gaz	1 167 359	1,02 MWh gaz	EN3
	Consommation de fuel	MWh	317 591	0,28 MWh fuel	304 657	0,26 MWh fuel	EN3
	Consommation de charbon	MWh	497 577	0,43 MWh charbon	477 365	0,42 MWh charbon	EN3
	Achat d'énergie indirecte	MWh	18 253	0,02 MWh énergie indirecte	239 683	0,21 MWh énergie indirecte	EN4
Émissions de CO₂	Rejets liés aux combustions	Tonne éq. CO ₂	455 222	0,40 tonne éq. CO ₂	488 010	0,42 tonne éq. CO ₂	EN17
	Rejets liés aux fermentations	Tonne éq. CO ₂	180 010	0,16 tonne de CO ₂	169 171	0,15 tonne de CO ₂	EN17
Gaz frigorigènes	Quantité de gaz frigorigènes installés HCFC	Kg	10 870	–	–	–	EN18
	Quantité de gaz frigorigènes installés HFC	Kg	3 404	–	–	–	EN18
Eaux usées	Volume d'eaux propres rejeté dans le milieu naturel	m ³	1 926 045	1,68 m ³ d'eaux propres	1 348 123	1,17 m ³ d'eaux propres	EN21
	Volume d'eaux usées rejetées pour épuration	m ³	3 534 152	3,09 m ³ d'eaux usées	3 768 395	3,28 m ³ d'eaux usées	EN21
Déchets organiques	Quantité de déchets organiques recyclés ou valorisés	Tonne	617 461	0,54 tonne valorisée	478 195	0,42 tonne valorisée	EN2
	Quantité de déchets organiques mis en décharge ou traités	Tonne	66 015	58 kg traités	17 255	15 kg traités	
Déchets solides	Quantité de déchets solides (verre, cartons, etc.) recyclés ou valorisés	Tonne	27 552	24 kg recyclés	38 208	33 kg recyclés	EN20
	Quantité de déchets solides mis en décharge ou traités	Tonne	8 646	7,5 kg traités	6 214	5 kg traités	EN20
Déchets dangereux	Quantité de déchets dangereux traités en externe	Kg	363 490	0,3 kg traité	199 538	0,17 kg traité	EN24
Déchets de déconstruction	Quantité de déchets de déconstruction traités en externe	Tonne	336	–	168	–	
Certification ISO 14001	Pourcentage de sites certifiés ISO 14001 au 30/06/06		44 %		37 %		
Sites en zone protégée	Nombre de sites situés en zone sensible ou protégée	Nombre de sites	–		–		EN12
Investissements	Montant des investissements pour la protection de l'environnement	Millions d'euros	13,04	–	–	–	EN30
Conformité de l'activité	Amendes ou sanctions non financières dues à la non-conformité avec les lois environnementales en vigueur	Nombre d'amendes et sanctions	–	–	–	–	EN28

(*) Pernod Ricard + Allied Domecq pro forma.

(**) Correspondance avec les indicateurs de la Global Reporting Initiative (G3).



0,2 million de caisses de 9 litres

Volumes vendus 12 mois pro forma 2005/2006

Enjeux

Actionnaires

Collaborateurs

Consommateurs

Environnement

→ Clients & Fournisseurs

Partager notre éthique



THE GLOBAL
COMPACT

UN ENGAGEMENT POUR DES VALEURS FONDAMENTALES

Pernod Ricard met en pratique les 10 principes du Global Compact dont il est signataire depuis 2003.

Parmi ceux-ci : la promotion et le respect des droits de l'homme reconnus sur le plan international (Principe 1).



Pernod Ricard entretient des relations de partenariat avec ses clients comme avec ses fournisseurs. Elles permettent une démarche d'amélioration continue et sont fondées sur des exigences concrètes et des contrôles réguliers en matière d'éthique et de Développement Durable.

Le Groupe partage son savoir faire et son expérience internationale avec ses filiales, afin qu'elles appliquent les mêmes principes dans leurs propres relations avec leurs clients et leurs fournisseurs.

3 QUESTIONS À

JOHN CORRIGAN

Directeur Supply Chain et Achats
Pernod Ricard

Comment implantez-vous le "réflexe Développement Durable" partout dans votre organisation ?

Cela fait appel à plusieurs mécanismes. Quand je m'adresse à mes collègues où qu'ils se trouvent, j'ai le sentiment que les gens veulent agir de façon responsable et que les questions, comme l'éthique et l'environnement, ont à leurs yeux une importance véritable. Je ne pense donc pas qu'il s'agisse de les convaincre que c'est l'attitude à adopter... ils le savent déjà. Cependant nous devons vraiment inscrire cette préoccupation dans nos démarches et notre formation. De fait, nous avons effectué la moitié du parcours.

Pouvez-vous nous donner un exemple ?

Oui. J'ai toujours pensé que si dès le tout début vous concevez sans gaspillage un processus ou un produit, ou y intégrez l'efficacité, vous êtes sur la meilleure voie pour assurer la durabilité. À l'heure actuelle, nous travaillons avec nos collaborateurs techniques et du marketing pour nous assurer que le caractère durable est bien inscrit dans les nouveaux concepts et nouvelles créations. Cette notion ne devrait

pas être une barrière à la créativité, mais devrait au contraire la stimuler. La simple décision de réduire le poids du packaging a des répercussions très importantes sur la Supply Chain, le coût des matières, du stockage et de la distribution, la consommation d'énergie, le recyclage, etc.

Pensez-vous que nos fournisseurs prennent le Développement Durable et les problématiques d'éthique au sérieux ?

Notre intention est de ne travailler qu'avec des fournisseurs qui partagent cette préoccupation et, selon nos échanges quotidiens avec notre portefeuille fournisseurs et la collecte formelle de données, comme notre questionnaire de Développement Durable, je pense que l'énorme majorité prend ce sujet vraiment au sérieux. Certains ont pu identifier des secteurs à améliorer, ils doivent dans ce cas démontrer la viabilité de leurs plans d'action. Souvenez-vous, dans ce genre de cas, il s'agit souvent de projets "gagnant-gagnant", surtout en ce qui concerne les questions environnementales. Bien souvent la bonne pratique environnementale réduit le gaspillage et les coûts.

PARCOURS

Ancien Directeur Supply Chain et Achats chez Allied Domecq North America, John Corrigan a rejoint Pernod Ricard à Paris suite à l'acquisition en tant que Directeur Supply Chain et Achats Pernod Ricard.

PARTAGER L'ÉTHIQUE DU GROUPE AVEC LES FOURNISSEURS

Pernod Ricard veut promouvoir chez ses fournisseurs l'adhésion aux engagements du Groupe en matière de Développement Durable. La Direction Achats du Groupe a ainsi diffusé un questionnaire intitulé "Engagement et Développement Durable" auprès de ses 20 principaux fournisseurs internationaux pour les évaluer sur des critères environnementaux et sociaux. Au 30 juin 2006, 10 d'entre eux ont répondu, avec une très bonne qualité d'information.

Tous s'engagent à respecter les règles éthiques liées au Droit du Travail. Ils ne sont néanmoins pas tous aussi avancés dans les actions liées à la protection de l'environnement : 5 d'entre eux ont déjà des sites certifiés ISO 14001, 5 n'en ont pas encore.

Il a été demandé aux filiales d'envoyer ce même questionnaire à leurs autres fournisseurs et de l'intégrer à chaque appel d'offres pour évaluer la performance de fournisseurs potentiels.

AVEC LES FILIALES

L'efficacité de l'action se définit par :

- la mise à jour de la Charte Déontologique de la Fonction Achats, diffusée comme "politique Groupe" aux filiales ;
- l'intégration d'une clause "Responsabilité Sociale" dans les Conditions Générales d'Achats (CGA) Groupe et la recommandation faite aux filiales quant à l'utilisation de tout ou partie de ces CGA Groupe ;
- l'insertion d'un module de sensibilisation des Acheteurs aux enjeux du Développement Durable dans la prochaine réunion Inter-Acheteurs du Groupe.

PERSPECTIVES 2006/2007

Au cours de l'exercice 2006/2007, la Direction Achats va poursuivre et renforcer la démarche du Groupe en matière de Développement Durable en :

- s'assurant de la communication effective par les filiales du questionnaire auprès de leurs fournisseurs spécifiques ;
- programmant si besoin des audits auprès des fournisseurs dont les réponses au questionnaire ne sont pas conformes à ses attentes ;
- évaluant pour l'ensemble des filiales l'utilisation et le respect de la Charte Déontologique de la Fonction Achats et des CGA Groupe ;
- programmant un module Développement Durable dans le séminaire de formation Achats du Groupe ;
- diffusant auprès des équipes Achats des filiales la méthodologie de conception écologique des emballages du Groupe.

UNE CLIENTÈLE DIVERSIFIÉE

La dépendance commerciale ou technique du Groupe vis-à-vis de ses clients ou sous-traitants est très limitée.

Il dispose de tous les actifs industriels nécessaires à l'exploitation de ses marques. Plus de 90 % des volumes commercialisés sont ainsi conditionnés en interne et les activités sous-traitées sont étroitement contrôlées par la filiale Propriétaire de Marques, qui peut faire appel à l'assistance de la Direction QSE du Groupe pour la mise en place de cahiers des charges ou des audits terrain.

La clientèle des filiales est naturellement très diversifiée, et se répartit entre la grande distribution (hyper-supermarchés), les grossistes et les CHR (cafés hôtels restaurants) selon des proportions très variables d'un pays à l'autre. L'intégration d'Allied Domecq s'est traduite par une répartition plus équilibrée des activités du Groupe entre les différents continents et entre les différentes catégories de produits, ce qui renforce encore l'indépendance de Pernod Ricard.

UNE POLITIQUE ACHATS DIVERSIFIÉE :

Les 5 premiers fournisseurs du Groupe pour ses achats de production sont :

- des verriers (Owen-Illinois et Saint Gobain) ;
- un cartonnier (Smurfit Kappa) ;
- un fournisseur d'étuis (Field Packaging) ;
- un capsulier (Groupe Guala).

Ces 5 fournisseurs représentent moins de 25 % du total des achats industriels du Groupe.

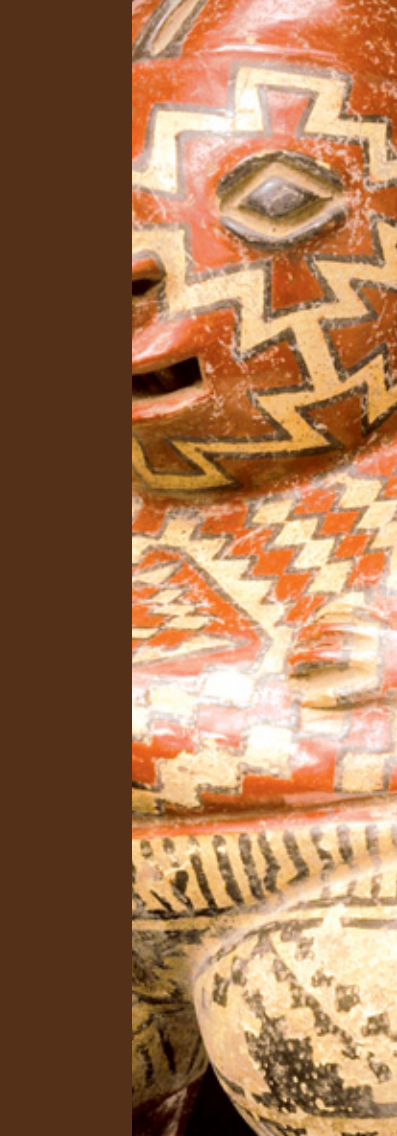
témoignage



STEVE HAMMOND Directeur du Développement Durable de Owen-Illinois (O-I), principal fournisseur verrier du Groupe


"Il y a trois ans, nous n'étions jamais interrogés par nos clients au sujet du Développement Durable. Ce phénomène est aujourd'hui de plus en plus fréquent. Le questionnaire Pernod Ricard est l'un des plus détaillés que nous avons reçu jusqu'à présent. Nous avons mobilisé plusieurs départements d'O-I pour répondre de la façon la plus pertinente possible. Nous mettons nos usines en conformité ISO 14001, de fait 22 de nos 39 usines en Europe sont déjà certifiées. O-I évalue actuellement les performances de ses propres fournisseurs sur plusieurs aspects. Le Développement Durable va devenir un critère de plus en plus important dans le choix futur des fournisseurs."

Le Directeur de Développement Durable d'O-I a pour charge de diriger les équipes mondiales d'Environnement et de Sécurité en couvrant des problématiques telles que la réduction des émissions de CO₂, le recyclage du verre, les initiatives d'économies d'énergie, la protection de l'environnement et la sécurité sur le lieu de travail.



MÉCÉNAT

PERNOD RICARD



Le mécénat, qu'il soit culturel, environnemental ou humanitaire, est une tradition de longue date pour Pernod Ricard. Avant même la création du Groupe en 1975, chacune des deux sociétés fondatrices participait déjà activement à la vie sociale et culturelle de la cité. Contribuer à la découverte de l'art par le plus grand nombre, soutenir la création, apporter son soutien à des projets majeurs et pérennes, telles sont aujourd'hui les ambitions du Mécénat Pernod Ricard. Pierre angulaire de l'engagement citoyen du Groupe, le mécénat d'entreprise est considéré comme une contribution essentielle au progrès social, intimement lié à la politique de Développement Durable définie par Pernod Ricard.

Mécénat, une ouverture sur le monde



Terrasses du Centre Pompidou.

L'art contemporain est au cœur de la politique de mécénat culturel du Groupe. Quant au mécénat scientifique ou humanitaire, il a souvent un rapport avec l'eau, source de vie au cœur des préoccupations environnementales des sociétés du Groupe.

LE MÉCÉNAT CULTUREL

Le mécénat culturel de Pernod Ricard est un engagement historique en faveur de l'expression artistique contemporaine : le design, les objets publicitaires, les bouteilles, les affiches, jusqu'aux couvertures du rapport annuel s'inscrivent dans cette tradition de soutenir l'art contemporain et notamment les jeunes artistes.

C'est dans les années soixante que Paul Ricard créa la Fondation culturelle qui porte toujours son nom. Sa vocation était d'aider les peintres à exposer et à se faire connaître. Des expositions itinérantes étaient organisées à travers toute la France. Dans cette continuité, la société a fait aujourd'hui de l'Espace Paul Ricard, au cœur de Paris, un lieu d'exposition très recherché des peintres les plus talentueux.

Pour Francisco de la Vega, Directeur de la Communication du Groupe, le choix de l'art contemporain s'impose comme véritable vecteur dynamisant. "L'art contemporain, dit-il, n'est pas un choix facile. Il instaure un dialogue avec des artistes qui n'hésitent pas à "casser les codes". Ceci permet à l'entreprise de mieux s'inscrire dans son temps".

L'ART CONTEMPORAIN AU CENTRE POMPIDOU

En France, le Centre Pompidou est le haut lieu de l'art contemporain. Sa collection d'œuvres est mondialement connue et ses expositions thématiques ont toujours un grand retentissement international.

Le partenariat de Pernod Ricard avec le Centre remonte à 1997. Pernod Ricard décida alors de contribuer à la rénovation du Musée en prenant à sa charge la mise en eau des bassins des terrasses créées par Renzo Piano. Ainsi le Groupe alliait-il l'Art et l'Eau.

Ce partenariat permet de privatiser ce cadre prestigieux pour réaliser, chaque année, des opérations de relations publiques. Ainsi, en 2005, des visites privilégiées de l'exposition Dada ont été organisées pour recevoir, de façon privilégiée, les relations du Groupe.



ACQUISITION D'UNE ŒUVRE MAJEURE

En 2003, Pernod Ricard a permis à l'État français de conserver une œuvre d'art classée "Trésor National". L'œuvre "Tête en profondeur" de Julio Gonzalez (1876-1942), sculpture majeure de cet artiste précurseur de la sculpture moderne, a pu ainsi rejoindre les collections permanentes du Centre Pompidou.



PERNOD RICARD, PREMIER MÉCÈNE DU MUSÉE DU QUAI BRANLY

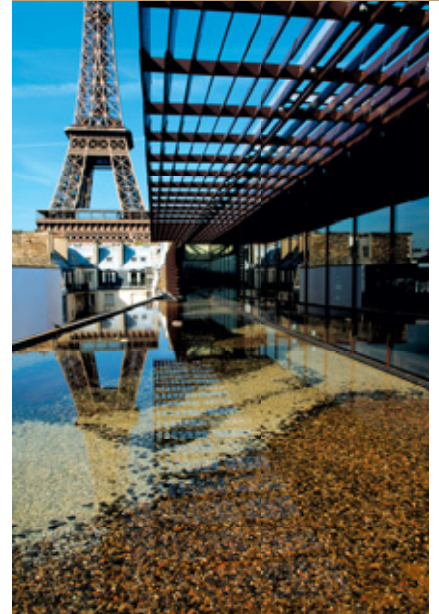
En 2006, c'est avec le Musée du Quai Branly, situé à Paris au pied de la Tour Eiffel, que Pernod Ricard a conçu un nouveau partenariat en finançant la réalisation des bassins de la terrasse. "Projet ambitieux, le musée du Quai Branly a sollicité le concours d'entreprises se reconnaissant dans ses valeurs" indique Martine Aublet, conseiller pour le Mécénat du Musée. Pernod Ricard a été la première entreprise à s'engager.

Dédié aux Arts et Civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques, le Quai Branly est un véritable carrefour des cultures du monde. Ce nouveau lieu vise à faire découvrir la multiplicité des expressions artistiques de la planète. Une diversité culturelle chère à Pernod Ricard, Groupe international et multiculturel, comme le rappelle d'ailleurs sa signature "Racines locales ; Ambitions mondiales".

Sur la terrasse de cet étonnant monument, l'architecte Jean Nouvel a eu l'idée originale de prolonger la perspective par des bassins d'eau, tout autour du bâtiment. Ils portent le nom de "Bassins Paul Ricard". Cette terrasse offre une vue spectaculaire sur Paris, les jardins du Trocadéro et les bords de Seine. Le soutien de Pernod Ricard s'élève à 1 million d'euros.

Comme au Centre Pompidou, Pernod Ricard privatise ce lieu magique pour organiser des rendez-vous culturels internationaux. C'est ce qu'il a fait en juin 2006, au lendemain de l'inauguration officielle, en organisant la première soirée privée pour ses relations privilégiées.

Les bassins en terrasse du Quai Branly portent le nom de "Paul Ricard", en hommage au fondateur du Groupe qui fut aussi, toute sa vie, un grand mécène.



L'ART DANS LE RAPPORT ANNUEL

Depuis l'édition de son premier rapport annuel, Pernod Ricard commande chaque année à un artiste une œuvre originale pour illustrer la couverture. Le Groupe a ainsi constitué une collection où de grands noms comme César ou Yvaral côtoient de jeunes espoirs français, écossais, polonais, canadiens ou chinois. En 2006, c'est le thème des arts premiers qui a été retenu pour célébrer le nouveau partenariat avec le Musée du Quai Branly. L'œuvre en couverture de ce rapport est signée de Richard Allen, artiste australien.



Le Groupe permet à de jeunes instrumentistes de moins de 25 ans un apprentissage du métier de musicien d'orchestre, en parrainant l'Atelier Ostinato.

LE MÉCÉNAT ENVIRONNEMENTAL ET SCIENTIFIQUE

L'INSTITUT OCÉANOGRAPHIQUE PAUL RICARD

En 1966, la plupart des villes du littoral méditerranéen rejetaient leurs eaux d'égouts directement à la mer. Seuls quelques écologistes d'avant l'heure, comme Paul Ricard, mesurent l'ampleur et les dangers de cette pollution marine. Il parvient à mobiliser des scientifiques, des politiques, des artistes, des professionnels de la pêche et du tourisme...

Une vaste croisade antipollution se développe.

Paul Ricard décide alors d'amplifier son action. Il crée sur l'île des Embiez, l'Institut océanographique Paul Ricard. Sa mission : connaître, faire connaître et protéger la mer. En d'autres termes, mettre à la disposition du public et des scientifiques des moyens d'information, d'étude, d'observation de tous ordres.

Au fil des années, les programmes s'enchaînent dans tous les domaines concernant l'eau : biologie ; écologie marine ; pollution ; etc.

Les chercheurs, sous la conduite du Professeur Nardo Vicente, vont développer des collaborations avec de nombreux partenaires publics et privés.

Des séjours éducatifs sur le thème de la découverte d'un milieu insulaire sont proposés aux scolaires. Des étudiants viennent à l'Institut préparer leur thèse ou leur mémoire de fin d'études.

40 ans
d'engagement
pour la protection
de la mer



INTERVIEW DE PATRICIA RICARD

Présidente de l'Institut
océanographique Paul Ricard

Quelle est la mission de l'Institut ?

Elle est simple : faire prendre conscience à l'opinion des dangers et de l'ampleur de la pollution marine (rejets industriels, rejets des eaux usées, pollutions accidentelles...) et vulgariser les informations scientifiques auprès des media.

Pour cela, l'Institut abrite et finance des recherches fondamentales pour comprendre les mécanismes de pollution et rechercher des solutions.

Comment s'est déroulé le 40^e anniversaire ?

La journée était organisée autour de débats, de projections de films et d'ateliers animés par les associations réparties sur l'île, autour du thème "Mer, environnement, mode d'emploi".

Environ 1 500 visiteurs sont venus ce jour-là sur l'île des Embiez, parmi lesquels 450 membres de la communauté scientifique. Nous avons accueilli Jean-Marie Pelt, Président de l'Institut Européen d'Ecologie

et beaucoup de personnalités scientifiques et du monde associatif. Les intervenants ont lancé un appel pour une mobilisation, une prise de conscience environnementale, spécialement axée sur la Méditerranée et les milieux marins.

En dehors de cet événement exceptionnel, quelles sont les activités de l'Institut ?

Aux travaux de recherche de l'équipe scientifique s'ajoute de manière permanente une mission pédagogique, avec la sensibilisation et la formation des jeunes aux questions environnementales. 5 000 élèves en moyenne sont accueillis chaque année. Que ce soit pour lutter contre la pollution ou pour protéger la grande diversité de la vie marine, l'Institut s'emploie concrètement à promouvoir le respect de l'environnement et à défendre la qualité de la vie.



Située dans le Var, l'île des Embiez a été acquise en 1958 par Paul Ricard. Elle compte 95 hectares d'une diversité étonnante.

Chaque année, l'Institut est partenaire d'une quarantaine de manifestations culturelles comme le Festival mondial de l'image sous-marine, le Salon de la plongée de Paris et le Festival Science Frontières, à Marseille.

Depuis 2002, l'Institut océanographique Paul Ricard est associé au Projet européen I-Marq (Information on marine environment quality). Ce programme scientifique ambitieux rassemble une dizaine de laboratoires internationaux et permettra d'établir un système capable de fournir en temps réel des informations sur la qualité des eaux littorales.

Pour l'ensemble de ses recherches, l'Institut a reçu un Grand Prix de l'Académie des Sciences.

En juin 2006, Pernod Ricard a célébré le quarantième anniversaire de l'Institut océanographique Paul Ricard, en réunissant la communauté scientifique et environnementale sur l'île des Embiez.

Personnalités réunies pour le 40^e anniversaire de l'Institut océanographique.



OCÉANORAMA ON LINE

Le magazine "Océanorama on line", accessible à partir du site Internet : www.institut-paul-ricard.org, ainsi que de nombreuses éditions et des vidéogrammes sont réalisés par l'Institut pour servir d'outils d'information et de sensibilisation à la fragilité du monde marin.

À droite :
Vue du paysage
de Cavalière.



Lors de la cérémonie de signature de l'acte de transmission, Didier Quentin, Député et Président du Conservatoire du littoral, a souligné "L'importance de cette cession qui témoigne de la générosité d'un Groupe français, devenu mondial, et de la vision d'anticipation de son fondateur, Paul Ricard, qui était à l'avant-garde de la protection de l'environnement".

DON AU CONSERVATOIRE DU LITTORAL

Fidèle à son engagement en faveur de la protection de l'environnement, Pernod Ricard a fait, en juin 2006, un don tout à fait exceptionnel au Conservatoire du Littoral. Il s'agit d'un terrain de 83 hectares de pinèdes, surplombant la mer à l'anse de Cavalière, au Lavandou, dans le Var.

Cette propriété, avait été acquise en 1960 par Paul Ricard afin d'y accueillir ses salariés durant leurs congés. En l'offrant au Conservatoire du Littoral, Pernod Ricard permet son ouverture au grand public et, surtout, assure sa préservation définitive.

Cette donation, sous la forme d'une cession pour un euro symbolique, est la plus importante transmission du domaine privé au domaine public que le Conservatoire du Littoral reçoit depuis dix ans.

Le Conservatoire favorisera l'ouverture de la propriété au public et permettra ainsi la découverte de la faune et de la flore par le plus grand nombre, dans le respect et le souci de la préservation de l'écosystème local.

A l'occasion de la cérémonie officielle de donation, Patrick Ricard, a déclaré : "Je suis fier que Pernod Ricard puisse ainsi contribuer à la protection durable de ce littoral et de cette magnifique région dont le Groupe est originaire".



QUESTIONS À NELLY OLIN

Ministre de l'Écologie
et du Développement Durable

Quelle est votre perception de la Charte du Développement Durable que vient d'éditer Pernod Ricard ?

Ma première réaction est de saluer un engagement sincère. Vous ne faites pas partie en effet de ces quelques entreprises dont les objectifs de développement durable se réduisent à des mots dans les brochures de présentation. Dans le cas de Pernod Ricard, la charte correspond déjà à la réalité de ce qui se pratique dans le Groupe. Et l'engagement à poursuivre dans cette voie s'appuie sur ce que vous avez déjà fait depuis de longues années.

À quoi pensez-vous en particulier ?

J'ai été très sensible à la générosité de Pernod Ricard qui a transféré cette année au Conservatoire du Littoral un terrain de 83 hectares dans le site exceptionnel de l'anse de Cavalière. Cette cession est un pas de plus vers la réalisation de notre objectif du "Tiers sauvage" de protection d'un tiers du littoral de nos côtes. Le fondateur, Paul Ricard, avait une véritable vision des questions environnementales et il a su transmettre ses convictions. Il est très rare qu'une entreprise fasse une donation de cette importance.

Je pense, aussi, aux actions en faveur de la protection de l'environnement, comme celles conduites par l'Institut océanographique qui vient de fêter ses quarante ans. Il ne s'agit pas là d'une simple intention, mais bien d'une réalisation inscrite dans la durée.

L'action du Conservatoire du Littoral vise à empêcher la perte définitive d'un capital biologique, esthétique et culturel qui doit être la propriété et la responsabilité de tous. Il veille sur un patrimoine de 100 000 hectares et plus de 800 kilomètres de rivages qui sont, grâce à lui, préservés en France métropolitaine et outre-mer.

LE MÉCÉNAT HUMANITAIRE

La qualité de l'eau est primordiale dans le processus d'élaboration et de production des produits Pernod Ricard. Cela donne à tous, dans le Groupe, une grande conscience de l'importance primordiale de cette ressource. C'est pourquoi Pernod Ricard a décidé d'orienter ses actions de mécénat humanitaire vers l'accès à l'eau potable des populations les plus démunies. Pour cela, le Groupe soutient l'Appel, association internationale déployant des actions très concrètes pour aider des enfants et leurs familles.

Depuis plus de 30 ans, l'Appel réunit des bénévoles, médecins, ingénieurs, enseignants qui partagent la même conception du développement solidaire et durable, en mettant en œuvre des actions de santé et d'éducation au profit des enfants les plus défavorisés dans les pays les plus pauvres de la planète.

Pour 2005 et 2006, le choix s'est porté sur l'île de la Tortue, située au nord-ouest de la République d'Haïti. Région particulièrement pauvre du globe, elle est touchée alternativement par des sécheresses sévères et des cyclones ou des tempêtes tropicales. L'Appel, à la demande de responsables locaux et en accord avec les organismes officiels du pays, a lancé, avec le concours de Pernod Ricard, un programme de construction de citernes alimentées par l'eau de pluie.

Le soutien de Pernod Ricard a contribué à donner un nouvel élan à l'approvisionnement en eau propre de l'île, et doublera en deux ans le nombre de familles pouvant disposer d'une citerne. Il permettra de créer 8 citernes pour les écoles primaires et d'assurer la rénovation des citernes de l'hôpital.

L'Appel est une association dont l'efficacité est prouvée dans la durée et dont la gestion est à la fois transparente et intelligente. En effet, l'association valorise son action en couplant des formations dans le maniement des matériels. Ainsi, elle vise à l'autonomie progressive des populations.

L'île de la Tortue.



Les ravages du Tsunami.



UN FINANCEMENT PARTICIPATIF

Comment financer l'action de mécénat pour l'île de la Tortue ? Partant du principe qu'elle aurait plus de valeur avec l'engagement de tous les managers, la Direction de la Communication a proposé de transformer le traditionnel cadeau souvenir du congrès annuel en un don à une association humanitaire. Le don a été choisi à l'unanimité.



LA RECONSTRUCTION APRÈS LE TSUNAMI

Au lendemain du terrible tsunami de décembre 2004, Pernod Ricard s'est mobilisé pour contribuer à la reconstruction. Plusieurs donations importantes ont été faites par le Groupe et par les filiales concernées localement. Sur le terrain, on est encore bien loin d'avoir effacé les traces de la catastrophe. Mais la reconstruction est en marche :

- ▶ La Croix Rouge pilote un projet financé par Pernod Ricard au Sri Lanka, dans le district d'Ampara. Environ 20 000 personnes bénéficient d'une opération de drainage, de réhabilitation du réseau d'eau et de la construction d'une station d'épuration. Ce projet vise à minimiser les risques d'inondation et d'épidémie dans la région de Kalmunā.
- ▶ En Thaïlande, la force de vente Pernod Ricard a renoncé à faire un voyage en France, gagné grâce à ses remarquables performances, et a offert l'équivalent du prix à la Fondation Rajaprajnughoh pour la reconstruction de 4 écoles à Phangna, Phuket, Krabi et Ranong, accueillant chacune entre 500 et 1 000 élèves.

les œuvres et architectures des pages marques



Chivas Regal

Masque heaume zoomorphe

Afrique
123 x 30 cm
XX^e siècle

L'Esplanade, centre des arts
Singapour
Michael Wilford & partners
2002



Ricard

Masque vungvung

Océanie
92 x 290 x 70 cm
Fin du XIX^e siècle -
début du XX^e siècle

Escalier en spirale au Ministère Bavarois de l'Économie
Munich, Allemagne



Martell

Jupe de femme

Asie
H. 61 cm
XX^e siècle

Sony Center
Berlin, Allemagne
Helmut Jahn
2004



Jameson

Pare-flèches

Amériques
38 x 76 cm
XIX^e siècle

Immeuble de bureaux
New York, États-Unis



The Glenlivet

Tablier

Océanie
91 x 57,5 cm
Début du XX^e siècle

Immeuble Selfridges
Birmingham, Angleterre
Future Systems :
Jan Kaplichky
& Amanda Levete
2003



Stolichnaya

Appui-tête shona

Afrique
19,3 x 25 cm
XIX^e siècle

Immeuble Umeda Sky, escalator en verre
Osaka, Japon
Hiroshi Hara & Atelier
and Kimura Construction
1993



Mumm

Tissu à décor d'oiseaux et de poissons stylisés

Amériques
119 x 146,8 cm
1100 - 1450

Tour Swiss Re
Londres, Angleterre
Norman Foster
2004



Montana

Masque à igname

Océanie
56 x 39,4 cm
Milieu du XX^e siècle

Ascenseur
Région de
Casablanca, Chile

L'HOMMAGE AUX ARTS PREMIERS SE POURSUIT À L'INTÉRIEUR DU RAPPORT ANNUEL

À l'honneur en couverture du Rapport annuel, les arts premiers apparaissent aussi comme un véritable fil rouge à l'intérieur du document. Premier mécène du musée du Quai Branly, Pernod Ricard a choisi d'illustrer le rapport annuel d'œuvres d'arts premiers.

En créant le parallèle entre 15 œuvres exposées au Quai Branly et 15 mouvements d'architecture moderne, Pernod Ricard témoigne de la nature intemporelle des œuvres d'arts premiers, qui ont nourri l'inspiration des artistes modernes.



Malibu

Pectoral *midi*
Océanie
43,3 x 40,4 cm
XIX^e-XX^e siècle

Tour Jin Mao
Shanghai, Chine
Skidmore Owings & Merrill
2003



Jacob's Creek

Robe de fête *Malak*
Asie
L. 51 cm
XIX^e siècle

Tour BankWest
Perth, Australie
Cameron Chisholm & Nicol
1988



Ballantine's

Masque *bedu*
Afrique
144 x 74,5 cm
XIX^e siècle

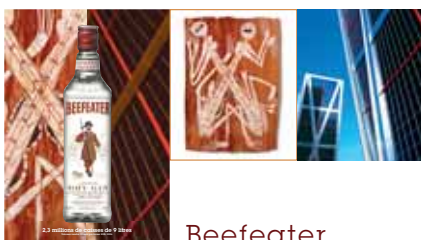
Immeuble de verre
Frankfort, Allemagne



Havana Club

Objet en plumes
Amériques
180 x 170 cm
Avant 1892

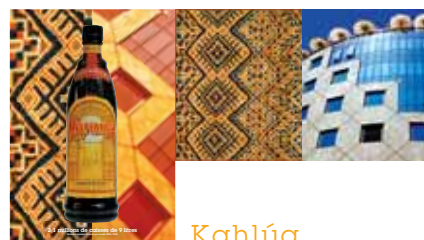
Gare TGV, aéroport de Lyon St. Exupéry
Lyon, France
Sanitago Calatrava
1994



Beefeater

Deux hommes *mimi*
Océanie
63 x 42 cm
Milieu du XX^e siècle

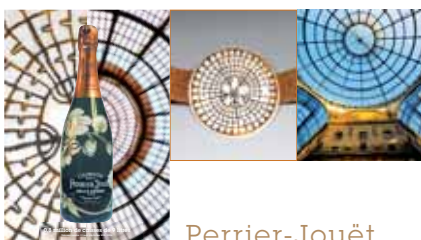
**Tours KIO/
Puerta de Europa**
Madrid, Espagne
Burgée & Johnson :
Dominguez y Martin
1996



Kahlúa

Tapis noué *zerbiya*
Afrique
496 x 168 cm
Fin du XIX^e siècle

**Immeuble de verre,
Stephen's Plaza**
Vienne, Autriche



Perrier-Jouët

Coquillage
Océanie
17 x 17 cm
Debut du XIX^e siècle

Galerie Vittorio Emanuele
Milan, Italie
Giuseppe Mengoni
1877

Pernod Ricard tient à adresser ses remerciements au Musée du Quai Branly pour lui avoir permis d'illustrer son rapport annuel d'œuvres d'arts premiers composant ses collections.



UNE ANNÉE PLACÉE SOUS LE SIGNE DES ARTS PREMIERS

Depuis sa création, Pernod Ricard illustre la couverture de son rapport annuel d'une œuvre picturale originale.

L'année 2005/2006, a été marquée par l'inauguration du musée du Quai Branly.

Pernod Ricard, mécène de ce nouveau "Temple" des arts premiers a souhaité "célébrer" l'événement en plaçant son rapport annuel 2005/2006 sous ce thème. Un choix naturel pour le Groupe : en présentant les arts et les civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques, le musée du Quai Branly constitue un carrefour des cultures du monde. Le respect des cultures et des spécificités locales est au cœur de la stratégie de Pernod Ricard, comme en témoigne sa devise "Racines locales, Ambitions mondiales".

Le Groupe a cette année fait appel au talent de Richard Allen. Le travail de ce peintre est proche de la sensibilité des arts premiers : le choix des matières, des couleurs et des formes ne sont pas sans rappeler l'art aborigène australien. Poétique et visuel, son travail reflète ses expériences du voyage à travers l'Australie, son pays natal. Il part à la conquête de l'histoire et s'inscrit dans la lignée des artistes aborigènes, parmi lesquels Boyd, Nolan, ou Kngwarreye.

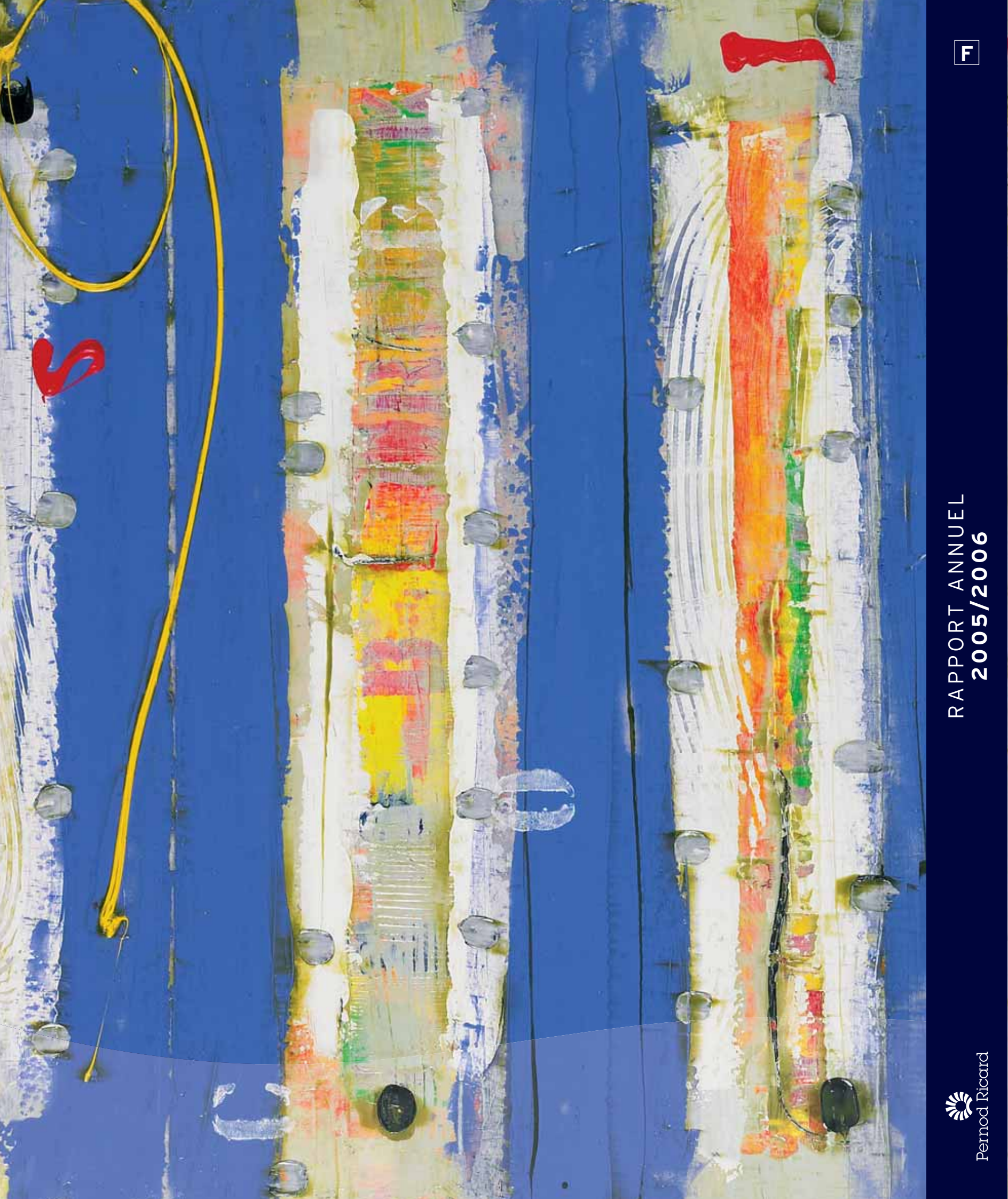
Une œuvre originale et spontanée, qui souligne l'importance des traditions, l'échange des savoirs, la convivialité et la diversité culturelle, faisant écho aux valeurs essentielles et aux convictions de Pernod Ricard.



RICHARD ALLEN

Richard Allen est né en 1964 à Sydney en Australie.

Il expose depuis plus de 20 ans dans les plus grandes galeries australiennes. Son travail a été présenté lors de nombreuses expositions à Hong Kong, Londres et au Japon. Richard Allen puise son inspiration et l'énergie de son travail aux racines même de la culture australienne. Sa peinture polychrome est poétique, lyrique et joyeuse. Son travail témoigne d'influences multiculturelles, reflets de l'importance des ancêtres et du dialogue nécessaire entre mémoires et contemplation.



RAPPORT FINANCIER

Sommaire

118	Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital
130	Gouvernement d'Entreprise
148	Rapport du Président sur le Contrôle Interne
154	Rapport de gestion
170	Comptes consolidés
222	Comptes sociaux
249	Présentation et textes des résolutions proposées à l'Assemblée
261	Information du document de référence

**Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital**

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital



119 Renseignements de caractère général concernant la société Pernod Ricard

121 Renseignements de caractère général concernant le capital de Pernod Ricard

121	Montant du capital souscrit
121	Capital autorisé mais non émis
123	OCEANE (donnant accès à terme au capital)
123	Fusion-absorption de la société SIFA
123	Options de souscription d'actions
123	Tableau d'évolution du capital au cours des cinq dernières années
124	Renseignements concernant la répartition du capital et des droits de vote
127	Marché des titres de Pernod Ricard
127	Dividendes (politique de distribution sur les cinq derniers exercices)
127	Autres informations légales

Renseignements de caractère général concernant la société Pernod Ricard

Dénomination

Pernod Ricard

Siège Social

12, place des États-Unis, 75116 Paris

Forme juridique

Pernod Ricard est une Société Anonyme à Conseil d'Administration.

Droit applicable

Pernod Ricard est une société de nationalité française, régie par le Code de commerce.

Date de constitution et date d'expiration

La Société a été constituée le 13 juillet 1939 pour une durée de 99 années qui prendra fin à pareille époque de l'année 2038.

Objet social

L'objet social, tel que mentionné dans l'article 2 des statuts, est ici intégralement rapporté :

"La Société a pour objet, 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, l'utilisation, la transformation et le commerce sous toutes ses formes des produits finis ou mi-finis, sous-produits, succédanés provenant des opérations principales effectuées dans les distilleries ou autres établissements industriels de même nature. Les opérations qui précèdent pouvant être faites en gros, demi-gros ou détail et en tous lieux, en France ou hors de France. Le dépôt, l'achat, la vente, rentrant dans l'énumération qui précède ;
- › la représentation de toutes maisons françaises ou étrangères produisant, fabriquant ou vendant des produits de même nature ;
- › la participation dans toutes les affaires ou opérations quelconques, pouvant se rattacher à l'industrie et au commerce de mêmes produits, et ce, sous quelque forme que ce soit, création de sociétés nouvelles, apports, souscriptions, achats de titres ou achats de droits sociaux, etc. ;

- › toutes opérations se rapportant à l'industrie hôtelière et à l'industrie des loisirs en général et notamment la participation de la Société dans toutes entreprises, sociétés créées ou à créer, affaires ou opérations quelconques pouvant se rattacher à l'industrie hôtelière ou des loisirs en général, étant précisé que la Société pourra faire toutes ces opérations pour son compte ou pour le compte de tiers et soit seule, soit en participation, associations ou sociétés avec tous tiers ou autres sociétés et les réaliser sous quelque forme que ce soit : apports, fusions, souscriptions ou achats de titres ou de droits sociaux, etc. ;
- › la prise d'intérêts dans toutes sociétés industrielles, commerciales, agricoles, immobilières, financières ou autres, constituées ou à constituer, françaises ou étrangères ;
- › l'acquisition, l'aliénation, l'échange et toutes opérations portant sur des actions, parts sociales ou parts d'intérêts, certificats d'investissement, obligations convertibles ou échangeables, bons de souscription d'actions, obligations avec bons de souscription d'actions et généralement sur toutes valeurs mobilières ou droits mobiliers quelconques ;
- › toutes opérations de caractère agricole, cultures générales, arboriculture, élevage, viticulture, etc., ainsi que toutes opérations connexes ou dérivées de nature agricole ou industrielle s'y rapportant ;
- › et généralement, toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières et immobilières se rapportant directement ou indirectement aux objets ci-dessus ou pouvant en favoriser le développement."

Numéro RCS

La Société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 582 041 943 RCS Paris.

Documents juridiques relatifs à Pernod Ricard

Les documents sociaux relatifs aux trois derniers exercices (comptes annuels, procès-verbaux des Assemblées Générales, feuilles de présence à ces Assemblées Générales, liste des Administrateurs, rapports des Commissaires aux Comptes, statuts, etc.) peuvent être consultés au Siège Social de Pernod Ricard, 12, place des États-Unis, 75116 Paris.

Exercice social

Du 1^{er} juillet au 30 juin de chaque année.


**Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital**

 Gouvernement d'Entreprise

 Rapport du Président sur le Contrôle Interne

 Rapport de gestion

 Comptes consolidés

 Comptes sociaux

 Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

 Informations sur le document de référence

Répartition statutaire des bénéfices

Les bénéfices nets sont constitués par les produits de la Société tels qu'ils résultent du compte de résultat, déduction faite des frais généraux et autres charges sociales, des amortissements de l'actif et de toutes provisions pour risques commerciaux et industriels s'il y a lieu.

Sur ces bénéfices nets, diminués le cas échéant des pertes antérieures, il est prélevé 5 % au moins pour la constitution de la réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque la réserve légale a atteint une somme égale au dixième du capital social. Il reprend son cours dans le cas où, pour une cause quelconque, cette réserve est descendue au-dessous de ce dixième.

Sur le bénéfice distribuable déterminé conformément à la loi, il est prélevé la somme nécessaire pour fournir aux actions, à titre de premier dividende, 6 % de leur montant libéré et non amorti.

Sur l'excédent disponible, l'Assemblée Générale Ordinaire peut effectuer le prélèvement de toutes les sommes qu'elle jugera convenable de fixer, soit pour être reportées à nouveau sur l'exercice suivant, soit pour être portées à tous fonds de réserve extraordinaire ou de prévoyance, avec une affectation spéciale ou non.

Le solde est réparti aux actionnaires à titre de dividende complémentaire.

L'Assemblée Générale Ordinaire est autorisée à distraire des 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 Générale Ordinaire 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

Les actionnaires sont réunis, chaque année, en Assemblée Générale Ordinaire.

MODES DE CONVOCATION

L'Assemblée Générale, qu'elle soit Ordinaire, Extraordinaire ou Mixte, est convoquée par le Conseil d'Administration.

Les convocations sont faites par un avis inséré dans l'un des journaux habilités à recevoir les annonces légales dans le département du Siège Social ainsi qu'au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires.

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 toute Assemblée Générale par lettre ordinaire.

CONDITIONS D'ADMISSION

L'Assemblée Générale se compose de tous les actionnaires quel que soit le nombre de leurs actions ; nul ne peut y représenter un actionnaire s'il n'est lui-même actionnaire ou conjoint d'actionnaire.

Le droit de participer aux Assemblées Générales ou de s'y faire représenter est subordonné :

- › pour les titulaires d'actions nominatives, à l'inscription en compte de leurs titres cinq jours au moins avant la réunion ;
- › pour les titulaires d'actions au porteur, et dans le même délai, au dépôt, aux lieux indiqués dans l'avis de convocation, d'un certificat d'un intermédiaire habilité constatant l'indisponibilité de leurs titres jusqu'à la date de l'Assemblée Générale.

CONDITIONS D'EXERCICE DU DROIT DE VOTE

- › **Droits de vote multiple** : 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 à compter du 12 mai 1986 inclusivement, au nom du même actionnaire (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

En cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, les actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit, ont également un droit de vote double et ce, dès leur émission.

Toute action convertie au porteur ou transférée en propriété perd le droit de vote double.

- › **Limitation des droits de vote** : chaque membre de l'Assemblée Générale a autant de voix qu'il possède et représente d'actions, dans la limite de 30 % des droits de vote (Assemblée Générale Extraordinaire du 13 juin 1986).

- › **Déclaration de seuils statutaires** : toute personne physique ou morale qui vient à posséder un pourcentage de participation supérieur à 0,5 % du capital social, est tenue 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.

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 Générale qui se tiendrait jusqu'à l'expiration du délai fixé par l'article L.233-14 du Code de commerce suivant la date de régularisation de la notification (Assemblée Générale Extraordinaire du 10 mai 1989).

Clauses susceptibles d'avoir une incidence sur le contrôle de Pernod Ricard

Il n'existe pas, à la connaissance de Pernod Ricard, d'accord dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure, entraîner un changement de son contrôle.

Renseignements de caractère général concernant le capital de Pernod Ricard

Les conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital social et des droits attachés aux 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 DU CAPITAL SOUSCRIT

Le 26 juillet 2006, le Conseil d'Administration a constaté une augmentation de capital consécutive à des levées d'options de souscription d'actions, portant le capital à la somme de DEUX CENT QUATRE-VINGT-ONZE MILLIONS CINQ CENT QUATRE-VINGT-DIX MILLE QUATRE CENT SOIXANTE EUROS ET QUATRE-VINGT-DIX CENTIMES (291 590 460,90 euros), divisé en QUATRE-VINGT- QUATORZE MILLIONS SOIXANTE ET UN MILLE QUATRE CENT TRENTE-NEUF (94 061 439) actions, toutes entièrement libérées et de même catégorie.

CAPITAL AUTORISÉ MAIS NON ÉMIS

État des délégations de compétence et des autorisations en cours de validité (situation au 20 septembre 2006)

Type d'autorisation	Source (n° de résolution)	Montant nominal maximum d'augmentation de capital en euros	Durée	Expiration	Utilisation au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006 et jusqu'au 20 septembre 2006	Caractéristiques
Émissions avec droit préférentiel de souscription						
Autorisation d'émettre des actions ordinaires et/ou valeurs mobilières donnant accès au capital	18° - AG du 10.11.2005	200 millions d'euros pour les actions 3 milliards d'euros pour les valeurs mobilières représentatives de créance donnant accès au capital	26 mois	Janvier 2008	Néant	L'ensemble des émissions d'actions et de titres de créances réalisées au titre des 19°, 20°, 24° résolutions de l'Assemblée Générale du 10.11.2005 s'imputera sur les plafonds définis dans cette résolution Montants susceptibles d'être augmenté de 15 % maximum, en cas de demandes complémentaires (20° résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005)
Autorisation d'augmenter le capital social par incorporation de réserves, bénéfices ou primes ou autres sommes dont la capitalisation serait admise	24° - AG du 10.11.2005	200 millions d'euros	26 mois	Janvier 2008	Néant	Imputation sur le plafond de la 18° résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005
Autorisation d'émettre des valeurs mobilières représentatives de créances donnant droit à l'attribution de titres de créances	23° - AG du 10.11.2005	3 milliards d'euros	26 mois	Janvier 2008	Néant	

**Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital**

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Type d'autorisation	Source (n° de résolution)	Montant nominal maximum d'augmentation de capital en euros	Durée	Expiration	Utilisation au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006 et jusqu'au 20 septembre 2006	Caractéristiques
Émissions sans droit préférentiel de souscription						
Autorisation d'émettre des actions ordinaires et/ou valeurs mobilières donnant accès au capital	19 ^e - AG du 10.11.2005	30 % du capital social pour les actions à la date de l'autorisation 3 milliards d'euros pour les valeurs mobilières représentatives de créance donnant accès au capital	26 mois	Janvier 2008	Néant	Imputation sur le plafond de la 18 ^e résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005 L'ensemble des émissions d'actions et de titres de créances réalisées au titre des 20 ^e , 21 ^e et 22 ^e résolutions de l'Assemblée Générale du 10.11.2005 s'imputera sur les plafonds définis dans cette résolution Montants susceptibles d'être augmenté de 15 % maximum, en cas de demandes complémentaires (20 ^e résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005)
Autorisation d'émettre des titres de capital et valeurs mobilières donnant accès au capital en vue de rémunérer des apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital	21 ^e - AG du 10.11.2005	Plafond légal (10 % du capital social)	26 mois	Janvier 2008	Néant	Imputation sur les plafonds de la 19 ^e résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005
Autorisation d'émettre des titres de capital et valeurs mobilières donnant accès au capital en cas d'offre publique d'échange initiée par la Société	22 ^e - AG du 10.11.2005	30 % du capital social pour les actions à la date de l'autorisation 3 milliards d'euros pour les valeurs mobilières représentatives de créance donnant accès au capital	26 mois	Janvier 2008	Néant	Imputation sur les plafonds de la 19 ^e résolution de l'Assemblée Générale du 10.11.2005
Émissions réservées au personnel						
Options de souscription ou d'achat aux salariés et mandataires sociaux	18 ^e - AG du 17.05.2004	Plafond légal	38 mois	Juillet 2007	Plans de stock-options - août 2005 et juin 2006	N/A
Attribution d'actions gratuites existantes ou à émettre	25 ^e - AG du 10.11.2005	1 % du capital (à la date de l'autorisation)	26 mois	Janvier 2008	Néant	N/A
Autorisation de procéder à des augmentations de capital réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise par émission d'actions ordinaires et/ou valeurs mobilières donnant accès au capital	26 ^e - AG du 10.11.2005	2 % du capital (à la date de l'autorisation)	26 mois	Janvier 2008	Néant	N/A
Programme de rachat d'actions						
Rachat d'actions	13 ^e - AG du 10.11.2005	10 % du capital social	18 mois	Juin 2007	Titres de réserve Plan de stock-options - juin 2006	Prix maximum d'achat : 210 euros
Annulation d'actions	17 ^e - AG du 10.11.2005	10 % du capital social	24 mois	Novembre 2007	Néant	N/A

OCEANE (DONNANT ACCÈS À TERME AU CAPITAL)

Il est rappelé que Pernod Ricard avait émis, le 13 février 2002, un emprunt de 488 749 999 euros représenté par 4 567 757 obligations à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange contre des actions existantes (OCEANE) de valeur nominale unitaire de 107 euros. La durée de cet emprunt était de 5 ans et 322 jours à compter du 13 février 2002. L'amortissement normal devait ainsi s'effectuer en totalité le 1^{er} janvier 2008 par remboursement à un prix de 119,95 euros par OCEANE. Les OCEANE portaient intérêt à un taux de 2,50 % l'an, payable à terme échu le 1^{er} janvier de chaque année. L'option de conversion ou d'échange des OCEANE pouvait être exercée à compter du 13 février 2002 et jusqu'au 7^e jour ouvré qui précédait la date de remboursement.

À compter du 14 février 2003, à la suite de l'augmentation de capital, par incorporation de réserves et création d'actions nouvelles, à raison d'une action nouvelle gratuite pour quatre anciennes, le ratio d'attribution des OCEANE a été ajusté, l'obligation donnant alors droit à la conversion et/ou l'échange d'une obligation pour 1,25 action Pernod Ricard. Ramené à une action, le cours de conversion était de 95,96 euros.

Au 30 juin 2005, 4 567 614 OCEANE restaient en circulation, 143 obligations ayant été échangées contre 178 actions Pernod Ricard en mai 2005.

Le 21 juillet 2005, l'Assemblée Générale des porteurs a décidé de modifier les conditions de placement de ces obligations et a concédé à Pernod Ricard une option de remboursement anticipé, en contrepartie du versement immédiat d'une soulte de 3,53 euros par OCEANE. Si Pernod Ricard décidait d'exercer son option, elle devrait également verser un complément de 4,50 euros par OCEANE présentée à la conversion.

En date du 28 juillet 2005, Pernod Ricard a décidé d'exercer cette option à effet du 20 septembre 2005. Les demandes de conversion ont été exercées à concurrence de 2 716 606 OCEANE, le 31 août 2005 et 1 846 874 OCEANE, le 9 septembre 2005. Compte tenu du ratio de conversion, 3 395 754 actions Pernod Ricard ont été créées le 31 août 2005 et 2 308 584 actions le 9 septembre 2005.

Le 20 septembre 2005, les 4 134 obligations restant en circulation ont été remboursées au prix unitaire de 114,52 euros, majoré de l'intérêt à payer au titre de la période courue entre le 1^{er} janvier 2005 et le 19 septembre 2005 (1,92014 euro par obligation), soit un total de 116,44 euros par OCEANE.

Ainsi, le 20 septembre 2005, il ne restait plus d'OCEANE en circulation.

FUSION-ABSORPTION DE LA SOCIÉTÉ SIFA

L'Assemblée Générale Extraordinaire de Pernod Ricard réunie le 10 novembre 2005 a approuvé le projet de fusion-absorption de la société SIFA (dont l'actif était principalement constitué d'une participation de 7 215 373 actions Pernod Ricard), avec une date d'effet au 16 janvier 2006 et a décidé l'émission de 7 215 373 actions nouvelles en rémunération de cet apport.

Cette même Assemblée a décidé l'annulation au 16 janvier 2006 des actions Pernod Ricard apportées par SIFA.

En conséquence le capital de Pernod Ricard a été inchangé à la suite de cette fusion-absorption.

OPTIONS DE SOUSCRIPTION D' ACTIONS

Au cours de l'exercice 389 209 options de souscription d'action ont été exercées sur les plans des 18 décembre 2001 et 11 février 2002 institués au bénéfice des personnels du Groupe Pernod Ricard et ainsi, 389 209 actions ont été créées au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006. Le Conseil d'Administration a constaté cette augmentation du capital lors de sa séance du 26 juillet 2006. Le nombre de titres Pernod Ricard qui restent susceptibles d'être créés à la suite de l'exercice des options de souscription d'action en vigueur au 30 juin 2006, s'élève à 1 383 986 actions.

TABLEAU D'ÉVOLUTION DU CAPITAL AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

Capital avant	Titres	Année	Nature de l'opération	Quotité	Prise d'effet	Titres créés	Prime d'émission et de conversion	Titres au capital	Capital après
1 127 733 200,00 FRF	56 386 660	2001	Conversion en euros	S.O. ⁽¹⁾	31.10.2001	S.O.	S.O.	56 386 660	174 798 646,00 €
174 798 646,00 €	56 386 660	2003	Exercice d'options	S.O.	28.01.2003 ⁽²⁾	605	73,90 €	56 387 265	174 800 521,50 €
174 800 521,50 €	56 387 265	2003	Attribution gratuite	1 pour 4	14.02.2003	14 096 816	S.O.	70 484 081	218 500 651,10 €
218 500 651,10 €	70 484 081	2005	Augmentation de capital	S.O.	26.07.2005	17 483 811	112,90 €	87 967 892	272 700 465,20 €
272 700 465,20 €	87 967 892	2005	Conversion des OCEANE	1,25 pour 1	31.08.2005	3 395 754	88,46 €	91 363 646	283 227 302,60 €
283 227 302,60 €	91 363 646	2005	Conversion des OCEANE	1,25 pour 1	09.09.2005	2 308 584	88,46 €	93 672 230	290 383 913,00 €
290 383 913,00 €	93 672 230	2006	Exercice d'options	S.O.	26.07.2006 ⁽²⁾	389 209	58,50 €/62,10 €	94 061 439	291 590 460,90 €

(1) S.O. = sans objet.

(2) Les titres résultant des options ont été créés au fur et à mesure des exercices des options. Les dates dont il est fait mention sont celles de la constatation par le Conseil d'Administration des augmentations de capital corrélatives.

→ Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

Répartition du capital et des droits de vote

Actionnariat	Situation au 20.09.2006			Situation au 21.09.2005			Situation au 17.05.2004		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote*	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote*	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote*
Société Paul Ricard ⁽¹⁾	8 942 907	9,51 %	16,91 %	8 852 296	9,45 %	15,30 %	8 520 671	12,1 %	18,9 %
Société Immobilière et Financière pour l'Alimentation (SIFA) ⁽²⁾	-	-	-	7 215 373	7,70 %	13,43 %	7 215 373	10,2 %	16,3 %
Administration et Direction de Pernod Ricard	1 452 196	1,54 %	2,22 %	815 752	0,87 %	1,35 %	812 761	1,2 %	1,7 %
Titres détenus par le personnel de Pernod Ricard	1 257 309	1,34 %	1,93 %	1 304 509	1,39 %	1,89 %	1 472 669	2,1 %	2,7 %
Kirin International Finance B.V. (Pays Bas) ⁽³⁾	3 428 144	3,64 %	3,53 %	-	-	-	-	-	-
Franklin Ressources, Inc et Affiliés ⁽⁴⁾	3 780 653	4,02 %	3,89 %	3 732 233	3,98 %	3,48 %	-	-	-
La Caisse des Dépôts et Consignation (CDC Ixis) ⁽⁵⁾	3 102 889	3,30 %	3,20 %	3 562 192	3,80 %	3,32 %	3 488 619	4,9 %	4,1 %
Groupe Société Générale ⁽⁶⁾	1 012 481	1,07 %	1,04 %	2 705 610	2,89 %	2,52 %	2 424 340	3,4 %	2,9 %
Crédit Agricole Asset Management ⁽⁷⁾	2 430 769	2,58 %	2,50 %	1 928 297	2,06 %	1,80 %	357 589	0,5 %	0,4 %
Ecureuil Gestion FCP ⁽⁸⁾	1 939 987	2,06 %	2,00 %	1 939 987	2,07 %	1,81 %	-	-	-
FRM Corp et Fidelity International Limited (États-Unis)	-	-	-	-	-	-	1 993 785	2,8 %	2,4 %
CNP Assurances ⁽⁹⁾	1 090 645	1,16 %	1,12 %	1 090 645	1,16 %	1,02 %	-	-	-
BNP Paribas ⁽¹⁰⁾	1 068 814	1,14 %	1,10 %	1 071 591	1,14 %	1,00 %	863 076	1,2 %	1,0 %
Platinum Asset Management (Australie) ⁽¹¹⁾	951 602	1,01 %	0,98 %	-	-	-	-	-	-
Groupama ⁽¹²⁾	753 550	0,80 %	0,78 %	753 550	0,80 %	0,70 %	-	-	-
UBS AG (Royaume-Uni) ⁽¹³⁾	476 543	0,51 %	0,49 %	717 615	0,77 %	0,67 %	-	-	-
DNCA Finance ⁽¹⁴⁾	515 900	0,55 %	0,53 %	-	-	-	-	-	-
M & G Investments (Royaume-Uni) ⁽¹⁵⁾	421 604	0,45 %	0,43 %	421 604	0,45 %	0,39 %	-	-	-
Atout France Europe	-	-	-	-	-	-	400 000	0,6 %	0,5 %
Pernod Ricard	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Auto-contrôle	3 209 032	3,41 %	-	-	-	-	-	-	-
- Actions autodétenues	3 079 722	3,27 %	-	3 268 574	3,49 %	-	1 981 036	2,8 %	-
Autres et Public	55 146 692	58,64 %	57,34 %	54 292 402	57,98 %	51,32 %	40 954 162	58,2 %	49,1 %
Total	94 061 439	100 %	100 %	93 672 230	100 %	100 %	70 484 081	100 %	100 %

* Bien qu'il n'y ait qu'une seule catégorie d'actions, les actions détenues pendant dix ans sous forme nominative bénéficient d'un droit de vote double.

Pour un même déclarant, seule la plus récente déclaration est ici rapportée. Les déclarations de plus de deux ans n'ayant pas été réactualisées ne sont plus prises en compte.

(1) La Société Paul Ricard est entièrement détenue par la famille Ricard. La déclaration prend en compte, pour 291 000 actions, les titres détenus par la SNC Le Garlaban contrôlée au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce et pour 108 000 actions, les titres détenus par la société Lirix liée au sens de l'article L.621-18-2 du Code monétaire et financier.

Le 17 février 2006, la Société Paul Ricard, la société Le Garlaban, Mme Danièle Ricard, M. Rafaël Gonzalez-Gallarza, M. César Giron et M. François-Xavier Diaz ont déclaré avoir franchi en hausse de concert le seuil de 10 % du capital de Pernod Ricard et détenir de concert 9 431 995 actions Pernod Ricard représentant 16 980 473 droits de vote, soit 10,05 % du capital et 17,49 % des droits de vote de la Société. Il est rappelé que l'adhésion au concert existant de M. Rafaël Gonzalez-Gallarza est concomitante à la conclusion d'un pacte d'actionnaires entre la Société Paul Ricard et M. Rafaël Gonzalez-Gallarza dont il est fait description à la section "Pacte d'actionnaires".

Le 27 mars 2006, la Société Paul Ricard, la société Le Garlaban, Mme Danièle Ricard, M. Rafaël Gonzalez-Gallarza, M. César Giron et M. François-Xavier Diaz ont déclaré avoir franchi en hausse de concert avec la société Kirin International Finance B.V. le seuil de 20 % des droits de vote de Pernod Ricard, et détenir de concert 12 860 139 actions et 20 408 617 droits de vote, soit 13,70 % du capital et 21,03 % des droits de vote. Il est rappelé que l'adhésion au concert existant de la société Kirin International Finance B.V. est concomitante à la conclusion d'un pacte d'actionnaires entre la Société Paul Ricard, la société Kirin International B.V. et Kirin Brewery Company Ltd dont il est fait description à la section "Pacte d'actionnaires".

(2) La Société Immobilière et Financière pour l'Alimentation (SIFA) a fait l'objet d'une fusion par voie d'absorption par Pernod Ricard selon décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 10 novembre 2005, avec une date d'effet au 16 janvier 2006.

Les actionnaires de la société SIFA, à savoir Santa Lina, filiale à 100 % de Pernod Ricard, Kirin International Finance B.V. et M. Rafaël Gonzalez-Gallarza sont devenus des actionnaires directs de Pernod Ricard. M. Rafaël Gonzalez-Gallarza a produit, le 30 janvier 2006, une déclaration de détention pour 567 335 actions, soit 0,60 % du capital. La participation de Kirin International Finance B.V. apparaît dans le présent tableau. Les titres, propriété de Santa Lina, sont les titres d'autocontrôle qui ressortent dans le présent tableau. Une déclaration a été produite à Pernod Ricard le 30 janvier 2006.

(3) Déclaration du 30 janvier 2006.

(4) Déclaration du 25 août 2005.

(5) Déclaration du 2 mars 2006.

(6) Déclaration du 17 août 2006.

(7) Déclaration du 12 juillet 2006.

(8) Déclaration du 26 avril 2004.

(9) Déclaration du 27 juillet 2005.

(10) Déclaration du 14 avril 2006.

(11) Déclaration du 11 avril 2006.

(12) Déclaration du 13 juin 2005.

(13) Déclaration du 20 juin 2006.

(14) Déclaration du 20 juin 2006.

(15) Déclaration du 14 septembre 2005.

Aucun des actionnaires mentionnés dans le tableau précédent ne dispose de droits de vote différents au sens où les dispositions des statuts relatives aux droits de vote sont applicables à tous les actionnaires y compris les actionnaires mentionnés dans le tableau précédent.

Au 20 septembre 2006, le nombre des droits de vote ressort à 97 096 356.

À cette même date, le personnel détenait 1 257 309 actions, représentant 1,3 % du capital et 2 % des droits de vote.

Rapport sur les actions autodétenues

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En application des dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce, nous vous rendons compte de la réalisation des opérations d'achat d'actions autorisées par l'Assemblée Générale au cours de l'exercice écoulé.

Au titre du programme de rachat d'actions propres autorisé par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005, 232 676 titres ont été acquis en Bourse entre le 1^{er} juin 2006 et le 14 juin 2006 au coût moyen pondéré de 152,05 euros par action.

Les actions ont toutes été affectées à la réserve du plan d'options d'achat d'actions mis en œuvre le 14 juin 2006.

Usant des autorisations qui lui avaient été conférées par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 17 mai 2004, le Conseil d'Administration a institué deux plans d'options d'achat d'actions Pernod Ricard :

Le 25 juillet 2005, un plan d'options d'achat d'actions concernant 378 309 actions, au profit des cadres à haut niveau de responsabilité du Groupe ou des cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions. Ce plan a pris effet le 11 août 2005 et a porté sur 378 309 actions consenties en options d'achat au profit de 485 bénéficiaires au prix de 136,38 euros chacune. Le prix d'attribution des options correspond à la moyenne des cours de l'action Pernod Ricard pendant les 20 séances de bourse qui ont précédé le lancement du plan. Aucun rabais n'a été appliqué à ce prix moyen. Les levées et cessions sont possibles à compter du 12 août 2009.

Le 14 juin 2006, un plan d'options d'achat d'actions concernant 888 867 actions, au profit des cadres à haut niveau de responsabilité du Groupe ou des cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions. Ce plan a pris effet le 14 juin 2006 et a porté sur 888 867 actions consenties en options d'achat au profit de 555 bénéficiaires au prix de 151,47 euros chacune. Le prix d'attribution des options correspond à la moyenne des cours de l'action Pernod Ricard pendant les 20 séances de bourse qui ont précédé le lancement du plan. Aucun rabais n'a été appliqué à ce prix moyen. Les levées et cessions sont possibles à compter du 15 juin 2010.

Au 20 septembre 2006, le nombre global d'actions autodétenues ressortait à 3 079 722 (3,27 % du capital). Ces actions ont toutes été affectées aux réserves des plans d'options d'achat d'actions mis en œuvre.

Renseignements complémentaires sur l'actionariat

Selon l'enquête TPI (Titres au Porteur Identifiable) la plus récente, le nombre d'actionnaires de Pernod Ricard est estimé à 96 000. Globalement, la part des investisseurs étrangers ressort à approximativement 35 % du capital (situation au 27 juillet 2006).

À la connaissance de Pernod Ricard, il n'existe aucun actionnaire détenant plus de 5 % du capital ou des droits de vote qui ne soit pas mentionné dans le tableau de *Répartition du capital et des droits de vote*.

Il n'y a pas de personne physique ou morale qui, directement ou indirectement, isolément ou conjointement, ou de concert, exerce un contrôle sur le capital de Pernod Ricard.

À la connaissance de la Société, il n'y a pas eu d'autres modifications significatives dans la répartition du capital de la Société au cours des trois derniers exercices, autres que celles ressortant dans le tableau de *Répartition du capital et des droits de vote*.

Pernod Ricard est la seule société du Groupe cotée en Bourse (Paris). Toutefois, dans le cadre de l'intégration d'Allied Domecq, le Groupe Pernod Ricard contrôle désormais la société Corby Distilleries Limited, dont il détient 46 % du capital et 51 % des droits de vote, et qui est cotée à la Bourse de Toronto (Canada).

Pactes d'actionnaires

Pernod Ricard a été notifié le 8 février 2006 de la signature d'une convention d'actionnaires intervenue entre M. Rafaël Gonzalez-Gallarza et la Société Paul Ricard, accord par lequel M. Rafaël Gonzalez-Gallarza s'engage à consulter la Société Paul Ricard avant toute Assemblée Générale des actionnaires de Pernod Ricard de façon à voter dans le même sens. De plus, M. Rafaël Gonzalez-Gallarza s'est engagé à notifier la Société Paul Ricard de toute acquisition supplémentaire de titres Pernod Ricard et/ou de droits de vote, de même qu'il s'est interdit d'en acquérir si une telle transaction devait obliger la Société Paul Ricard et les parties agissant de concert à déposer une offre publique sur Pernod Ricard. Enfin, la Société Paul Ricard dispose d'un droit de préemption sur les titres Pernod Ricard dont M. Rafaël Gonzalez-Gallarza pourrait vouloir disposer.

La Société Paul Ricard, Kirin International Finance B.V. et Kirin Brewery Company Ltd (" Kirin ") ont signé en présence de Pernod Ricard le 22 mars 2006 une convention d'actionnaires par laquelle la Société Paul Ricard et Kirin se sont obligés à se concerter avant toute Assemblée Générale d'actionnaires de façon à voter dans le même sens. Par ailleurs, Kirin s'est engagé à ne pas céder ses titres Pernod Ricard pendant une certaine durée, et un droit de préemption a été octroyé à la Société Paul Ricard au cas où Kirin viendrait à céder ses titres au-delà de cette période.

**Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital**

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Pourcentages de capital et de droits de vote détenus par l'ensemble des membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance de Pernod Ricard

Membres du Conseil d'Administration	Nombre d'actions au 20.09.2006	Pourcentage du capital au 20.09.2006	Nombre de droits de vote au 20.09.2006	Pourcentage des droits de vote au 20.09.2006
Mandataires sociaux dirigeants				
M. Patrick Ricard (Président du Conseil d'Administration et Directeur Général)	632 876	0,67 %	1 259 122	1,30 %
M. Pierre Pringuet (Directeur Général Délégué et Administrateur)	38 848	0,04 %	38 848	0,04 %
Administrateurs				
M. Richard Burrows	58 438	0,06 %	58 438	0,06 %
M. François Gérard	48 005	0,05 %	48 130	0,05 %
M. Rafaël Gonzalez-Gallarza	567 335	0,60 %	567 335	0,58 %
Mme Françoise Hémar	29 916	0,03 %	30 372	0,03 %
Mme Danièle Ricard	75 205	0,08 %	150 410	0,15 %
Société Paul Ricard représentée par Mme Béatrice Baudinet ⁽¹⁾	8 942 907	9,51 %	16 414 992	16,91 %
Administrateurs indépendants				
M. Jean-Dominique Comolli	63	N.S.	63	N.S.
Lord Douro	275	N.S.	275	N.S.
M. Didier Pineau-Valencienne	710	N.S.	710	N.S.
M. Gérard Théry	225	N.S.	225	N.S.
M. William H. Webb	300	N.S.	300	N.S.

N.S. = non significatif.

(1) Inclus les titres détenus par la Société Paul Ricard, par la SNC Le Garlaban contrôlée au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce et par la société Lirix liée au sens de l'article L.621-18-2 du Code monétaire et financier.

MARCHÉ DES TITRES DE PERNOD RICARD

Les actions Pernod Ricard

Les actions Pernod Ricard sont négociées sur le marché Eurolist d'Euronext (Compartiment A) Paris SA (système de règlement différé). Les volumes traités au cours des 18 derniers mois figurent dans le chapitre *Actionnaires* de la partie rédactionnelle.

Pernod Ricard a émis en 1993 un programme d'ADR's (American Depositary Receipt) sous couvert de la Bank of New York (marché OTC). Compte tenu de la faiblesse des volumes échangés, il a été décidé de fermer ce programme à effet du 30 juin 2006.

Les OCEANE

Les OCEANE Pernod Ricard 2,50 % février 2002/janvier 2008 ont été, soit converties par anticipation, soit remboursées.

DIVIDENDES (POLITIQUE DE DISTRIBUTION SUR LES CINQ DERNIERS EXERCICES)

Le rappel des dividendes distribués au cours des cinq derniers exercices est présenté à la fin de l'annexe aux comptes sociaux.

AUTRES INFORMATIONS LÉGALES

Document d'information annuel (art. 221-1-1 du Règlement Général AMF)

Conformément aux dispositions de l'article 221-1-1 du Règlement Général de l'AMF, le document d'information annuel ci-dessous mentionne toutes les informations publiées par la Société ou rendues publiques au cours des 12 derniers mois, dans un ou plusieurs États parties à l'accord sur l'espace économique européen ou dans un ou plusieurs pays tiers, pour satisfaire à ses obligations législatives ou réglementaires en matière d'instruments financiers et de marchés d'instruments financiers.

LISTE DES INFORMATIONS PUBLIÉES AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS ET SON MODE DE CONSULTATION

Communiqués de presse

www.amf-France.org

www.pernod-ricard.com

- › Conservation de Montana dans le portefeuille de Pernod Ricard (19.10.2005) ;
- › Cession d'actifs à Fortune Brands (21.10.2005) ;
- › Calendrier financier 2005/2006 (04.11.2005) ;
- › Chiffre d'affaires du premier trimestre 2005/2006 (10.11.2005) ;
- › Cession de la participation de Pernod Ricard dans Britvic (09.12.2005) ;
- › Cession de Dunkin Brands (12.12.2005) ;
- › Cessions de Glen Grant, Old Smuggler et Braemar à Campari (22.12.2005) ;

- › Réorganisation de Pernod Ricard (11.01.2006) ;
- › Finalisation de la cession des marques Allied Domecq (31.01.2006) ;
- › Chiffre d'affaires du premier semestre 2005/2006 (09.02.2006) ;
- › Cession de Dunkin Brands (01.03.2006) ;
- › Rapprochement des activités entre Pernod Ricard et Corby sur le marché canadien (08.03.2006) ;
- › Cessions de Glen Grant, Old Smuggler et Braemar (15.03.2006) ;
- › Résultats financiers premier semestre 2005/2006 (23.03.2006) ;
- › Différend entre Pernod Ricard et Russian Standard à propos de Stolichnaya (06.04.2006) ;
- › Donation par Pernod Ricard des "Collines de Cavalière" au Conservatoire du littoral (24.04.2006) ;
- › Contre garantie accordée par Pernod Ricard au titre des obligations de paiement de ses filiales Allied Domecq Ltd et Allied Domecq Financial Services Ltd relatives à leurs obligations (Medium Term Notes) (28.04.2006) ;
- › Chiffre d'affaires des 9 premiers mois 2005/2006 (11.05.2006) ;
- › Ouverture de négociation entre Pernod Ricard et FKP (18.05.2006) ;
- › Calendrier financier 2006/2007 (15.06.2006) ;
- › Publication de la Charte de Développement Durable (19.06.2006) ;
- › Finalisation de l'opération conclue entre Pernod Ricard et Corby (29.06.2006) ;
- › Nominations de M. Bruno Rain et M. Emmanuel Babeau (03.07.2006) ;
- › Renouvellement du contrat de distribution de Zubrowka (06.07.2006) ;
- › Chiffre d'affaires annuel 2005/2006 (27.07.2006) ;
- › Pernod Ricard confiant dans la défense des droits de la marque Havana Club aux États-Unis (08.08.2006) ;
- › Résultats annuels 2005/2006 et succès total de l'intégration d'Allied Domecq (21.09.2006) ;
- › Pernod Ricard USA vend les marques Rich & Rare et Royal Canadian à la société Sazerac (États-Unis) (02.10.2006) ;
- › Pernod Ricard et Corby Distilleries Ltd finalisent l'opération (02.10.2006).

Documents publiés au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO)

www.journal-officiel.gouv.fr

- › Avis de projet de fusion par voie d'absorption de SIFA par Pernod Ricard (07.10.2005) ;
- › Avis de réunion pour l'Assemblée Générale Mixte du 10 novembre 2005 (07.10.2005) ;
- › Avis de convocation pour l'Assemblée Générale Mixte du 10 novembre 2005 (26.10.2005) ;
- › Comptes annuels clos le 30 juin 2005 avant AG (31.10.2005) ;
- › Chiffre d'affaires du 1^{er} juillet 2005 au 30 septembre 2005 (Hors TVA) (16.11.2005) ;
- › Droits de vote suite à l'Assemblée Générale Mixte du 10 novembre 2005 (21.11.2005) (publication sur le site de l'AMF le 15.11.2005) ;
- › Comptes annuels au 30 juin 2005 (12.12.2005) ;
- › Droits de vote au 16 janvier 2006 (25.01.2006) ;
- › Chiffre d'affaires du 1^{er} juillet 2005 au 31 décembre 2005 (Hors TVA) (17.02.2006) ;
- › Comptes consolidés (12.05.2006) ;
- › Chiffre d'affaires du 1^{er} juillet 2005 au 31 mars 2006 (Hors TVA) (15.05.2006) ;
- › Droits de vote au 30 juin 2006 (04.08.2006) ;
- › Chiffre d'affaires du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006 (Hors TVA) (07.08.2006) ;
- › Avis de réunion pour l'Assemblée Générale Mixte du 7 novembre 2006 (02.10.2006).


**Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital**

 Gouvernement d'Entreprise

 Rapport du Président sur le Contrôle Interne

 Rapport de gestion

 Comptes consolidés

 Comptes sociaux

 Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

 Informations sur le document de référence

Documents déposés au greffe
www.infogreffe.fr

- › Traité du projet de fusion SIFA du 30 septembre 2005 ;
- › Rapport du Commissaire aux Comptes à la fusion du 7 septembre 2005 ;
- › Extrait du procès-verbal du Conseil d'Administration du 21 septembre 2005 et augmentation de capital et modifications statutaires ;
- › Statuts mis à jour au 21 septembre 2005 ;
- › Dépôts des comptes annuels - exercice clos au 30 juin 2005 ;
- › Procès-verbal d'Assemblée Générale Extraordinaire du 10 novembre 2005 et décision de réduction de capital ;
- › Procès-verbal du Conseil d'Administration du 21 septembre 2005 ;
- › Procès-verbal d'Assemblée Générale Extraordinaire du 10 novembre 2005, renouvellement de mandat d'Administrateur, fin de mandat d'Administrateur, fin de mission du Commissaire aux Comptes titulaire, renouvellement de mandat de Commissaire aux Comptes suppléant, renouvellement de mandat de Commissaire aux Comptes titulaire, augmentation et réduction de capital, et apport fusion ;
- › Statuts mis à jour au 10 novembre 2005 ;
- › Extrait du procès-verbal du Conseil d'Administration du 8 février 2006 et constatation de la valeur réelle définitive des titres créés suite à la fusion par voie d'absorption de SIFA par Pernod Ricard ;
- › Déclaration de conformité du 31 mars 2006 et fusion-absorption de SIFA par Pernod Ricard ;
- › Extrait du procès-verbal du Conseil d'Administration du 26 juillet 2006 relatif à une augmentation de capital ;
- › Statuts mis à jour au 26 juillet 2006.

Documents mis à disposition des actionnaires

Siège Social de Pernod Ricard
12, place des États-Unis
75116 Paris

- › Assemblée Générale Mixte du 10 novembre 2005 ;
- › Exemple BALO du 07 octobre 2005 contenant l'Avis de réunion de l'Assemblée ;
- › Exemple BALO du 26 octobre 2005 et un exemplaire du journal d'annonces légales "Affiches Parisiennes et Départementales" du 26 octobre 2005 contenant l'Avis de convocation ;
- › Exemple du dossier de convocation adressé aux actionnaires ainsi que tous les documents destinés à leur information (D133 et D135) ;
- › Copies et avis de réception des lettres recommandées de convocation adressées aux Commissaires aux Comptes, aux Commissaires à la fusion ;
- › Pouvoirs des actionnaires qui se sont fait représenter par des mandataires ;
- › Formulaire de vote par correspondance ;
- › Comptes arrêtés au 30 juin 2005 (BALO du 31 octobre 2005) ;
- › Rapport du Conseil d'Administration sur la fusion-absorption de SIFA par Pernod Ricard ;
- › Rapport annuel et document de référence, exercice clos au 30 juin 2005 ;
- › Exemple du traité de fusion (30.09.2005) ;
- › Exemple du BALO du 7 octobre 2005 et un exemplaire du journal d'annonces légales "Affiches Parisiennes et Départementales" du 7 octobre 2005 contenant l'avis de projet de fusion par voie d'absorption de SIFA par Pernod Ricard ;

- › Ordonnance nommant les Commissaires à la fusion ;
- › Rapports des Commissaires aux Comptes et des Commissaires à la fusion ;
- › Projet de résolutions ;
- › Exemple des statuts.

Intervention sur le titre Pernod Ricard
www.amf-France.org
www.pernod-ricard.com

- › Déclarations des opérations effectuées par les mandataires sociaux sur les titres de la Société :
 - › en date du 15.11.2005 ;
 - › en date du 13.12.2005 ;
 - › en date du 02.01.2006 ;
 - › en date du 04.01.2006 ;
 - › en date du 06.01.2006 ;
 - › en date du 30.01.2006 ;
 - › en date du 03.04.2006 ;
 - › en date du 15.05.2006 ;
 - › en date du 02.08.2006 ;
 - › en date du 03.08.2006.
- › Déclarations des opérations effectuées par la Société sur ses propres titres :
 - › en date du 09.06.2006 ;
 - › en date du 15.06.2006 ;
 - › en date du 04.07.2006.

Publicités des clauses du pacte d'actionnaires
www.amf-France.org

- › Pacte d'actionnaires conclu entre Paul Ricard SA, Kirin Brewery Company Limited et Kirin International Finance B.V., en présence de la société Pernod Ricard (22.03.2006).

Documents publiés à l'étranger (6-K)
www.sec.gov

- › Notice of Shareholders Meeting, published in each of *Bulletin des Annonces Légales Obligatoires* and *La Tribune* on Friday, 7 October, 2005. Notice of a Contemplated Merger, published in *Le Publicateur Légal* on Friday, 7 October 2005 (11.10.2005) ;
- › Board of Directors Report relating to the merger of Société Immobilière et Financière pour l'Alimentation ("SIFA") with and into Pernod Ricard, presented to the Shareholders Meeting of Pernod Ricard dated 10 November 2005 (14.10.2005) ;
- › Press release in English published on Wednesday, 19 October 2005. Press release in French published on Wednesday, 19 October 2005 (21.10.2005) ;
- › Legal notice relating to two capital increases of Pernod Ricard bringing its share capital to 290,383,913 euros and the number of shares to 93,672,230 dated 21 October 2005 (21.10.2005).
- › English translation of the 2004/2005 Pernod Ricard Annual Report (31.10.2005) ;
- › Notice of Financial Calendar 2005/2006, dated 4 November 2005 (08.11.2005) ;

- › Press release, dated 10 November 2005, regarding Pernod Ricard's 2005/2006 1st Quarter Net Sales (10.11.2005) ;
- › Press release, dated 9 December 2005, regarding Pernod Ricard's sale of its approximate holding of 51 million shares in BRITVIC Plc in connection with the proposed listing of that company on the London Stock Exchange on 14 December 2005 (12.12.2005) ;
- › Press release, dated 12 December 2005, entitled "Pernod Ricard sells Dunkin' Brands Inc. to Bain Capital, The Carlyle Group and Thomas H. Lee Partners" (13.12.2005) ;
- › Press release, dated 22 December 2005, entitled "Pernod Ricard announces the disposal of Glen Grant, Old Smuggler and Braemar to Campari" (23.12.2005) ;
- › Press release, dated 11 January 2006, entitled "Pernod Ricard streamlines its structure : New organisation of 4 major regions and 4 brand owners" (17.01.2006) ;
- › Press release, dated 31 January 2006, entitled "Pernod Ricard - Fortune Brands : Finalisation of the Allied Domecq brands disposals" (01.02.2006) ;
- › Press release, dated 9 February 2006, entitled "2005/2006 interim net sales: +66.7%" (01.03.2006) ;
- › Press release, dated 1 March 2006, entitled "Pernod Ricard finalises the disposal of Dunkin' Brands Inc. to Bain Capital, The Carlyle Group and Thomas H. Lee Partners" (02.03.2006) ;
- › Press release, dated 8 March 2006, entitled "Pernod Ricard & Corby Distilleries announce combined strategic approach to Canadian market" (08.03.2006) ;
- › Press release, dated 15 March 2006, entitled "Pernod Ricard completes the disposal of Glen Grant, Old Smuggler and Braemar to Campari" (16.03.2006) ;
- › Press release, dated 23 March 2006, entitled "Pernod Ricard: 1st half year 2005/2006" (24.03.2006) ;
- › English language summary of relevant portions of notices regarding Pernod Ricard S.A. (the "Company") transmitted to the French Financial Markets Authority (Autorité des marchés financiers) (the "AMF") on 9 February 2006 and 23 March 2006 on behalf of shareholders of the Company (30.03.2006) ;
- › Press release, dated 28 April 2006, regarding the counter guarantee by Pernod Ricard of payment obligations of its subsidiaries, Allied Domecq Ltd and Allied Domecq Financial Services Ltd, with respect to certain Medium Term Notes (03.05.2006) ;
- › Press release, dated 11 May 2006, regarding the "Sales for the first nine months (at 31 March 2006): +67.4%" (11.05.2006) ;
- › Press release, dated 16 May 2006, regarding the interim consolidated financial statements as at 31 December 2005 (16.05.2006) ;
- › Press release, dated 18 May 2006, regarding Pernod Ricard's announcement on the beginning of discussions with FKP Soyuzplodoimport regarding the impact of the discussions with FKP in relation with discussions with the SPI Group (18.05.2006) ;
- › Press release, dated 16 June 2006, regarding Pernod Ricard's "Financial Calendar 2006/2007" (16.06.2006) ;
- › Press release, dated 20 June 2006, regarding Pernod Ricard's publishing of its Sustainable Development Charter on the 40th anniversary of the Paul Ricard Oceanographical Institute (20.06.2006) ;
- › Press release, dated 29 June 2006, entitled "Pernod Ricard and Corby Distilleries to close transaction no later than 29 September 2006" (05.07.2006) ;
- › Press release, dated 6 July 2006, entitled "Pernod Ricard renews the distribution contract for the Polish Vodka Zubrowka with CEDC" (10.07.2006) ;
- › Press release, dated 27 July 2006, entitled "2005/2006 full-year sales: +68%" (28.07.2006) ;
- › Press release, dated 9 August 2006, entitled "Pernod Ricard is confident of its defence of the rights to the Havana Club brand in the USA" (09.08.2006) ;
- › Press release, dated 21 September 2006 entitled "2005/2006 Annual Results/Total success of Allied Domecq integration" (21.09.2006).
- › Notice of Shareholders Meeting, published in each Bulletin des Annonces Légales Obligatoires (BALO) and les Echos, 2 October 2006 (03.10.2006) ;
- › Press release entitled "Pernod Ricard USA sells Rich & Rare and Royal Canadian brands to Sazerac company" (03.10.2006) ;
- › Press release entitled "Pernod Ricard and Corby Distilleries Ltd announce transaction closing" dated 2 October 2006 (03.10.2006).

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

**Gouvernement d'Entreprise**

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Gouvernement d'Entreprise



131 Présentation des organes de direction et d'administration

- 131 Composition du Conseil d'Administration
- 135 Commentaires sur la composition du Conseil d'Administration
- 138 Rôle et fonctionnement du Conseil d'Administration
- 139 Les Comités du Conseil d'Administration
- 141 Évaluation du Conseil d'Administration
- 142 Les Commissaires aux Comptes

143 Intérêts des dirigeants et des mandataires sociaux : rémunérations, programmes de stock-options

- 143 Montant des rémunérations des mandataires sociaux
- 144 Politique de rémunération des Administrateurs
- 144 Politique de rémunération des dirigeants et distribution de stock-options
- 147 Schémas d'intéressement et de participation

Présentation des organes de direction et d'administration

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Prénom et nom ou dénomination sociale du membre	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat ⁽¹⁾	Mandats exercés en dehors du Groupe au 30.06.2006	Mandats échus en dehors du Groupe au cours des cinq dernières années
Président-Directeur Général				
M. Patrick Ricard	15.06.1978 ⁽²⁾	2007/2008	- Administrateur de Société Générale - Administrateur de la société Provimi SA - Membre et Vice-Président du Conseil de Surveillance de la Société Paul Ricard (société non cotée, actionnaire de Pernod Ricard SA) - Administrateur de la société Altadis (Espagne)	- Président de FEVS (Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux) entre le 12 mars 2002 et le 24 mars 2005
Directeur Général Délégué				
M. Pierre Pringuet	17.05.2004	2007/2008	Néant	Néant
Administrateurs				
M. Richard Burrows Directeur Général Délégué jusqu'au 31 décembre 2005	17.05.2004	2007/2008	- "Governor" de Bank of Ireland Group Plc (Irlande) - "Director" de Development Consultants International Ltd (Irlande)	- "Director" de Enterprise Trust (jusqu'au 1 ^{er} décembre 2003) - "Director de Irish Management Institute" (jusqu'au 1 ^{er} décembre 2003) - Administrateur de Cork University Foundation
M. François Gérard	10.12.1974	2005/2006	- Administrateur de Soc. Strike Intern. (Maroc)	- Gérant de Piétaterre (jusqu'en mars 2003)
M. Rafaël Gonzalez-Gallarza	05.05.1998	2007/2008	- Président du Conseil d'Administration de Prensa Malagueña SA - Administrateur de la société Endesa	Néant
Mme Françoise Hémar	09.06.1983	2007/2008	Néant	Néant
Mme Danièle Ricard	16.06.1969	2008/2009	- Présidente du Directoire de la Société Paul Ricard - Gérante de la SNC Le Garlaban - Présidente du Conseil d'Administration de la société Bendor SA - Présidente du Conseil d'Administration de la société Les Embiez SA - Présidente du Conseil d'Administration de la Société d'Aménagement des Hôtels de Bendor et des Embiez	Néant
Société Paul Ricard représentée par Mme Béatrice Baudinet	09.06.1983	2008/2009		

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Prénom et nom ou dénomination sociale du membre	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat ⁽¹⁾	Mandats exercés en dehors du Groupe au 30.06.2006	Mandats échus en dehors du Groupe au cours des cinq dernières années
Administrateurs indépendants				
M. Jean-Dominique Comolli	06.05.1997	2008/2009	<ul style="list-style-type: none"> - Président du Conseil d'Administration de la société Seita - Président du Conseil d'Administration de la société Altadis (Espagne) - Administrateur de la société Logista (Espagne) - Vice-Président du Conseil de Surveillance de la Régie des Tabacs (Maroc) - Administrateur de la société Aldeasa (Espagne) - Administrateur de l'Établissement Public de l'Opéra Comique - Administrateur de Calyon 	- Co-président de la société Altadis (Espagne) (jusqu'au 29 juin 2006)
Lord Douro	07.05.2003	2008/2009	<ul style="list-style-type: none"> - "Chairman" de Company Richemont Holdings (UK) Ltd (Royaume-Uni) - "Director" de Compagnie Financière Richemont AG (Suisse) - "Director" de Global Asset Management Worldwide (Royaume-Uni) - Administrateur de la société Sanofi-Aventis - "Commissioner" de English Heritage 	- "Chairman" de Framlington Group (Royaume-Uni) (jusqu'au 31 octobre 2005)
M. Didier Pineau-Valencienne	07.05.2003	2008/2009	<ul style="list-style-type: none"> - Président d'Honneur de Schneider Electric SA et de Square D - "Senior Advisor" du Crédit Suisse (Royaume-Uni) - Membre du Conseil de Surveillance de Lagardère SA - Administrateur de Fleury Michon SA - "Chairman" et "Partner" de Sagard (private equity) 	<ul style="list-style-type: none"> - Membre du Conseil de Surveillance d'Aventis - Administrateur d'AON - Administrateur de Vivarte - Administrateur de l'INSEAD - Administrateur de la Fondation de France - Administrateur de Wendel Investissement SA
M. Gérard Théry	04.05.1999	2008/2009	<ul style="list-style-type: none"> - Administrateur de la société ERAP - Gérant de la société GTA 	- Président de la SICAV Génération Numérique (jusqu'en 2004)
M. William H. Webb	07.05.2003	2008/2009	<ul style="list-style-type: none"> - "Director" de The Elie Wiesel Foundation for Humanity - "Member of the Advisory Council" de American Australian Association - "Member of the Executive Committee" de International Tennis Hall of Fame - "Director" de Macquarie Infrastructure Company (États-Unis - société cotée au New York Stock Exchange) 	<ul style="list-style-type: none"> - "Director" de Foreign Policy Association - Mandat au sein de Altria Group, Inc. (précédemment Philip Morris Companies Inc.) - "Director" de Kraft Foods, Inc. (de mars 2001 jusqu'en août 2002) - Mandat au sein de Alvin Ailey American Dance Theater - Mandat au sein de Business Council of New York State

(1) Le mandat prend fin à l'issue de l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice dont l'année est mentionnée.

(2) Date de nomination en tant que Président-Directeur Général.

Autres mandats exercés dans le Groupe au 30 juin 2006

M. Patrick Ricard Président-Directeur Général	Sociétés françaises	Administrateur	Martell & Co SA
			Pernod Ricard Finance SA
		Représentant Permanent de la société Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration	Cusenier SA
			JFA SA
			Pernod SA
			Pernod Ricard Europe SA
		Santa Lina SA	
		Établissements Vinicoles Champenois SA (EVC)	
		Galibert et Varon SA	
		Ricard SA	
		Représentant Permanent de la société Santa Lina au sein du Conseil d'Administration	Compagnie Financière des Produits Orangina SA (CFPO)
		Membre du Conseil de Direction	Pernod Ricard Asia SAS
	Représentant Permanent de la société Pernod Ricard au sein du Conseil de Direction	Pernod Ricard North America SAS	
	Représentant Permanent de la société Martell Mumm Perrier-Jouët au sein du Conseil d'Administration	Renault Bisquit SA	
Sociétés étrangères	Président	Comrie Ltd	
		Austin Nichols and Co Inc	
	Administrateur	Peri Mauritius Ltd	
		Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd	
		Distillerie Fratelli Ramazzotti Spa	
		World Brands Duty Free Ltd	
		Irish Distillers Group Ltd	
		Pernod Ricard España SA	
		Pernod Ricard Swiss SA	
		Polairen Trading Ltd	
		Sankaty Trading Ltd	
		Populous Trading Ltd	
	PR Acquisition II Corp		
	Suntory Allied Limited		
	Membre du Conseil de Surveillance	Wyborowa SA	
		Agros Holding SA	

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

→ **Gouvernement d'Entreprise**

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

M. Pierre Pringuet Directeur Général Délégué	Sociétés françaises	Président-Directeur Général	Santa Lina SA
		Président du Conseil d'Administration	Pernod Ricard Finance SA
		Président	Lina 3 SAS
			Lina 5 SAS
			Lina 6 SAS
			Lina 7 SAS
			Lina 8 SAS
		Administrateur	Pernod Ricard Europe SA
			Pernod SA
			Ricard SA
	Martell & Co SA		
	G.H. Mumm & Cie SA		
	Sociétés étrangères	Représentant Permanent de la société Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration	Compagnie Financière des Produits Orangina SA (CFPO)
			Membre du Conseil de Direction
		Administrateur	Pernod Ricard North America SAS
			Austin Nichols and Co Inc
			Pernod Ricard Asia Duty Free Ltd
			Irish Distillers Group Ltd
			Pernod Ricard Belgium SA
			Pernod Ricard España SA
Distillerie Fratelli Ramazzotti Spa			
Scitrium Europe Investments BV			
Pernod Ricard Japan KK			
Taylor Burnham Industries BV			
Pernod Ricard Pacific Holding Pty Ltd			
Treat Venture LLC			
Seagram India Pte Ltd			
Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd			
Suntory Allied Limited			
Havana Club Holding SA			
Membre du Conseil de Surveillance	Georgian Wines & Spirits Company LLC		
	Pernod Ricard Deutschland GmbH		
Président du Conseil	Pernod Ricard Nederland BV		
	Pernod Ricard Swiss SA		
Manager	Havana Club Know-How		
Président du Conseil de Surveillance	Wyborowa SA		
	Agros Holding SA		
M. Richard Burrows Directeur Général Délégué (jusqu'au 31 décembre 2005)*	Sociétés étrangères	Président	Irish Distillers Group Ltd
		Administrateur	Chivas Brothers (Holdings) Ltd
			Gallwey Liqueurs Ltd
M. François Gérard Administrateur	Sociétés françaises	Administrateur	Martell & Co SA
			Pernod SA

* Le départ à la retraite de M. Richard Burrows a été annoncé lors d'un communiqué de presse le 11 novembre 2005. M. Richard Burrows a quitté ses fonctions de Directeur Général Délégué le 31 décembre 2005 mais a conservé son mandat d'Administrateur au sein de la Société.

Par ailleurs, il est rappelé que le mandat d'Administrateur de M. Jean-Claude Beton, arrivé à échéance lors de l'Assemblée Générale annuelle du 10 novembre 2005, n'a pas fait l'objet de renouvellement, M. Jean-Claude Beton ayant décidé de ne pas solliciter un nouveau mandat.

COMMENTAIRES SUR LA COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Membres du Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est composé de 13 membres, 8 Administrateurs élus pour 6 ans et 5 Administrateurs ayant un mandat de 4 ans. Ce raccourcissement de 6 à 4 ans de la durée du mandat a été décidé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 17 mai 2004.

Parmi ses membres, il élit son Président qui doit être une personne physique. À l'issue de l'Assemblée Générale du 31 mai 2002, le Conseil d'Administration a décidé de ne pas procéder à la dissociation des fonctions entre Présidence du Conseil d'Administration et Direction Générale et de confirmer la structure moniste existante en considérant qu'elle paraissait la mieux adaptée aux circonstances présentes de la Société. Les Administrateurs sont détenteurs d'actions de la Société à des niveaux toujours supérieurs au minimum statutaire de 50 actions. Les titres sont inscrits au nominatif.

Pernod Ricard souscrit aux critères d'indépendance tels qu'exprimés par le Rapport Consolidé AFEP-MEDEF sur le Gouvernement d'Entreprise, à savoir : *"un Administrateur est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation de quelque nature que ce soit avec la société, son groupe ou sa direction, qui puisse compromettre l'exercice de sa liberté de jugement"*.

En respect de ces critères, 5 Administrateurs ont la qualité d'Administrateurs indépendants. Il s'agit de MM. Jean-Dominique Comolli, Lord Douro, Didier Pineau-Valencienne, Gérard Théry, William H. Webb. Il n'y a pas d'Administrateur élu par les salariés.

NOM, ADRESSE PROFESSIONNELLE, EXPERTISE ET EXPÉRIENCE EN MATIÈRE DE GESTION, AUTRES MANDATS PRÉCÉDEMMENT EXERCÉS EN DEHORS DU GROUPE AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES, AUTRES ACTIVITÉS SIGNIFICATIVES EXERCÉES ET LIENS FAMILIAUX AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Informations au 30 juin 2006 (à l'exception du nombre de titres Pernod Ricard détenus)

M. Patrick Ricard

61 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Pernod Ricard - 12, place des États-Unis, 75116 Paris.

M. Patrick Ricard détient 632 876 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

À sa sortie du lycée Perier de Marseille, et après de nombreux voyages de longue durée à l'étranger, il effectue une année de stage au sein de Seagram, alors n° 1 de l'industrie des Vins & Spiritueux. M. Patrick Ricard débute ensuite sa carrière au sein de la société Ricard. Il passera par tous les services, depuis la production jusqu'à la vente, et deviendra Directeur des succursales en 1970, puis Directeur Général Adjoint et Administrateur. Il sera également Administrateur de la société Pernod

entre 1973 et 1974. En 1975, lors de la fusion entre Pernod et Ricard, il sera nommé Directeur Général Adjoint de Pernod Ricard, dont il est le Président-Directeur Général depuis 1978.

Outre les mandats précédemment indiqués, M. Patrick Ricard a également été Président du Club d'observation sociale de l'institut de l'entreprise en 1987, Administrateur de la société Eridania Beghin-Say et Président de la Fédération des Exportateurs de Vins & Spiritueux de France (FEVS) entre le 12 mars 2002 et le 24 mars 2005.

M. Patrick Ricard est le fils de M. Paul Ricard, fondateur de la société Ricard, et le frère de Mmes Béatrice Baudinet et Danièle Ricard, également membres du Conseil d'Administration de Pernod Ricard.

M. Pierre Pringuet

56 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Pernod Ricard - 12, place des États-Unis, 75116 Paris.

M. Pierre Pringuet détient 38 848 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Ancien élève de l'École Polytechnique et ingénieur de l'École des Mines de Paris en 1975, il débute sa carrière en 1976, en tant que chargé de mission auprès du préfet de la région Lorraine, puis, en 1978, auprès du Directeur Général de l'industrie. Conseiller technique de M. Michel Rocard au sein de différents ministères entre 1981 et 1985, il occupera ensuite les fonctions de Directeur des industries agricoles et alimentaires au ministère de l'Agriculture. En 1987, il rejoint le secteur privé : il est nommé Directeur du Développement de Pernod Ricard, et devient Directeur Général de la Société pour l'exportation des grandes marques (SEGM) entre 1989 et 1996. Directeur Général, puis Président-Directeur Général de Pernod Ricard Europe en 1996, il est appelé à la Direction Générale de Pernod Ricard en 2000, où il occupe aujourd'hui la fonction de Directeur Général Délégué.

M. Richard Burrows

60 ans, nationalité irlandaise.

Adresse professionnelle : Bank of Ireland-Lower Baggot Street Dublin 2 (Irlande).

M. Richard Burrows détient 58 438 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Diplômé du Wesley College de Dublin, M. Richard Burrows est expert-comptable de formation. Entré en 1971 chez Irish Distillers Group, il est nommé Directeur Général de The Old Bushmills Distillery en 1972, puis Directeur Général d'Irish Distillers en 1976, puis "Chief Executive Officer" en 1978. En 1991, il prend la présidence d'Irish Distillers, qui, depuis 1988, est devenue une filiale de Pernod Ricard. Directeur Général Adjoint puis Directeur Général Délégué du Groupe Pernod Ricard de 2000 à 2005, il est aujourd'hui Administrateur de Pernod Ricard depuis le 17 mai 2004.

Outre les mandats précédemment indiqués, M. Richard Burrows a été Président de l'Irish Business and Employers Confederation et "Non Executive Director" au sein de Coras Iompair Eireann et de Friend First Life Insurance Co jusqu'en 2000, Administrateur de Cork University Foundation et membre du Conseil de Surveillance de Wilshire Financial Services Ltd. Il a également été Président de National Development Corporation.

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

M. François Gérard

66 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Pernod Ricard - 12, place des États-Unis, 75116 Paris.

M. François Gérard détient 48 005 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Diplômé de l'ESSEC en 1962 et titulaire d'un "MBA" de l'université de Columbia en 1964, il exerce ses compétences d'analyste financier au sein de Lazard France (Paris) entre 1965 et 1968. Il intègre ensuite le secteur des Vins & Spiritueux en rejoignant la Compagnie Dubonnet Cinzano. Entre 1976 et 1985, il est nommé Directeur Général puis Président-Directeur Général de Cusenier SA. En 1986, il devient Président-Directeur Général de SIAS MPA, fonction qu'il occupe jusqu'en 2001. M. François Gérard est Administrateur de Pernod Ricard depuis le 10 décembre 1974.

Outre les mandats précédemment indiqués, M. François Gérard a été Gérant de la société Piétaterre jusqu'en mars 2003.

M. Rafaël Gonzalez-Gallarza

71 ans, nationalité espagnole.

Adresse professionnelle : Pernod Ricard España C/Manuel Marañon 8, 28043 Madrid (Espagne).

M. Rafaël Gonzalez-Gallarza détient 567 335 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Après des études supérieures en droit à Madrid, il obtient un Diplôme Supérieur de Droit Comparé au Luxembourg (1960), et devient expert de l'UNESCO auprès de l'Administration pour le développement à Tanger puis fonctionnaire de l'OCDE Development Centre à Paris entre 1968 et 1973. Il rejoint en 1976 et pour deux ans le ministère de la Justice espagnole en qualité de Secrétaire Général Technique, activité qu'il exercera ensuite de 1980 à 1982 auprès de la Présidence du Gouvernement. À partir de 1985, il présidera le groupe Larios jusqu'à son rachat par Pernod Ricard en 1997.

En 1998, il est nommé Président de Pernod Ricard Larios, fonction qu'il conserve jusqu'en 2004 et est Administrateur de Pernod Ricard depuis 1998.

Parmi les divers mandats indiqués précédemment, M. Rafaël Gonzalez-Gallarza est Président du Conseil d'Administration de Prensa Malagueña SA, qui édite le Diario SUR de Malaga depuis 1997.

Mme Danièle Ricard

67 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Société Paul Ricard - Ile des Embiez, Le Brusuc, 83140 Six-Fours-les-Plages.

Mme Danièle Ricard détient 75 205 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Attachée de Direction et Administrateur de la société Ricard entre 1967 et 1975, Mme Danièle Ricard siège depuis 1969 au Conseil d'Administration de la société Ricard devenue Pernod Ricard. Président-Directeur Général de la Société Paul Ricard jusqu'en 2004, elle en est devenue Présidente du Directoire en 2005.

Mme Danièle Ricard est la fille de M. Paul Ricard, fondateur de la société Ricard, et la sœur de M. Patrick Ricard, Président-Directeur Général de Pernod Ricard ainsi que de Mme Béatrice Baudinet, Administrateur.

Mme Françoise Hémard

74 ans, nationalité française.

Mme Françoise Hémard détient 29 916 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Mme Françoise Hémard est Administrateur de la société Pernod Ricard sans interruption depuis sa nomination, intervenue le 9 juin 1983.

Mme Françoise Hémard est l'épouse de M. Jean Hémard (aujourd'hui décédé), ancien Président de Pernod SA et de Pernod Ricard et qui fut avec M. Paul Ricard l'initiateur et l'artisan de la fusion entre les sociétés Pernod et Ricard.

Mme Béatrice Baudinet, pour Société Paul Ricard

65 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Société Paul Ricard - Ile des Embiez, Le Brusuc, 83140 Six-Fours-les-Plages.

Mme Béatrice Baudinet détient 471 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

La Société Paul Ricard détient 8 942 907 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Conformément à la tradition familiale, Mme Béatrice Baudinet, née Ricard, choisit notamment de se consacrer à l'information et à la préservation de l'environnement maritime à travers la Société Paul Ricard, dont elle a été Directrice Générale avant d'être nommée Présidente du Conseil de Surveillance. Par ailleurs, lorsqu'elle était Présidente de la société Domaine de Barbossi, domaine viticole des Alpes-Maritimes, elle a contribué à la réussite de l'hôtel logis Santo Estello, qui accueille vacanciers et séminaires d'entreprises en Provence.

Mme Béatrice Baudinet est la fille de M. Paul Ricard, fondateur de la société Ricard, et la sœur de M. Patrick Ricard, Président-Directeur Général de Pernod Ricard, ainsi que de Mme Danièle Ricard, Administrateur.

M. Jean-Dominique Comolli

58 ans, nationalité française.

Adresse professionnelle : Altadis SA - 182-188, avenue de France, 75639 Paris Cedex 13.

M. Jean-Dominique Comolli détient 63 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris, titulaire d'une Maîtrise en sciences politiques et ancien élève de l'ENA (promotion André Malraux 1975-1977), M. Jean-Dominique Comolli a débuté sa carrière en tant qu'Administrateur civil au ministère du Budget de 1977 à 1981. Conseiller technique auprès de Laurent Fabius, alors ministre délégué au Budget entre 1981 et 1983, il est ensuite chargé de mission puis conseiller technique à Matignon auprès de Pierre Mauroy et de Laurent Fabius jusqu'en 1986. Il est alors nommé Sous-Directeur à la direction du Budget, jusqu'en 1988, où il devient successivement Directeur Adjoint du cabinet du ministre de l'Économie puis Directeur du cabinet du ministre délégué au Budget. En 1989, il devient Directeur Général des douanes, puis en 1992, Président du Conseil de Coopération douanière. Entre 1993 et 1999, il exercera les fonctions de Président-Directeur Général de la Seita.

Il gèrera sa privatisation en 1995 et la fusion avec Tabacalera qui donnera naissance à Altadis, l'un des principaux acteurs mondiaux sur le marché du tabac et de la distribution, dont il est actuellement Président du Conseil d'Administration.

Lord Douro

61 ans, nationalité britannique.
Adresse professionnelle : Richemont Holdings (U.K.) Ltd - 15 Hill Street, London W1J 5QT (Royaume-Uni).

Lord Douro détient 275 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Titulaire d'un Master of Arts en sciences politiques, philosophie et économie de l'Université d'Oxford, Lord Douro a été Député européen, siégeant à Strasbourg de 1979 à 1989. Au cours de sa carrière, il a également été Vice-Président de la banque d'affaires Guinness Mahon entre 1988 et 1991, Président de Dunhill Holdings de 1990 à 1993 ainsi que Vice-Président de Vendôme Luxury Group puis Président du Conseil d'Administration de Sun Life & Provincial Holdings Plc de 1995 à 2000. Jusqu'en octobre 2005, Lord Douro a présidé le groupe Framlington, société de gestion spécialisée dans la gestion d'actions au Royaume-Uni.

Outre les divers mandats indiqués précédemment, Lord Douro est "Commissioner" de l'English Heritage depuis 2003. Il a également été désigné Président de King's College à Londres.

M. Didier Pineau-Valencienne

75 ans, nationalité française.
Adresse professionnelle : Sagard - 24, rue Jean Goujon, 75008 Paris.

M. Didier Pineau-Valencienne détient 710 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Ancien élève de HEC, diplômé de l'université de Dartmouth et également titulaire d'un MBA de la Harvard Business School, M. Didier Pineau-Valencienne intègre en 1958 la Banque Parisienne pour l'Industrie comme Attaché de Direction, puis Secrétaire de la Direction Générale et enfin Directeur jusqu'en 1967. Il entre à la Société Carbonisation et Charbons Actifs (Ceca SA) en 1968 et en prend la présidence en 1972. De 1974 à 1980, il occupe les fonctions de Directeur du contrôle de gestion et de la stratégie et planification de Rhône-Poulenc SA, Directeur Général de la division polymères et de la division pétrochimie et membre du Comité Exécutif de Rhône-Poulenc. En 1981, il prend la direction de Schneider, en qualité de Président-Directeur Général, jusqu'en 1999.

Entre autres mandats exercés, il a été Président de l'Association française des entreprises privées (1999/2001) et Administrateur de nombreuses entreprises, parmi lesquelles Axa Financial Inc (1993/2003), Wendel Investissement, Swiss Helvetia Fund, Aventis, AON et Vivarte. M. Didier Pineau-Valencienne a également été Administrateur de l'Insead et de la Fondation de France.

Ses qualités de manager et de dirigeant l'ont distingué à plusieurs reprises. Ainsi *Le Nouvel Économiste* l'a élu "Manager de l'Année" 1991, et la Chambre de Commerce franco-américaine, "Man of the Year" 1993. M. Didier Pineau-Valencienne a par ailleurs été élu Président de la Commission sociale du CNPF (devenu le MEDEF) en 1997.

M. Gérard Théry

73 ans, nationalité française.
Adresse professionnelle : GTA - 15, rue Raynouard, 75016 Paris.

M. Gérard Théry détient 225 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Polytechnicien et ancien élève de l'École Nationale Supérieure des Télécom de Paris, M. Gérard Théry a exercé successivement les fonctions de Directeur Général des Télécom entre 1974 et 1987, de Conseiller du Président de Société Générale de 1984 à 1989 et enfin de Directeur organisation au sein de Renault entre 1989 et 1992. Il est nommé en 1995 Président de la Cité des Sciences et de l'Industrie, fonction qu'il occupera jusqu'en 1998. Il présidera également le Conseil de la SICAV "Génération numérique" jusqu'en 2004.

Outre les mandats mentionnés précédemment, M. Gérard Théry a été Président de la Fondation Mécénat Musical Société Générale et de l'association Albert Costa de Beauregard. Il préside la fondation Norbert Segard.

M. William H. Webb

67 ans, nationalité australienne.
Adresse professionnelle : Riverina Enterprises - One East Putnam Avenue, Greenwich, Connecticut 06830 (États-Unis).

M. William H. Webb détient 300 titres Pernod Ricard au 20 septembre 2006.

Diplômé de l'Université de Melbourne en 1959 et titulaire d'un MBA de l'Université de Columbia, M. William H. Webb rejoint en 1966 Philip Morris où il est chargé de la croissance du groupe sur les marchés asiatique, australien et canadien. En 1978, il devient Président-Directeur Général de Benson & Hedges (Canada) Inc.

En 1984, il devient Directeur Général de la région Australie/Nouvelle-Zélande avant d'être nommé en 1987 Vice-Président exécutif de Philip Morris International à New York. De 1990 à 1993, il occupe la fonction de Président de Philip Morris Asia/Pacific et en 1993 il est nommé Président de Philip Morris International. En 1997, il prend le poste de "Chief Operating Officer" de Philip Morris Companies Inc, et ce jusqu'en 2001. Il est alors nommé Vice-Président du Conseil de Philip Morris Companies et "Chief Operating Officer" jusqu'en août 2002.

Ancien Administrateur de Kraft Foods Inc (mars 2001/août 2002), M. William H. Webb siège aujourd'hui dans différents conseils d'administration, dont le détail est donné précédemment.

Absence de condamnations pour fraude, d'association à une faillite ou d'incrimination et/ou sanction publique officielle

- À la connaissance de Pernod Ricard,
- › aucune condamnation pour fraude n'a été prononcée au cours des cinq dernières années à l'encontre de l'un des membres du Conseil d'Administration ou de l'un des Directeurs Généraux ;
 - › aucun des membres du Conseil d'Administration et aucun des Directeurs Généraux n'a été associé au cours des cinq dernières années à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation en tant que membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance ou en tant que Directeur Général ; et

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital

→ Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

› aucune incrimination et/ou sanction publique officielle n'a été prononcée à l'encontre de l'un des membres du Conseil d'Administration de la Société ou de l'un des Directeurs Généraux par des autorités statutaires ou réglementaires (y compris des organismes professionnels désignés).

Contrats de services

Le Conseil d'Administration a autorisé le Groupe à conclure un contrat de service avec M. Richard Burrows dont l'objet est la représentation des intérêts de Pernod Ricard au sein de la Scotch Whisky Association.

Aucun autre membre du Conseil d'Administration et aucun Directeur Général n'est lié par un contrat de service avec Pernod Ricard ou l'une de ses filiales et prévoyant l'octroi d'avantages au terme d'un tel contrat.

Absence de conflits d'intérêts potentiels

À la connaissance de la Société, il n'existe aucun conflit d'intérêt potentiel entre les devoirs, à l'égard de l'émetteur, et les intérêts privés et/ou autres devoirs de l'un des membres du Conseil d'Administration de la Société.

Représentants du personnel

La délégation unique du personnel de Pernod Ricard est représentée au Conseil d'Administration par MM. Sébastien Hubert et Thibault Cuny. Cette représentation a pris effet lors de la réunion du Conseil d'Administration du 16 mars 2005.

Renouvellement de mandats

Un Administrateur arrive au terme de son mandat lors de l'Assemblée Générale Ordinaire du 7 novembre 2006. Il s'agit de M. François Gérard.

Le renouvellement du mandat de M. François Gérard est proposé au vote des actionnaires lors de l'Assemblée Générale Ordinaire du 7 novembre 2006 pour une durée de 4 ans.

RÔLE ET FONCTIONNEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pernod Ricard souscrit et s'attache à respecter les principes de Gouvernement d'Entreprise en vigueur en France et tels qu'ils résultent pour certains des rapports Viénot (juillet 1995 - juillet 1999) et Bouton (septembre 2002). Le règlement intérieur du Conseil d'Administration, en complément des aspects légaux, réglementaires et statutaires, précise les règles et modalités de fonctionnement du Conseil. Notamment, il rappelle les disciplines de diligence, de confidentialité et de révélation des conflits d'intérêts. Il confirme les différentes règles en vigueur sur les conditions d'intervention en Bourse sur les titres de la Société, et les obligations de déclaration et de publicité s'y rapportant. Disposant régulièrement d'informations privilégiées, les Administrateurs s'abstiennent d'effectuer des opérations de bourse pendant les périodes de quinze jours qui précèdent la publication des résultats et des chiffres d'affaires.

Les Administrateurs reçoivent les informations nécessaires à l'exercice de leur mission. Les textes et documents, les supports des points à l'ordre du jour, leur sont adressés suffisamment à l'avance pour permettre une préparation effective des réunions.

L'Administrateur peut solliciter toute explication ou la production d'informations complémentaires, et plus généralement formuler auprès du Président toute demande de formation ou d'accès à l'information qui lui semblerait utile. Le Conseil est régulièrement informé sur l'état et l'évolution du secteur et de la concurrence, et les principaux responsables opérationnels lui présentent périodiquement leurs activités et leurs perspectives.

Le Conseil d'Administration examine les orientations stratégiques du Groupe et veille à leur mise en œuvre. Il est appelé à se prononcer sur toute opération significative de gestion ou d'investissement/désinvestissement. Par ailleurs, à chaque réunion, il procède à un examen détaillé de la marche des affaires : évolution des ventes, des résultats financiers, état de la dette et situation de trésorerie.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006, le Conseil d'Administration s'est réuni à 9 reprises avec un taux de présence de 96 %. La durée moyenne des réunions a été de trois heures. Il a arrêté les comptes annuels et semestriels, assuré la préparation de l'Assemblée Générale Mixte et assumé les actes de gestion courante.

Plus particulièrement et dans le prolongement de l'acquisition d'Allied Domecq, le Conseil a examiné et débattu périodiquement des conditions de l'intégration de ces nouvelles activités, a décidé de la cession d'un certain nombre d'actifs et en particulier de l'activité "QSR" (Quick Service Restaurants) et a arrêté les modalités de la cessation du partenariat commun avec Fortune Brands pour l'acquisition d'Allied Domecq.

Il a par ailleurs décidé le remboursement anticipé des OCEANE, la fermeture du programme d'ADR aux États-Unis et arrêté les conditions de la fusion SIFA/Pernod Ricard.

Le Conseil a examiné et approuvé les caractéristiques des plans d'options d'achat d'actions (stock-options) d'août 2005 et de juin 2006.

Dans le cadre de ses débats et décisions sur les orientations stratégiques, le Conseil d'Administration a par ailleurs examiné un certain nombre de projets d'acquisitions ou de cessions.

Le Conseil d'Administration délègue à ses comités spécialisés la préparation de sujets spécifiques soumis à son approbation.

LES COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Quatre comités instruisent les sujets qui sont du domaine qui leur a été confié et soumettent au Conseil leurs opinions et leurs recommandations : le Comité Stratégique, le Comité d'Audit, le Comité des Rémunérations et le Comité des Nominations.

Le Comité Stratégique

Président : M. Patrick Ricard

Membres : M. François Gérard
M. Rafaël Gonzalez-Gallarza
Mme Danièle Ricard

Le Comité Stratégique s'est réuni à 6 reprises au cours de l'exercice 2005/2006. Sa mission consiste essentiellement à préparer les orientations stratégiques soumises à l'approbation du Conseil d'Administration.

Le Comité d'Audit

Il a été créé le 29 janvier 2002.

Président : M. Didier Pineau-Valencienne
(Administrateur indépendant)

Membres : M. François Gérard
M. Gérard Théry
(Administrateur indépendant)

En complément de la charte de fonctionnement adoptée en juin 2002, le Comité d'Audit a arrêté son règlement intérieur lors de la réunion du Conseil d'Administration du 18 mars 2003. Il s'est réuni à 6 reprises au cours de l'exercice 2005/2006, avec un taux de présence de 100 %.

MISSIONS PRINCIPALES DU COMITÉ D'AUDIT

Le Comité d'Audit a pour principales fonctions de :

- › s'assurer de la pertinence et de la permanence des méthodes comptables adoptées pour l'établissement des comptes consolidés et sociaux ainsi que du traitement adéquat des opérations significatives au niveau du Groupe ;
- › analyser les options d'arrêté des comptes ;
- › examiner le périmètre des sociétés consolidées et, le cas échéant, les raisons pour lesquelles des sociétés ne seraient pas incluses ;
- › donner au Conseil d'Administration un avis sur le renouvellement ou la nomination des Commissaires aux Comptes, sur la qualité de leurs travaux et sur le montant de leur rémunération tout en veillant au respect des règles garantissant leur indépendance ;
- › examiner toute question de nature financière ou comptable qui lui est soumise par le Conseil d'Administration ;
- › examiner les risques et engagements hors bilan significatifs.

COMPTE RENDU DES TRAVAUX RÉALISÉS AU TITRE DE L'EXERCICE 2005/2006

Les travaux du Comité d'Audit, conformément à son règlement intérieur et en liaison avec les Commissaires aux Comptes, les services financiers et comptables ainsi que les équipes d'Audit Interne, ont porté principalement sur les points suivants :

- › revue de l'essentiel des textes législatifs ou réglementaires, rapports et commentaires français et étrangers en matière d'audit et de gouvernance d'entreprise ;
- › examen des obligations américaines héritées d'Allied Domecq, et des travaux en vue de s'y conformer ;
- › examen de la situation intermédiaire au 31 décembre 2005 et des travaux liés au bilan d'ouverture dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq ;
- › examen des comptes consolidés au 30 juin 2006 (ces derniers ont été revus lors de la séance du 18 septembre 2006) : le Comité d'Audit s'est réuni avec la Direction et les Commissaires aux Comptes afin de discuter des états financiers et comptables, et de leur fiabilité pour l'ensemble du Groupe ;
- › suivi de la trésorerie et de l'endettement du Groupe ;
- › approbation du plan d'Audit Groupe 2006/2007, basé sur une approche par les risques ;
- › **gestion des risques :**

Dans le cadre de l'intégration d'Allied Domecq, le Comité d'Audit a revu l'ensemble des travaux liés aux risques de transition, dont notamment :

- › la sensibilisation des filiales aux risques identifiés comme clefs lors d'une intégration ;
- › la mise en place de procédures de transition adéquates ;
- › la réalisation de travaux d'audit visant à valider d'une part la correcte application des procédures de transition et d'autre part la bonne maîtrise des risques ;
- › la synthèse effectuée au niveau groupe quant à la maîtrise de ces risques.

L'ensemble des actions mises en œuvre a ainsi permis de s'assurer d'une bonne maîtrise des risques de transition.

Dans le cadre de l'entrée en vigueur de la Loi de Sécurité Financière du 1^{er} août 2003, le Groupe a administré auprès de l'ensemble des filiales du Groupe un questionnaire d'autoévaluation permettant d'apprécier l'adéquation et l'efficacité de leur contrôle interne. S'appuyant sur les principes de contrôle interne du Groupe, ce questionnaire englobe les pratiques de gouvernance d'entreprise, les activités opérationnelles, le support informatique, ainsi qu'une analyse des risques. Il a fait l'objet de réponses documentées et revues.

L'analyse de ces réponses a été présentée au Comité d'Audit au cours de la séance du 18 septembre 2006.

› examen des rapports d'Audit Interne :

Les ressources Audit au cours de l'exercice 2005/2006 ont largement été dédiées à la gestion des risques de transition (accompagnement des filiales dans l'intégration et interventions "terrain").

Les autres missions de l'exercice ont principalement porté sur :

- › l'audit des propriétaires de marques stratégiques non audités lors des deux exercices précédents ;
- › le suivi des audits passés.

Le Comité d'Audit a validé les recommandations de tous les rapports d'audit émis et a pris connaissance du degré d'avancement dans la mise en œuvre des recommandations des audits passés.

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

PERSPECTIVES 2006/2007

Le Comité d'Audit prévoit de se réunir à 6 reprises en 2006/2007.

Les thèmes majeurs de l'exercice devraient être :

- › la gestion des risques ;
- › le respect des obligations américaines issues de l'acquisition d'Allied Domecq ;
- › la poursuite des missions d'audit.

Le Comité des Rémunérations et le Comité des Nominations

Au cours de l'exercice 2005/2006, il a été décidé de séparer les fonctions du Comité des Rémunérations et des Nominations précédemment instituées.

Du 1^{er} juillet au 21 septembre 2005, date de la tenue du Conseil d'Administration qui a validé la nouvelle organisation de ces deux Comités, ce Comité était composé des membres suivants :

Président : M. Jean-Dominique Comolli
(Administrateur indépendant)

Membres : Lord Douro
(Administrateur indépendant)
Mme Danièle Ricard

Pendant cette période, deux réunions ont été organisées (6 juillet et 8 septembre 2005). Le taux de présence des membres de ce Comité au cours de ces deux réunions a été de 100 %.

LE COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS

Il a été créé à compter du 21 septembre 2005.

Président : M. Jean-Dominique Comolli
(Administrateur indépendant)

Membres : Lord Douro
(Administrateur indépendant)
M. William H. Webb ⁽¹⁾
(Administrateur indépendant)

Au cours de l'exercice 2005/2006, le Comité des Rémunérations s'est réuni à 2 reprises avec un taux de présence de 88 %.

(1) M. William H. Webb a été nommé membre du Comité des Rémunérations à compter du 21 septembre 2005 en remplacement de Mme Danièle Ricard.

MISSIONS PRINCIPALES DU COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS ET DU COMITÉ DES NOMINATIONS

Au cours de l'exercice 2005/2006, il n'a pas été décidé de modifier le texte du Règlement Intérieur du Comité des Rémunérations et des Nominations tel qu'approuvé lors du Conseil d'Administration du 2 novembre 2004.

Toutefois, afin de mieux s'adapter à la nouvelle organisation du Comité des Rémunérations et du Comité des Nominations, il est prévu de dissocier le texte de ce Règlement Intérieur en affectant à chaque Comité les prérogatives qui lui reviennent.

COMPTE RENDU DES TRAVAUX RÉALISÉS AU TITRE DE L'EXERCICE 2005/2006

Au cours de cette période, les Comités des Rémunérations et des Nominations ont plus particulièrement travaillé sur les sujets suivants :

Rémunération des dirigeants

- › Le salaire de base des dirigeants mandataires sociaux a été revu sur l'exercice 2005/2006 pour prendre en compte d'une part le décalage du départ de l'exercice social désormais fixé au 1^{er} juillet et non au 1^{er} janvier, et d'autre part la suppression, pour les dirigeants mandataires sociaux, des jetons de présence tel que décidé par le Conseil d'Administration du 21 septembre 2005.
- › Conformément aux informations mentionnées dans le rapport annuel précédent (18 mois, c'est-à-dire janvier 2004 à juin 2005), le Comité des Rémunérations et des Nominations a présenté aux membres du Conseil d'Administration les éléments de calcul de la rémunération variable due au titre du premier semestre 2005 sur la base des hypothèses arrêtées au cours des réunions précédentes. Cette rémunération variable a donc été évaluée d'une part sur l'atteinte d'objectifs quantitatifs (croissance organique du chiffre d'affaires, croissance de l'EBIT, atteinte du budget d'EBIT, respect du budget d'endettement), et d'autre part sur des objectifs qualitatifs. Il s'agissait à titre exceptionnel d'une rémunération variable sur 6 mois, de façon à rattraper le décalage de changement d'exercice. Désormais, les révisions et les procédures portent, comme par le passé, sur 12 mois.
- › Conformément à l'information mentionnée dans le rapport annuel de l'exercice précédent, le Conseil d'Administration, sur proposition du Comité des Rémunérations et des Nominations, a par ailleurs décidé d'attribuer un bonus exceptionnel aux dirigeants mandataires sociaux en raison du succès de l'acquisition du groupe Allied Domecq. Ce bonus exceptionnel, mentionné dans le tableau des rémunérations ci-joint, s'élève à 1 million d'euros pour chaque dirigeant mandataire social. Il a été versé au cours de l'exercice 2005/2006.
- › La procédure de calcul de la rémunération variable des dirigeants mandataires sociaux au titre de l'exercice 2005/2006 a été étudiée et proposée par les membres du Comité des Rémunérations aux membres du Conseil d'Administration. En raison de l'incidence sur les comptes de Pernod Ricard de l'acquisition des marques du groupe Allied Domecq, les critères quantitatifs ont été adaptés de la façon suivante : la croissance organique du chiffre d'affaires des Vins et Spiritueux a été évaluée sur le périmètre des marques traditionnelles de Pernod Ricard et il a été décidé de mettre en œuvre un objectif de résultat opérationnel courant incluant l'ensemble des marques du portefeuille : marques de Vins et Spiritueux de Pernod Ricard mais aussi nouvelles marques achetées à Allied Domecq. Le critère de désendettement et les objectifs qualitatifs ont été maintenus.
- › Enfin, le Comité des Rémunérations a également travaillé sur l'analyse et le positionnement du régime de retraite à prestations définies de type additif existant au bénéfice de l'ensemble des dirigeants français. Une étude comparative a été menée avec un cabinet de conseil spécialisé. Les conclusions de cette étude ont donné lieu à une proposition de modification des modalités de ce régime portant en particulier sur la prise en charge du coût, par le Groupe, de la réversion automatique au conjoint survivant.

Stock-options

Au cours de la période écoulée, le Comité des Rémunérations a examiné et proposé aux membres du Conseil d'Administration, qui les ont approuvés, les éléments du plan d'options d'achat d'actions du 25 juillet 2005 relatif à l'activité du premier semestre 2005. Il a également préparé et proposé les éléments du plan d'options d'achat d'actions du 14 juin 2006 dans lequel ont été pris en compte tant les nouvelles entités Allied Domecq acquises par Pernod Ricard, que les collaborateurs d'Allied Domecq qui ont rejoint les sociétés du Groupe, et ce en fonction des règles d'attribution de Pernod Ricard. Cette méthode d'attribution des stock-options est conforme aux règles en vigueur depuis plusieurs années au sein du Groupe. Elle prend en compte, pour chaque bénéficiaire proposé par son Président : la fonction et la catégorie de la société à laquelle il appartient conformément à la classification interne de Pernod Ricard, mais aussi la performance de la société, la performance individuelle et enfin la performance du Groupe sur la période concernée. Cette performance Groupe est décidée à chaque nouvelle attribution par les membres du Conseil d'Administration, sur recommandation des membres du Comité des Rémunérations.

Stock Appreciation Rights

Il a été décidé, à effet du 14 juin 2006, d'attribuer aux bénéficiaires résidents fiscaux américains des SARs (Stock Appreciation Rights) en lieu et place d'options d'achat d'actions. Le Conseil d'Administration a été tenu informé par le Comité des Rémunérations des caractéristiques de cet élément de rémunération différé mis en œuvre par la filiale américaine de Pernod Ricard. Il est rappelé que les SARs ont pour particularité de ne pas donner accès au titre Pernod Ricard.

Jetons de présence

Le Comité des Rémunérations et des Nominations a étudié et proposé de nouvelles règles d'attribution et de partage des jetons de présence du Conseil d'Administration. Les dirigeants mandataires sociaux ne perçoivent plus de jetons de présence au titre de leur mandat d'Administrateur.

Il a été instauré une prime de déplacement afin de tenir compte de la disponibilité accrue des Administrateurs non-résidents.

Nominations

Au cours de l'exercice 2005/2006, le Comité des Nominations a étudié la composition et le renouvellement des mandats des membres du Conseil d'Administration.

Il a également particulièrement travaillé sur le contrôle de l'établissement de plans de succession tant au niveau des membres constituant le Conseil d'Administration, des dirigeants, que des Présidents des sociétés du Groupe.

Attribution d'actions gratuites et réflexions en cours sur l'évolution des plans de stock-options

Les membres du Comité des Rémunérations ont étudié les différentes possibilités d'utiliser le nouveau dispositif d'attribution d'actions gratuites au sein des filiales du Groupe conformément à l'autorisation obtenue au cours de l'Assemblée Générale Mixte du 10 novembre 2005. Pour des raisons de disparités fiscales entre les pays et dans l'attente des évolutions juridiques françaises prévues dans ce domaine, il a été décidé de ne pas faire usage de cette possibilité au cours de la période écoulée. Plus généralement, une réflexion est en cours sur l'évolution de l'ensemble des mécanismes de rémunération différée.

LE COMITÉ DES NOMINATIONS

Il a été créé à compter du 21 septembre 2005.

Président : M. Jean-Dominique Comolli
(Administrateur indépendant)

Membres : Lord Douro
(Administrateur indépendant)
Mme Danièle Ricard

En outre, le Président du Conseil d'Administration, M. Patrick Ricard, est associé aux réflexions ayant trait aux nominations.

Le Comité des Nominations s'est réuni à une reprise au cours de l'exercice. Le taux de présence des membres a été de 100 %.

ÉVALUATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Une précédente évaluation du Conseil d'Administration avait été réalisée au cours de l'année 2004. En conformité avec les recommandations du Gouvernement d'Entreprise et en respect de son Règlement Intérieur, le Conseil a décidé de lancer - au cours du premier semestre 2006 - une nouvelle investigation sur les conditions de son fonctionnement. La nouvelle analyse a eu pour objet de mesurer les progrès réalisés et de tracer des voies pratiques pour l'amélioration de son fonctionnement futur.

Le Conseil a émis, globalement, une appréciation satisfaisante sur son fonctionnement et considère que les mesures concrètes, mises en œuvre depuis la précédente évaluation, ont amélioré son efficacité. Dans le cadre d'une démarche constructive, qui par nature se veut critique, les Administrateurs ont mis l'accent sur certaines améliorations possibles. Ainsi, est-il souhaité que le Conseil s'attache, sur une périodicité accrue, à assurer de façon plus systématique la revue des métiers, marchés et concurrence. Restent également souhaités, parmi d'autres points, de plus fréquents contacts et présentations par les principaux dirigeants opérationnels du groupe.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

LES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Commissaires aux Comptes titulaires

Société Deloitte & Associés, représentée par MM. Alain Pons et Alain Penanguer, et dont le siège social est 185, avenue Charles de Gaulle, 92524 Neuilly-sur-Seine, nommée lors de l'Assemblée Générale du 7 mai 2003, et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires qui statuera sur les comptes de l'exercice 2010/2011.

Société Mazars & Guérard, représentée par M. Frédéric Allilaire, et dont le siège social est Le Vinci, 4, allée de l'Arche, 92307 Paris-La Défense Cedex, nommée lors de l'Assemblée Générale du 13 juin 1986, et dont le mandat a été renouvelé pour une durée qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires qui statuera sur les comptes de l'exercice 2009/2010.

Commissaires aux Comptes suppléants

Société BEAS, dont le siège social est 7-9, Villa Houssay, 92524 Neuilly-sur-Seine, suppléante de la société Deloitte & Associés, nommée lors de l'Assemblée Générale du 7 mai 2003. Son mandat a été renouvelé lors de l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005 pour une durée de 6 exercices qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires qui statuera sur les comptes de l'exercice 2010/2011.

M. Patrick de Cambourg, demeurant Le Vinci, 4, allée de l'Arche, 92307 Paris-La Défense, suppléant de la société Mazars & Guérard, nommé lors de l'Assemblée Générale du 17 mai 2004 pour une durée de 6 exercices. Son mandat expirera à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires qui statuera sur les comptes de l'exercice 2009/2010.

Honoraires des Commissaires aux Comptes au titre de l'exercice de 12 mois (1^{er} juillet 2005 - 30 juin 2006)

En milliers d'euros	Deloitte & Associés	Mazars & Guérard	Genot	Autres	Total
Certification	(5 749)	(5 055)	(14)	(1 044)	(11 862)
Missions accessoires	-	(47)	-	-	(47)
Total audit	(5 749)	(5 102)	(14)	(1 044)	(11 909)
Juridique et fiscal	(36)	(44)	-	(257)	(337)
Autres prestations	(81)	(22)	-	(56)	(159)
Total prestations	(117)	(66)	-	(313)	(496)
Total audit et prestations	(5 866)	(5 168)	(14)	(1 357)	(12 405)

Intérêts des dirigeants

et des mandataires sociaux : rémunérations, programmes de stock-options

MONTANT DES RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX

Rémunérations versées au titre de l'exercice 2005/2006

En euros	Rémunération brute fixe versée	Rémunération brute variable due au titre de l'exercice	Bonus exceptionnel acquisition Allied Domecq ⁽³⁾	% variable vs fixe	Jetons de présence dus au titre de la période ⁽⁴⁾	Avantages en nature perçus sur la période ⁽⁵⁾	Rémunération totale perçue au titre de la période	Rappel rémunération totale perçue au titre de l'exercice précédent
Président-Directeur Général								
M. Patrick Ricard	1 023 434	1 103 453	1 000 000	205,5 %		3 500	3 130 387	2 263 594
Directeurs Généraux Délégués Administrateurs								
M. Richard Burrows ⁽¹⁾	344 482	373 373	1 000 000	398,7 %		1 750	1 719 605	1 519 440
M. Pierre Pringuet	693 559	746 746	1 000 000	251,8 %		3 500	2 443 805	1 519 440
Administrateurs								
M. Jean-Claude Beton					16 292		16 292	67 426
M. Richard Burrows ⁽²⁾					21 950	12 500 Voiture	34 450	N/A
M. Jean-Dominique Comolli					55 617		55 617	49 533
Lord Douro					65 617		65 617	52 312
M. François Gérard					67 500		67 500	37 346
M. Rafaël Gonzalez-Gallarza					46 900		46 900	39 346
Mme Françoise Hémar					37 900		37 900	39 346
M. Didier Pineau Valencienne					58 500		58 500	55 612
Mme Danièle Ricard					44 317		44 317	39 346
M. Gérard Théry					58 500		58 500	57 612
M. William H. Webb					50 317		50 317	34 346
Société Paul Ricard					33 900		33 900	37 346

(1) Pour la période du 1^{er} juillet au 31 décembre 2005.

(2) Pour la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2006.

(3) Ce montant correspond au bonus exceptionnel décidé par le Conseil d'Administration et mentionné dans le rapport annuel de l'exercice précédent.

(4) Dont jetons de présence versés pour participation au Comité d'Audit, au Comité des Rémunérations et au Comité des Nominations.

(5) Les avantages en nature sont à compléter par les informations sur la retraite fournies dans le paragraphe intitulé "Politique de rémunération des dirigeants et attribution de stock-options".

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS

Au titre de l'exercice 2005/2006, le montant global des jetons de présence versés aux membres du Conseil d'Administration ressort à 557 310 euros à rapprocher d'une allocation décidée par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005 de 583 100 euros. Il est établi une hiérarchie dans la répartition des jetons selon la participation effective de chaque Administrateur aux comités et selon le comité. Par ailleurs, il a été instauré dans la rémunération une partie fixe et une partie variable afin de prendre en compte l'absentéisme. Le Conseil d'Administration, à effet du 20 septembre 2005, a complété ces règles en accordant aux Administrateurs non-résidents une prime d'éloignement qui ne porte que sur la partie variable de la rémunération. Les dirigeants mandataires sociaux ne perçoivent plus de jetons de présence.

POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS ET DISTRIBUTION DE STOCK-OPTIONS

Rémunération

La politique de rémunération des dirigeants est étudiée et proposée par les membres du Comité des Rémunérations et des Nominations (devenu Comité des Rémunérations à compter de septembre 2005) et soumis à l'approbation du Conseil d'Administration. Les révisions du salaire de base des dirigeants mandataires sociaux sont établies après étude et analyse des performances du Groupe et par comparaison avec les pratiques de marché pour des niveaux de postes comparables en termes de responsabilités.

Les règles de détermination de la part variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux du Groupe sont inchangées depuis plusieurs années, seuls les critères d'attribution ont varié pour permettre une adéquation avec les problématiques particulières liées à chaque exercice. Cette part variable peut atteindre 110 % du salaire de base annuel si les objectifs sont atteints et 180 % au maximum, si les objectifs fixés sont très fortement dépassés.

Stock-options

Les règles d'attribution de stock-options aux dirigeants mandataires sociaux sont établies en fonction de différents critères dont le niveau de responsabilité et la performance du Groupe. Ces règles sont inscrites dans la politique d'attribution de stock-options établie par le Comité des Rémunérations de Pernod Ricard et validée par les membres du Conseil d'Administration. Au cours de l'exercice 2005/2006, la quantité des stock-options attribuées aux dirigeants mandataires sociaux a été augmentée, d'une part en raison des performances du Groupe sur cette période, mais également pour correspondre aux volumes d'attribution pratiqués pour des niveaux de poste équivalents dans des groupes internationaux de taille et de structure similaires.

Autres avantages

Voiture de fonction et services de chauffeur

M. Patrick Ricard bénéficie d'une voiture de fonction ainsi que des services d'un chauffeur.

M. Pierre Pringuet bénéficie d'une voiture de fonction.

Retraite des dirigeants

Les dirigeants mandataires sociaux français bénéficient du régime de retraite collectif à prestations définies additif du Groupe en contrepartie exclusive des services rendus dans l'exercice de leur fonction. Ce régime, offert à l'ensemble des collaborateurs cadres dont la rémunération dépasse 8 plafonds annuels de sécurité sociale, permet de compenser l'absence de couverture de retraite complémentaire obligatoire sur cette partie de rémunération. Une ancienneté minimale de 10 ans est obligatoire pour bénéficier de ce régime, et les rentes calculées sont proportionnelles au temps de présence plafonné à 20 ans. La présence dans le Groupe au jour du départ à la retraite est obligatoire pour bénéficier de ce régime. Il s'agit donc d'un régime aléatoire non individualisé concernant tous les collaborateurs français du Groupe dont la rémunération dépasse le plafond précité.

Au-delà des régimes obligatoires français, le montant total des sommes provisionnées ou constatées au 30 juin 2006 dans les comptes de Pernod Ricard pour la retraite des dirigeants mandataires sociaux est estimé globalement à environ 15 millions d'euros.

Le taux de remplacement (montant des rentes de retraite/salaire total de fin de carrière) tous régimes confondus, serait de l'ordre de 30 % pour chacun.

Golden parachute ou autres types d'avantages

M. Pierre Pringuet bénéficie d'une lettre dans laquelle est prévu, en cas de rupture de collaboration avec le Groupe sur décision du Conseil d'Administration, le versement d'une indemnité calculée à raison de 1 mois de salaire par année d'ancienneté.

Les dirigeants mandataires sociaux ne perçoivent aucun jeton de présence au titre des mandats sociaux qu'ils exercent au sein des diverses filiales du Groupe.

Tableau des options de souscription ou d'achat d'actions consenties à chaque mandataire social et options levées par ces derniers au cours de l'exercice

	Nombre d'options attribuées/ d'actions souscrites ou achetées	Prix (en euros)	Dates d'échéance	Plan n°
Options consenties durant l'exercice à chaque mandataire social				
M. Patrick Ricard	17 193	136,38	11.08.2015	13
M. Patrick Ricard	43 940	151,47	14.06.2016	14
M. Richard Burrows	13 754	136,38	11.08.2015	13
M. Pierre Pringuet	13 754	136,38	11.08.2015	13
M. Pierre Pringuet	35 152	151,47	14.06.2016	14
Options levées durant l'exercice par chaque mandataire social				
M. Patrick Ricard	5 500	46,64	19.12.2010	6
M. Patrick Ricard	1 800	61,60	18.12.2011	8
M. Richard Burrows	29 830	61,60	18.12.2011	8
M. Richard Burrows	7 369	45,36	28.01.2009	3
M. Richard Burrows	6 949	47,92	27.01.2010	4
M. Richard Burrows	5 250	36,71	19.12.2007	2
M. Pierre Pringuet	19 300	43,60	27.09.2010	5

Conventions réglementées

Les conventions réglementées conclues au cours de l'exercice ou conclues au cours d'exercices antérieurs et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice sont présentées dans le chapitre consacré aux comptes sociaux.

Tableau des options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux dix premiers salariés du Groupe non mandataires sociaux et options levées par ces derniers au cours de l'exercice

	Nombre d'options attribuées/ d'actions souscrites ou achetées	Prix (en euros)	Plan n°
Options consenties durant l'exercice par l'émetteur, aux dix salariés de l'émetteur et de toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options, dont le nombre d'options ainsi consenties est le plus élevé	44 228	136,38	13
	60 717	151,47	14
Options détenues sur l'émetteur levées durant l'exercice par les dix salariés de l'émetteur et de toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options, dont le nombre d'options ainsi achetées ou souscrites est le plus élevé	126 171	50,98	1/2/3/4/6/8

Pernod Ricard n'a pas émis d'autres instruments optionnels donnant accès au titre et réservés aux mandataires sociaux ou aux dix premiers salariés de l'émetteur.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital



Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Historique des attributions de souscription ou d'achat d'actions (situation au 30 juin 2006)

	Plan n° 1	Plan n° 2	Plan n° 3	Plan n° 4	Plan n° 5	Plan n° 6	Plan n° 7	Plan n° 8	Plan n° 9	Plan n° 10	Plan n° 11	Plan n° 12	Plan n° 13	Plan n° 14
Date d'autorisation par l'Assemblée	12.05.1993	12.05.1993	05.05.1998	05.05.1998	05.05.1998	05.05.1998	03.05.2001	03.05.2001	03.05.2001	03.05.2001	03.05.2001	17.05.2001	17.05.2004	17.05.2004
Date du Conseil d'Administration	19.12.1996	19.12.1997	28.01.1999	27.01.2000	27.09.2000	19.12.2000	19.09.2001	18.12.2001	11.02.2002	17.12.2002	18.12.2003	02.11.2004	25.07.2005	14.06.2006
Nature des options	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Souscription	Souscription	Souscription	Achat	Achat	Achat	Achat
Nombre de bénéficiaires	297	160	182	180	2	204	10	367	84	398	418	459	485	555
Nombre total d'options pouvant être souscrites	1 044 760	304 422	291 427	333 604	75 000	374 953	48 346	832 202	139 004	863 201	631 497	756 744	378 309	888 867
<i>dont par les mandataires sociaux de Pernod Ricard</i>	70 500	66 058	26 079	32 275	75 000	37 640	-	104 348	-	69 370	41 184	57 122	44 701	79 092
<i>dont par les 10 premiers attributaires salariés du Groupe</i>	96 000	48 081	57 260	56 496	-	62 258	48 346	109 723	27 318	95 074	52 903	64 609	44 228	60 717
Départ d'exercice des options	19.12.1996	19.12.1997	28.01.1999	27.01.2000	27.09.2000	19.12.2000	19.09.2001	18.12.2001	11.02.2002	17.12.2002	18.12.2003	17.11.2004	11.08.2005	14.06.2006
Levées possibles à compter du	20.12.1996	22.12.2002	29.01.2002	28.01.2003	28.09.2003	20.12.2003	20.09.2005	19.12.2005	12.02.2006	18.12.2006	19.12.2007	18.11.2008	12.08.2009	15.06.2010
Cessions possibles à compter du	20.12.1996	22.12.2002	29.01.2004	28.01.2005	28.09.2005	20.12.2005	20.09.2005	19.12.2005	12.02.2006	18.12.2006	19.12.2007	18.11.2008	12.08.2009	15.06.2010
Date d'expiration	19.12.2006	19.12.2007	28.01.2009	27.01.2010	27.09.2010	19.12.2010	19.09.2011	18.12.2011	11.02.2012	17.12.2012	18.12.2013	17.11.2014	11.08.2015	14.06.2016
Prix de souscription ou d'achat (en euros)	32,44	36,71	45,36	47,92	43,60	46,64	62,96	61,60	65,20	73,72	87,73	109,71	136,38	151,47
Nombre d'options souscrites au 30.06.2006	974 786	249 240	218 568	190 534	67 600	167 933	3 423	307 916	82 050	-	2 225	300	-	-
Options annulées pendant l'exercice	-	-	-	-	-	-	-	3 564	-	-	2 077	3 478	980	-
Options non exercées au 30.06.2006	50 224	37 980	53 736	128 536	7 400	200 598	44 923	501 039	38 071	844 876	624 049	752 966	377 329	888 867

Conformément à l'autorisation qui lui avait été donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 17 mai 2004, le Conseil d'Administration de Pernod Ricard a institué le 25 juillet 2005, un plan d'options d'achat d'actions concernant 378 309 actions, au profit des cadres à haut niveau de responsabilité du Groupe ou des cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions. Ce plan a pris effet le 11 août 2005 et a porté sur 378 309 actions consenties en options d'achat au profit de 485 bénéficiaires au prix de 136,38 euros chacune. Le prix d'attribution des options correspond à la moyenne des cours de l'action Pernod Ricard pendant les 20 séances de bourse qui ont précédé le lancement du plan. Aucun rabais n'a été appliqué à ce prix moyen. Les levées et cessions sont possibles à compter du 12 août 2009.

En référence à la même autorisation, le Conseil d'Administration a institué le 14 juin 2006, un plan d'options d'achat d'actions concernant 888 867 actions, au profit des cadres à haut niveau de responsabilité du Groupe ou des cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions. Ce plan a pris effet le 14 juin 2006 et a porté sur 888 867 actions consenties en options d'achat au profit de 555 bénéficiaires au prix de 151,47 euros chacune. Le prix d'attribution des options correspond à la moyenne des cours de l'action Pernod Ricard pendant les 20 séances de bourse qui ont précédé le lancement du plan. Aucun rabais n'a été appliqué à ce prix moyen. Les levées et cessions sont possibles à compter du 15 juin 2010.

En équivalence de ce plan de juin 2006, les collaborateurs du Groupe résidents fiscaux américains ont reçu en juin 2006 des SARs (Stock Appreciation Rights) en lieu et place d'options d'achat d'actions. La détermination de la liste des bénéficiaires, la quantité individuelle, la fixation du prix et les modalités d'exercice ont été établies de façon similaire aux règles Groupe d'attribution d'option d'achat d'actions, en accord avec le Conseil d'Administration de Pernod Ricard. Ainsi, 104 318 SARs ont été attribués par Pernod Ricard USA à 49 collaborateurs. On rappelle à ce titre que les SARs ont pour particularité de ne pas donner accès au titre Pernod Ricard.

SCHÉMAS D'INTÉRESSEMENT ET DE PARTICIPATION

Les employés de Pernod Ricard SA bénéficient d'un plan d'intéressement. Cet accord, renouvelé le 28 juin 2004 et basé sur les résultats consolidés du Groupe, a été signé pour trois exercices. Les autres filiales du Groupe tant françaises qu'étrangères, ont généralement mis en place, pour leurs salariés, des accords leur permettant également de participer à leur propre résultat.

Rapport financier

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

→ Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ 149 Rapport du Président-Directeur Général

149 Gouvernement d'entreprise et conditions de préparation
et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration

149 Limitation des pouvoirs de la Direction Générale

150 Procédures de contrôle interne

151 Description de l'environnement de contrôle interne

152 Contrôle interne relatif à l'élaboration de l'information financière et comptable

152 Perspectives 2006/2007

153 Rapport des Commissaires aux Comptes

Rapport du Président-Directeur Général sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil et les procédures de contrôle interne en application de la Loi de Sécurité Financière dans le cadre de la préparation des comptes consolidés de Pernod Ricard au titre de l'exercice 2005/2006

Conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce, résultant de l'article 117 de la Loi de Sécurité Financière du 1^{er} août 2003 et des recommandations émises par l'Autorité des marchés financiers, le présent rapport s'attache à rendre compte, dans le cadre de la préparation des comptes consolidés au titre de l'exercice 2005/2006, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration, des pouvoirs confiés au Directeur Général par le Conseil d'Administration ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par Pernod Ricard SA.

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE ET CONDITIONS DE PRÉPARATION ET D'ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les informations relatives aux conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration sont présentées dans le chapitre consacré au Gouvernement d'Entreprise.

LIMITATION DES POUVOIRS DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

Le Conseil d'Administration a, le 31 mai 2002, décidé de ne pas procéder à la dissociation des fonctions entre Présidence du Conseil d'Administration et Direction Générale de la Société.

Sont présentées ci-dessous les limitations aux pouvoirs du Président-Directeur Général, d'une part, et aux pouvoirs du Directeur Général Délégué, d'autre part, apportées le 17 mai 2004 par le Conseil d'Administration.

Limitations apportées aux pouvoirs du Président-Directeur Général

Le Président-Directeur Général doit s'assurer, avant d'engager la Société, du consentement du Conseil d'Administration pour les opérations sortant du cadre de la gestion courante, en particulier pour :

- › faire des acquisitions, aliénations et échanges de biens et droits immobiliers et engager des investissements, pour un montant supérieur à 50 millions d'euros par opération ;
- › conclure avec des entreprises de droit français ou non, tout traité de participation ou d'exploitation en commun à l'exception de toute société filiale de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) ;
- › prendre tout intérêt et participation dans toute entreprise ou société de personnes ou de capitaux, constituée ou à constituer, par voie de souscription ou apport en espèces ou en nature, par des achats d'actions, droits sociaux ou autres titres et généralement par toute forme quelconque et pour un montant excédant 50 millions d'euros par opération ;
- › consentir des prêts, crédits et avances pour un montant supérieur à 50 millions d'euros par emprunteur, sauf quand cet emprunteur est une société filiale de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) et à l'exclusion des prêts consentis pour une durée inférieure à un an ;
- › emprunter, avec ou sans constitution de garanties sur des éléments de l'actif social, pour un montant total supérieur à 200 millions d'euros au cours d'un même exercice, sauf auprès des filiales de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) pour lesquelles aucune limite n'est prévue ;
- › cautionner, avaliser ou donner des garanties, sous réserve d'une délégation expresse du Conseil d'Administration dans les limites de l'article L.225-35 du Code de commerce et de l'article 89 du décret du 23 mars 1967.

Le Conseil d'Administration a renouvelé le 8 février 2006, pour une durée d'une année l'autorisation donnée par le Conseil le 16 mars 2005 au Président-Directeur Général à l'effet de délivrer, au nom de la Société, des cautions, avals ou garanties dans la limite d'un montant global de 50 millions d'euros.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

→ **Rapport du Président sur le Contrôle Interne**

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Le Conseil d'Administration a également renouvelé à la même date et pour la même durée l'autorisation donnée au Président-Directeur Général de donner à l'égard des administrations fiscales et douanières, au nom de la Société, des cautions, avals ou garanties, sans limite de montant.

Les autorisations de cautionner, avaliser et garantir visées au présent alinéa peuvent être déléguées, en tout ou en partie, par le Président-Directeur Général, notamment au Directeur Général Délégué.

En outre, le Président-Directeur Général peut engager la Société dans la cession de participations dont la valeur d'entreprise est inférieure à 50 millions d'euros. Au-delà, il doit s'assurer de l'accord du Conseil d'Administration.

Limitations apportées aux pouvoirs du Directeur Général Délégué

Le Directeur Général Délégué doit s'assurer, avant d'engager la Société, du consentement du Conseil d'Administration pour les opérations sortant du cadre de la gestion courante, en particulier pour :

- › faire des acquisitions, aliénations et échanges de biens et droits immobiliers et engager des investissements, pour un montant supérieur à 25 millions d'euros par opération ;
- › conclure avec des entreprises de droit français ou non, tout traité de participation ou d'exploitation en commun à l'exception de toute société filiale de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) ;
- › prendre tout intérêt et participation dans toute entreprise ou société de personnes ou de capitaux, constituée ou à constituer, par voie de souscription ou apports en espèces ou en nature, par des achats d'actions, droits sociaux ou autres titres et généralement par toute forme quelconque et pour un montant excédant 25 millions d'euros par opération ;
- › consentir des prêts, crédits et avances pour un montant supérieur à 25 millions d'euros par emprunteur, sauf quand cet emprunteur est une société filiale de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) et à l'exclusion des prêts consentis pour une durée inférieure à un an ;
- › emprunter, avec ou sans constitution de garanties sur des éléments de l'actif social, pour un montant total supérieur à 100 millions d'euros au cours d'un même exercice, sauf auprès des filiales de Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 du Code de commerce) pour lesquelles aucune limite n'est prévue ;
- › donner, au nom de la Société, des cautions, avals ou garanties, sur délégation de pouvoir du Président-Directeur Général comme visé ci-dessus, dans les limites de l'autorisation qu'il a lui-même reçu et avec faculté de sous-délégation.

En outre, le Directeur Général Délégué peut engager la Société dans la cession de participations dont la valeur d'entreprise est inférieure à 25 millions d'euros. Au-delà, il doit s'assurer de l'accord du Conseil d'Administration.

PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

Définition du contrôle interne

Les procédures de contrôle interne en vigueur dans le Groupe ont pour objet :

- › d'une part, de veiller à ce que les actes de gestion ou de réalisation des opérations ainsi que les comportements personnels s'inscrivent dans le cadre défini par les orientations données aux activités du Groupe par les organes sociaux, par les lois et règlements applicables, et par les valeurs, normes et règles internes aux entreprises du Groupe ;
- › d'autre part, de vérifier que les informations comptables, financières et de gestion communiquées aux organes sociaux du Groupe reflètent avec sincérité l'activité et la situation des entreprises du Groupe.

L'un des objectifs des systèmes de contrôle interne est de prévenir et de maîtriser les risques résultant de l'activité du Groupe et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier. Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés.

Organisation générale du Groupe

L'organisation générale du Groupe s'articule autour de la société Pernod Ricard SA ("la Holding"), à laquelle sont rattachées, directement ou indirectement via des sociétés holding appelées "Régions", les sociétés dites "Propriétaires de Marques" et les sociétés dites "Distributeurs". Certaines sociétés peuvent combiner les deux activités à savoir Propriétaire de Marques et Distributeur.

La **Holding** gère des fonctions réservées comme :

- › la stratégie d'ensemble du Groupe, notamment de croissance interne et externe ;
- › la gestion des participations, en particulier toute fusion, acquisition ou revente d'actifs pouvant s'avérer appropriée ;
- › la gestion de la politique financière d'ensemble du Groupe y compris les moyens de financement ;
- › la politique fiscale et sa mise en œuvre ;
- › la définition des politiques de rémunération, la gestion des cadres internationaux et le développement des compétences ;
- › la validation des nouvelles campagnes publicitaires de toutes les marques avant leur diffusion ;
- › l'approbation des attributs clés des marques stratégiques ;
- › la communication "Corporate" et les relations avec les investisseurs, analystes et actionnaires ;
- › le partage des ressources, par exemple le regroupement de volumes par le département achat ;
- › les programmes majeurs de recherche appliquée.

La **Holding** assure par ailleurs le suivi et le contrôle des performances des filiales, et la préparation et la communication des informations comptables et financières du Groupe.

La **Direction Générale** du Groupe est composée du Président-Directeur Général et d'un Directeur Général Délégué, dont les pouvoirs sont attribués par la loi, les statuts et le Conseil d'Administration.

Les **Régions** , filiales autonomes aux pouvoirs délégués par la Holding assurent le contrôle opérationnel et financier des filiales qui leur sont rattachées. Elles regroupent des filiales présentes dans une même région géographique (Asie, Amériques, Europe et Pacifique).

Les **Propriétaires de Marques** , filiales autonomes aux pouvoirs délégués par la Holding ou une Région, sont responsables de la stratégie et du développement des marques et de la production.

Les **Distributeurs** , filiales autonomes aux pouvoirs délégués par la Holding ou une Région, gèrent la distribution et le développement des marques au niveau des marchés locaux.

DESCRIPTION DE L'ENVIRONNEMENT DE CONTRÔLE INTERNE

Les acteurs du contrôle interne

Les principaux organes de contrôle interne se présentent de la manière suivante :

AU NIVEAU GROUPE

Le **Comité Exécutif Groupe** est un organe qui regroupe la Direction Générale du Groupe, les Présidents-Directeurs Généraux des filiales principales et les Directeurs Financier, Marketing et Ressources Humaines de la Holding. Outre la revue des performances commerciales et financières du Groupe, il débat de toutes les questions générales concernant la vie du Groupe et de ses filiales. Il s'est réuni à 7 reprises durant l'exercice 2005/2006.

Les **Comités Exécutifs Régionaux** , mis en place à compter de janvier 2006, sont l'équivalent du Comité Exécutif Groupe au niveau de chaque Région. La Direction Générale du Groupe participe au moins 2 fois par an aux réunions. Depuis leur création, 3 Comités Exécutifs Régionaux ont été tenus.

L' **Audit Interne** du Groupe est rattaché à la Direction Financière de la Holding et rapporte à la Direction Générale et au Comité d'Audit sur initiative respective. Il est composé d'équipes présentes au niveau de la Holding et des Régions. Les missions d'audit et les programmes de travail sont déterminés en fonction d'une analyse des risques et sont validés par la Direction Générale et le Comité d'Audit.

Les travaux sont tous communiqués pour revue et analyse au Comité d'Audit, à la Direction Générale et aux Commissaires aux Comptes.

Audit externe

Le choix du collège des Commissaires aux Comptes est du ressort du Conseil d'Administration sur recommandation du Comité d'Audit.

Le Groupe a choisi un collège de Commissaires aux Comptes permettant une couverture mondiale et globale des risques du Groupe.

AU NIVEAU DES FILIALES

Le **Comité de Direction** désigné par la Holding ou une Région comprend le Président-Directeur Général et les Directeurs des principales fonctions de la filiale.

Le **Directeur Financier** est chargé, par le Président-Directeur Général, de la mise en place des systèmes de contrôle interne de manière à prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier.

Identification et gestion des risques : travaux réalisés pour l'exercice 2005/2006

L'exercice 2005/2006 a été marqué par la poursuite des travaux des exercices précédents et par l'intégration d'Allied Domecq.

Les travaux 2005/2006 ont ainsi notamment permis de renforcer le **questionnaire d'autoévaluation** développé en 2004/2005. S'appuyant sur les principes de contrôle interne du Groupe, il englobe les pratiques de gouvernance d'entreprise, les activités opérationnelles, le support informatique, ainsi qu'une analyse des risques.

Administré auprès de l'ensemble des filiales du Groupe, il permet à chaque filiale d'apprécier l'adéquation et l'efficacité de son contrôle interne. Les réponses aux questionnaires sont documentées et revues en détail par la Holding et les Régions. L'ensemble de ces travaux fait l'objet :

- › d'une synthèse par filiale et d'une synthèse Groupe, toutes deux communiquées au Comité d'Audit et à la Direction Générale ;
- › d'une lettre d'affirmation par filiale, adressée au Président-Directeur Général de Pernod Ricard. Cette lettre engage les responsables des filiales sur l'adéquation des procédures de contrôle par rapport aux risques identifiés.

Les efforts des équipes d'Audit ont d'autre part porté sur :

- › la sensibilisation des filiales aux risques identifiés comme clefs lors d'une intégration ;
- › la mise en place de procédures de transition adéquates ;
- › la réalisation de travaux visant à valider d'une part la correcte application des procédures de transition et d'autre part la bonne maîtrise des risques ;
- › la synthèse effectuée au niveau Groupe quant à la maîtrise de ces risques.

L'ensemble des actions mises en œuvre a ainsi permis de s'assurer d'une bonne maîtrise des risques de transition.

Enfin, environ 10 autres missions d'Audit ont été réalisées. Les axes d'amélioration identifiés ont fait l'objet de plans d'actions précis, validés par la Direction Générale et le Comité d'Audit. Leur mise en œuvre est régulièrement évaluée par les équipes d'Audit.

Les éléments clés des procédures de contrôle interne

Les éléments clés se déclinent de la manière suivante :

La **Charte d'Organisation** précise les droits et obligations de chaque employé par rapport aux valeurs mises en avant par le Groupe. Cette charte est remise à chaque employé lors de l'embauche ou lors de sa mise à jour.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

→ **Rapport du Président sur le Contrôle Interne**

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Une procédure formelle de **délégation de pouvoir**, émise par le Conseil d'Administration, précise les pouvoirs des Président-Directeur Général, Directeur Général Délégué, Directeur Financier et Directeur Juridique de la Holding.

La **Charte d'audit interne** précise le rôle et les responsabilités du contrôle interne des différents intervenants au sein du Groupe au niveau du contrôle interne.

Les **Principes de contrôle interne**, énoncés pour chacun des cycles de contrôle interne identifiés au niveau du Groupe, doivent permettre aux filiales de mettre l'accent sur les procédures de contrôle interne liées aux principaux risques du Groupe.

Le **questionnaire d'autoévaluation** (cf. présentation ci-dessus).

La **Charte Qualité et Environnement** précise les règles à respecter dans ces domaines. La Direction Industrielle de la Holding est responsable de leur respect. Un rapport annuel est présenté par cette Direction au Comité Exécutif Groupe.

Le **contrôle budgétaire** s'articule selon trois axes que sont le budget annuel (révisé en cours d'année), le suivi des réalisations dans le cadre des "reportings" mensuels et le plan stratégique (trois ans). Il repose sur des équipes de contrôle de gestion rattachées à la Direction Financière tant au niveau de la Holding que dans les Régions. Il se décline de la manière suivante :

- › le budget fait l'objet d'instructions précises (principes, calendrier) émises par la Holding et communiquées à l'ensemble des filiales. Le budget final est approuvé par la Direction Générale de la Holding ;
- › le "reporting" est préparé sur la base de données saisies directement en filiale selon un calendrier précis communiqué en début d'année ;
- › l'analyse mensuelle des performances dans le cadre des "reportings" est présentée par la Direction Financière au Comité de Direction, à la Direction Générale, au Comité Exécutif Groupe et lors des réunions du Conseil d'Administration et du Comité d'Audit ;
- › un plan stratégique sur trois ans est établi annuellement selon les mêmes procédures de mise en œuvre que le budget ;
- › un outil unique de gestion et de consolidation permet la saisie en direct par chaque filiale de l'ensemble de ses données comptables et financières.

La **gestion centralisée de la trésorerie** est pilotée par le Département Trésorerie rattaché à la Direction Financière de la Holding.

Le contrôle juridique et opérationnel de la Holding sur ses filiales

Les filiales sont, pour la plupart, détenues directement ou indirectement à 100 %.

La Holding est représentée directement ou indirectement (par filiale interposée) aux Conseils d'Administration des filiales.

La Charte d'Organisation et les Principes de contrôle interne du Groupe précisent le cadre d'autonomie des filiales en particulier par rapport à des décisions stratégiques.

Le rôle assigné à la Holding décrit dans la section "Organisation générale du Groupe" du présent rapport constitue un élément important de contrôle des filiales.

CONTRÔLE INTERNE RELATIF À L'ÉLABORATION DE L'INFORMATION FINANCIÈRE ET COMPTABLE

Préparation des comptes consolidés du Groupe

Le Groupe, en plus de l'information de gestion précisée ci-avant, élabore les comptes consolidés semestriels et annuels. Ces processus sont gérés par le service consolidation rattaché à la Direction Financière de la Holding de la manière suivante :

- › diffusion des principes comptables et financiers du Groupe sous la forme d'un manuel de procédures ;
- › préparation et transmission par le service consolidation des instructions précises aux filiales avant chaque consolidation incluant un calendrier détaillé ;
- › consolidation par palier ;
- › réalisation des comptes consolidés à partir des informations communiquées sous forme de liasses saisies par chaque filiale ;
- › utilisation d'un outil progiciel unique déployé dans toutes les filiales du Groupe. La maintenance de ce dernier et la formation des utilisateurs sont réalisées par les services financiers de la Holding avec l'assistance ponctuelle de consultants externes.

Par ailleurs, les filiales consolidées rédigent une lettre d'affirmation adressée aux Commissaires aux Comptes, et également envoyée à la Holding. Cette lettre engage les directions des filiales consolidées sur l'exactitude et l'exhaustivité de l'information financière transmise à la Holding dans le cadre de la consolidation.

Préparation des comptes sociaux de Pernod Ricard SA

Pernod Ricard SA établit des comptes sociaux dans le cadre des lois et règlements en vigueur. Elle prépare une liasse de consolidation en application des instructions reçues de la Direction Financière.

PERSPECTIVES 2006/2007

L'exercice 2006/2007 sera notamment consacré :

- › à la gestion des risques ;
- › aux travaux liés aux obligations américaines issues de l'acquisition Allied Domecq ;
- › à la poursuite des missions d'audit.

Paris, le 21 septembre 2006

Patrick Ricard
Président-Directeur Général

Rapport des Commissaires aux Comptes

En application de l'article L.225-235 du Code de commerce sur le rapport du Président du Conseil d'Administration de Pernod Ricard pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

EXERCICE DE 12 MOIS CLOS LE 30 JUIN 2006

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société Pernod Ricard SA et en application des dispositions de l'article L.225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006.

Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la Société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- › prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président ;
- › prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la Société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil d'Administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L.225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et La Défense, le 6 octobre 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

Alain Penanguer

MAZARS & GUÉRARD

Frédéric Allilaire

Rapport financier

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Rapport de gestion

→ 155 Rapport de gestion

155 Chiffres clés et analyse de l'activité

158 Analyse du compte de résultat

159 Perspectives d'avenir

159 Marché et concurrence

159 Gestion des risques

Rapport de gestion

CHIFFRES CLÉS ET ANALYSE DE L'ACTIVITÉ

Chiffres clés

SYNTHÈSE

En millions d'euros	12 mois	12 mois	18 mois	2003	2002
	30.06.2006	30.06.2005	30.06.2005 publié	publié	publié
	IFRS	IFRS pro forma	French Gaap	French Gaap	French Gaap
Chiffre d'affaires HDT	6 066	3 611	5 246	3 534	4 836
Contribution après frais publi-promotionnels	2 330	1 413	2 050	1 415	1 499
Résultat opérationnel courant	1 255	729	1 030	739	750
Taux de marge opérationnelle	20,7 %	20,2 %	19,6 %	20,9 %	15,5 %
Résultat net courant part du Groupe ⁽¹⁾	711	476	656	464	440
Résultat net part du Groupe	639	484	644	464	413
Résultat net courant part du Groupe par action dilué (en euros)	8,12	6,70	8,88	6,25	5,93
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	7,29	6,81	8,73	6,25	5,57

(1) Résultat opérationnel retraité des autres produits et charges opérationnels après prise en compte des frais financiers courants, de l'impôt courant sur les sociétés, du résultat des sociétés mises en équivalence ainsi que du résultat des activités destinées à la vente. Le résultat net courant part du Groupe au 30 juin 2005 a été retraité des frais financiers de l'OCEANE nets d'impôts.

ANALYSE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

France

En millions d'euros	12 mois	12 mois	Croissance interne	
	30.06.2006	30.06.2005		
Chiffre d'affaires	654	539	(6)	(1,1) %
Marge brute	482	397	(7)	(1,7) %
Contribution après frais publi-promotionnels	304	255	(1)	(0,3) %
Résultat opérationnel courant	121	98		

Europe

En millions d'euros	12 mois	12 mois	Croissance interne	
	30.06.2006	30.06.2005		
Chiffre d'affaires	2 014	1 352	(20)	(1,6) %
Marge brute	1 207	824	16	2,1 %
Contribution après frais publi-promotionnels	814	558	15	3,0 %
Résultat opérationnel courant	453	296		

Amériques

En millions d'euros	12 mois	12 mois	Croissance interne	
	30.06.2006	30.06.2005		
Chiffre d'affaires	1 681	740	47	6,7 %
Marge brute	1 005	443	34	8,2 %
Contribution après frais publi-promotionnels	672	302	16	5,5 %
Résultat opérationnel courant	391	177		

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Asie et Reste du monde

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005	Croissance interne	
Chiffre d'affaires	1 717	980	94	9,6%
Marge brute	884	492	71	14,4%
Contribution après frais publi-promotionnels	540	298	30	10,1%
Résultat opérationnel courant	289	158		

Total

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005	Croissance interne	
Chiffre d'affaires	6 066	3 611	114	3,3%
Marge brute	3 578	2 156	114	5,5%
Contribution après frais publi-promotionnels	2 330	1 413	60	4,4%
Résultat opérationnel courant	1 255	729		

L'ensemble des analyses ci-dessous porte sur la période du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006. Les chiffres présentés sont basés sur le référentiel IFRS.

La progression spectaculaire du chiffre d'affaires de 68 % provient principalement de l'impact de l'acquisition Allied Domecq qui représente un effet périmètre de + 62 % tandis que la croissance interne des ventes s'élève à + 3,3 %.

La contribution après frais publi-promotionnels s'élève à 2 330 millions d'euros en progression de 64,9 % expliquée par :

- › un effet périmètre incluant la contribution des marques acquises nette des marques cédées en cours d'exercice de 822 millions d'euros soit + 58 % ;
- › une croissance organique du portefeuille historique Pernod Ricard de 4,4 % ;
- › une évolution favorable des devises (principalement la progression du dollar américain et des devises associées et du real brésilien face à l'euro) générant un profit de 34,5 millions d'euros.

Les synergies générées pendant l'exercice permettent de limiter la progression des frais de structure à 57,1 %.

Le résultat opérationnel courant ressort à 1 255 millions d'euros en hausse de 72 %.

Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 711 millions d'euros en progression de 49 %. Par action dilué, il progresse de 21 % pour atteindre 8,12 euros.

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
Résultat opérationnel	1 129	745
Retraitement des autres produits et charges opérationnels	126	(16)
Résultat opérationnel courant	1 255	729
Frais financiers courants	(350)	(98)
Impôt sur les bénéfices courant	(222)	(165)
Intérêts minoritaires, quote-part du résultat net des entreprises associées et résultat des activités destinées à la vente	28	(9)
Résultat net courant part du Groupe	711	457
Retraitement frais financiers OCEANE, nets d'impôt		19
Résultat net courant part du Groupe	711	476
Nombre d'actions en circulation dilué	87 658 779	71 080 320
Résultat net courant par action dilué	8,12	6,70

Analyse de l'activité

L'année 2005/2006 a été pour Pernod Ricard un exercice en tout point exceptionnel :

- › l'acquisition d'Allied Domecq conclue le 26 juillet 2005 avec le concours de Fortune Brands a été la plus importante opération de croissance externe de l'histoire de Pernod Ricard et ce seulement 3 ans et demi après le rachat d'une partie des activités de Seagram ;
- › l'intégration des nouvelles marques et des nouveaux réseaux a été la priorité n° 1 de Pernod Ricard lors de l'exercice 2005/2006. Celle-ci a été mise en œuvre rapidement et est totalement opérationnelle depuis fin mars 2006. Durant cette période, la croissance organique de la contribution des marques historiques est restée soutenue à + 4,4 % ;
- › la cession des marques et actifs inclus dans le périmètre de l'accord avec Fortune Brands a été finalisée selon le calendrier et les conditions prévus initialement ;
- › la cession de certaines marques (le gin Larios à Fortune Brands, le whiskey irlandais Bushmills à Diageo) s'est déroulée selon le calendrier et les conditions prévus dans le cadre global de l'acquisition d'Allied Domecq.

UNE INTÉGRATION RÉUSSIE DES MARQUES ALLIED DOMEQ DANS UN RÉSEAU ÉLARGI

Chiffre d'affaires et volumes

La progression des ventes de Pernod Ricard s'est élevée à 68 % et s'est appuyée en 2005/2006 sur :

- › un rééquilibrage du portefeuille vers des marques et catégories en forte croissance (Liqueurs, Alcools blancs, Vins du Nouveau Monde) ainsi qu'un accroissement du positionnement Premium de la gamme Pernod Ricard (Whiskies, Cognac, Champagne) ;
- › une concentration des efforts sur les 15 nouvelles marques stratégiques définies suite à l'acquisition Allied Domecq ;
- › une extension du réseau de distribution vers des pays où la part de marché de Pernod Ricard était relativement faible (Mexique, Corée du Sud, Canada, Nouvelle-Zélande et Europe centrale) ainsi qu'un renforcement des structures dans les pays à forte croissance (États-Unis, Chine, Russie).

De façon générale, le portefeuille historique du Groupe a bénéficié d'une croissance vigoureuse notamment sur les marques Premium avec des fortes progressions en termes de volumes pour Chivas Regal (+ 11 %), Martell (+ 11 %), Jameson (+ 12 %), Havana Club (+ 13 %) ou The Glenlivet (+ 10 %). Ces marques internationales continuent d'être le moteur de la croissance organique du Groupe.

On peut également noter quelques beaux succès locaux avec Royal Stag en Inde (+ 13 %), Ruavieja en Espagne (+ 16 %), Montilla au Brésil (+ 12 %) mais aussi Something Special, Imperial Blue ou Orloff qui présentent des progressions à deux chiffres.

Enfin, il convient de noter que les marques reprises du portefeuille Allied Domecq notamment Ballantine's et Beefeater ont été affectées au cours de l'exercice par un phénomène non récurrent de déstockage de certains marchés où les niveaux de stocks étaient anormalement élevés.

Contribution après frais publi-promotionnels

En Asie/Reste du Monde, le Groupe a profité de l'intégration des nouveaux réseaux de distribution notamment en Corée du Sud et en Nouvelle-Zélande tout en poursuivant le développement de ses marques historiques au moyen d'investissements marketing et commerciaux significatifs. Cette région a ainsi connu une croissance globale de sa contribution de 81 % tout en générant une croissance organique de 10 %.

En Europe, zone proportionnellement moins impactée par l'acquisition Allied Domecq, les efforts du Groupe se sont portés sur l'intégration des marques acquises notamment sur les marchés espagnol (Ballantine's et Beefeater), anglais (Montana, Malibu et Tia Maria) et italien. La croissance globale sur cette zone ressort à + 46 % en raison notamment d'un effet périmètre de + 44 %. Le périmètre historique du Groupe a généré une croissance organique de 3 %, les marchés porteurs notamment en Europe de l'Est ayant compensé la relative stabilité de l'Europe de l'Ouest.

Avec 41 % de la contribution totale acquise grâce à l'opération Allied Domecq, la zone Amériques a été la plus concernée par cette intégration. Elle lui a notamment apporté de nouvelles positions de leader au Canada et au Mexique et un doublement de taille aux États-Unis, le premier marché mondial des Vins & Spiritueux. L'intégration des nouvelles marques dans un réseau élargi a permis de générer une croissance globale de l'activité de 122 %. En parallèle les marques historiques ont connu une croissance de 5,5 % de leur contribution.

En France, l'intégration des marques Allied Domecq a renforcé le positionnement de leader de Pernod Ricard et a permis de générer une croissance de 19 % de la contribution. Il est à noter que le portefeuille historique du Groupe, bien que pour partie positionné sur des catégories connaissant des difficultés, a connu au second semestre une évolution favorable permettant d'afficher une stabilité sur l'ensemble de l'exercice.

UNE PROGRESSION EXCEPTIONNELLE DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

La progression du résultat opérationnel courant a été exceptionnelle grâce à :

- › l'intégration réussie des marques Allied Domecq ;
- › la croissance du portefeuille de marques historique, notamment le développement très fort des marques Premium ;
- › un effet devise positif principalement en raison de l'appréciation sensible du dollar américain et des devises associées ainsi que du real brésilien vis-à-vis de l'euro.

Cette évolution est la combinaison :

- › d'une progression du chiffre d'affaires de 68 % ;
- › d'efforts accrus en termes d'investissements publi-promotionnels (+ 0,7 point à 17,1 % du chiffre d'affaires en 2005/2006), et ce afin de garantir le développement des marques sur le long terme ;
- › de la mise en œuvre d'une partie importante des synergies de structure. Les coûts de structure représentent aujourd'hui 17,7 % du chiffre d'affaires contre 19 % en 2004/2005.

Le résultat opérationnel courant progresse ainsi de 729 à 1 255 millions d'euros (+ 72 %) en 2005/2006 par rapport à 2004/2005.

Dans un contexte où les synergies de structure n'ont été achevées qu'en fin d'exercice, on peut noter une amélioration du taux de marge opérationnelle qui passe de 20,2 % à 20,7 %.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

UN DÉSENDETTEMENT EXTRÊMEMENT RAPIDE

La dette de Pernod Ricard au 1^{er} juillet 2005 s'élevait à 2,1 milliards d'euros.

Pernod Ricard a souscrit lors de l'acquisition d'Allied Domecq un crédit syndiqué lui permettant de financer pour partie cette acquisition et de refinancer les dettes existantes.

Au 31 décembre 2005, la dette de Pernod Ricard s'élevait à 8,8 milliards d'euros en baisse de plus d'un milliard d'euros depuis la date de l'acquisition d'Allied Domecq (26 juillet 2005) grâce notamment au remboursement de l'OCEANE, au cash-flow généré par l'activité et à la cession de certaines marques (Bushmills, etc.)

Au cours du second semestre, le désendettement du Groupe s'est accéléré principalement grâce à la finalisation de la cession de Dunkin Brands Inc (DBI) pour environ 2 milliards d'euros, ce qui a ramené la dette à 6,35 milliards d'euros à fin juin 2006.

L'ACHÈVEMENT DU RECENTRAGE SUR LES VINS ET SPIRITUEUX

À la fin de l'exercice 2004/2005, Pernod Ricard avait achevé son désengagement des activités sans alcool issues de son portefeuille historique (Cessions d'Orangina, de Marmande Production et de Foulon Sopagly).

Les activités sans alcool héritées de l'acquisition Allied Domecq ont toutes été cédées au cours de l'exercice 2005/2006 :

- › Britvic Plc (fabrication et distribution de sodas et jus de fruits au Royaume-Uni) a été introduit à la Bourse de Londres en décembre 2005 et la participation de Pernod Ricard cédée ;
- › DBI (enseignes de restauration rapide Dunkin' Donuts, Baskin'Robbin's et Togo's) a été cédé à un consortium en mars 2006.

Ainsi au 30 juin 2006, Pernod Ricard est concentré à 100 % sur le développement de son portefeuille de Vins & Spiritueux.

ANALYSE DU COMPTE DE RÉSULTAT

Résultat opérationnel courant

Le chiffre d'affaires de l'activité Vins & Spiritueux s'élève à 6 066 millions d'euros, en hausse de 68 % en raison :

- › d'un effet périmètre très important (+ 62 %) ;
- › d'une forte croissance interne (+ 3,3 %) ;
- › d'un effet devise favorable (+ 2,9 %).

Cette croissance se répartit de façon suivante :

- › aux Amériques (+ 127 %) ;
- › en Asie/Reste du Monde (+ 75 %) ;
- › en Europe (+ 49 %) ;
- › en France (+ 21 %).

L'évolution des 15 marques stratégiques présentée ci-dessous illustre parfaitement la progression de l'activité en termes de zone ou de portefeuille :

Volumes (millions de caisses de 9 litres)	Pro forma	Pro forma	2006/2005 ⁽¹⁾
	12 mois 30.06.2005	12 mois 30.06.2006	
Ricard	5,9	5,6	- 4 %
Ballantine's	5,9	5,3	- 12 %
Chivas Regal	3,5	3,9	11 %
Malibu	3,1	3,3	2 %
Stolichnaya	2,2	2,6	16 %
Havana Club	2,2	2,4	13 %
Beefeater	2,4	2,3	- 6 %
Kahlúa	2,2	2,1	- 8 %
Jameson	1,8	2,1	12 %
Martell	1,2	1,3	11 %
The Glenlivet	0,4	0,5	10 %
Jacob's Creek	7,4	7,5	1 %
Mumm/Perrier Jouët	0,8	0,8	0 %
Montana	1,1	1,2	4 %
Total Top 15	40,2	40,8	1 %

(1) Variation 12 mois marques historiques, 11 mois marques acquises.

L'augmentation du chiffre d'affaires, associée à des investissements promotionnels en progression de 74,5 % permettant de renforcer le capital-marques et d'assurer la croissance future de celles-ci, a permis de générer une croissance de la contribution après frais publi-promotionnels de 64,9 %.

Il est à noter que la croissance des frais publi-promotionnels prend en compte un effort de relance des marques nouvellement acquises.

Les synergies de structure qui se sont accélérées tout au long de l'exercice pour s'achever à fin juin 2006, ont permis de limiter la progression des frais de structure à 57 %.

Compte tenu de ces évolutions, le résultat opérationnel courant progresse de 72 % à 1 255 millions d'euros.

Commentaires sur le résultat financier

Le résultat financier courant s'élève à (350) millions d'euros en augmentation de (252) millions d'euros par rapport à 2004/2005. Les frais financiers nets progressent de (221) millions d'euros pour atteindre (319) millions d'euros suite à la mise en place du crédit syndiqué lié à l'opération Allied Domecq.

Le résultat financier non courant s'élève à (60) millions d'euros et est notamment relatif aux opérations de change mises en place entre l'annonce de l'acquisition d'Allied Domecq (avril 2005) et la date de paiement des actions (début août 2005) pour (20) millions d'euros ainsi qu'aux coûts liés à la conversion de l'OCEANE pour (34) millions d'euros.

Commentaires sur les autres produits et charges opérationnels

Les autres produits et charges opérationnels ressortent à (126) millions d'euros.

Ce montant se décompose en :

- › (333) millions d'euros de charges de restructuration et d'intégration relatives à l'intégration des structures d'Allied Domecq ;
- › 326 millions d'euros de plus-values de cession relatives notamment à la cession des marques Bushmills, Seagram's Vodka (aux États-Unis), Glen Grant, Old Smuggler et Braemar ;
- › (54) millions d'euros de frais d'acquisition principalement liés à des commissions bancaires ;
- › (65) millions d'euros d'autres charges non-courantes dont (25) millions d'euros de charges liées à l'acquisition des droits de distribution de Stolichnaya et (24) millions d'euros liés à la mise à la juste-valeur des stocks de produits finis des marques Allied Domecq au jour de l'acquisition.

Résultat des activités abandonnées

Les activités abandonnées en 2005/2006 concernent deux activités acquises d'Allied Domecq et dont la cession avait été prévue dans le projet d'acquisition.

La contribution de ces activités au cours de l'exercice est intégralement incluse dans le résultat des activités abandonnées et s'élève à 57 millions d'euros soit la contribution de DBI et Britvic Plc jusqu'à leur cession.

Commentaires sur le résultat net part du Groupe

Le résultat net part du Groupe s'élève à 639 millions d'euros, en progression de 32 % par rapport à 2004/2005.

PERSPECTIVES D'AVENIR

Les très bons résultats de l'exercice 2005/2006 confirment le potentiel de croissance du portefeuille qui bénéficie d'un socle solide pour son développement futur.

La relance des marques intégrées suite à l'acquisition Allied Domecq mais également la poursuite des efforts engagés pour assurer le dynamisme du portefeuille historique seront clés pour garantir la croissance future de Pernod Ricard.

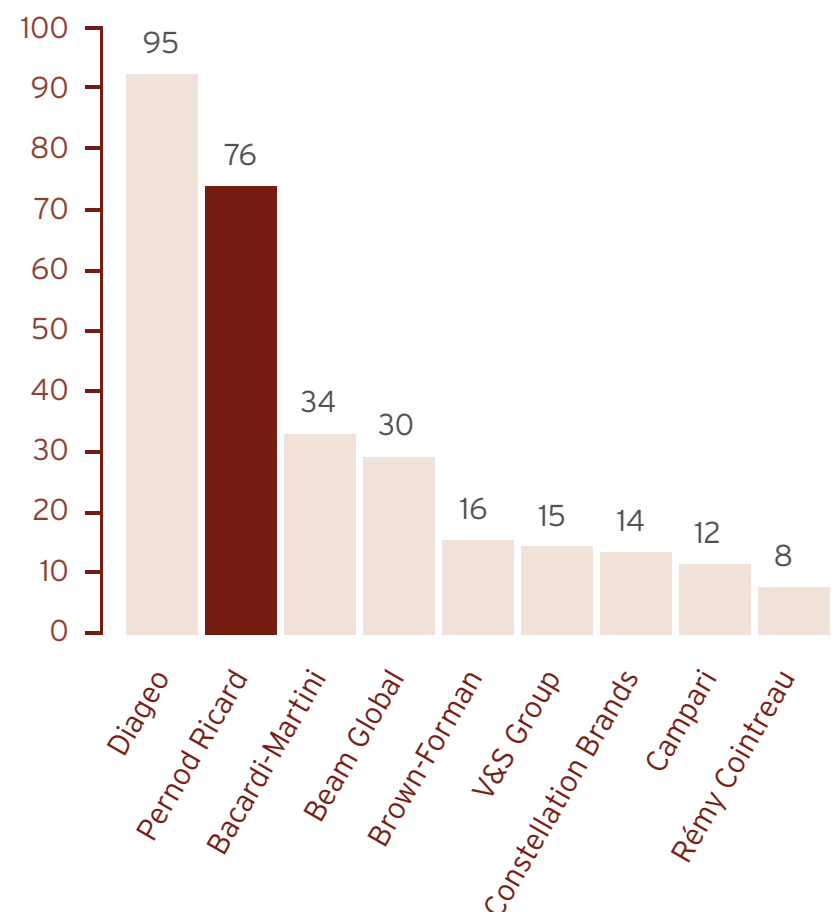
MARCHÉ ET CONCURRENCE

Les concurrents du Groupe Pernod Ricard, dans ses métiers, sont principalement :

- › soit de grands groupes internationaux présents dans le secteur des Vins & Spiritueux, comme Diageo, Bacardi-Martini, Beam Global (Fortune Brands), Brown-Forman, V&S Group, Constellation Brands, Campari et Rémy Cointreau pour les marques internationales ;
- › soit des sociétés plus petites ou des producteurs locaux pour les marques locales (par exemple, La Martiniquaise en France).

La présence de très nombreux acteurs, tant locaux qu'internationaux, fait du secteur des Vins & Spiritueux un marché très fortement concurrentiel.

Volumes mondiaux (en millions de caisses de 9 litres)



Source : IWSR 2005 – Spiritueux "Western Style", excluant les marques d'agence, les vins, les apéritifs à base de vin et les RTD. Volumes totaux : 1 222 millions de caisses.

GESTION DES RISQUES

Risques de marché

Le suivi et la gestion des risques de change, de taux et de liquidité sont assurés par la Direction des Financements et de la Trésorerie au sein de laquelle travaillent 10 collaborateurs. Cette Direction, rattachée à la Direction Financière du Groupe, gère l'ensemble des expositions financières et prépare un reporting mensuel à l'attention de la Direction Générale. Tous les instruments financiers utilisés couvrent des transactions existantes, prévisionnelles ou des investissements. Ils sont contractés avec un nombre limité de contreparties disposant d'une notation de premier rang reçue d'une agence spécialisée.

RISQUES DE LIQUIDITÉ, RISQUES DE TAUX, RISQUES DE CHANGE

Gestion des risques financiers

Le Groupe pratique une politique de couverture non spéculative en utilisant des instruments financiers dérivés pour gérer son exposition aux risques de marché. Ces instruments sont destinés à couvrir les risques sur des engagements fermes ou des transactions futures hautement probables du Groupe.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Gestion du risque de change

› Risques patrimoniaux

La mise en place de financements d'actifs en devises étrangères acquis par le Groupe dans la même devise permet de créer une couverture naturelle.

Ce principe a notamment été mis en œuvre lors de l'acquisition des actifs de Seagram et d'Allied Domecq.

› Risques opérationnels

De par son exposition internationale, le Groupe est confronté à des risques de change liés à des transactions opérées par des filiales dans une monnaie différente de leur monnaie de fonctionnement. Ce risque est couvert en partie par la mise en place de ventes ou d'achats d'options pour couvrir les créances et dettes d'exploitation certaines ou hautement probables.

Gestion des risques de taux

Le Groupe s'est conformé à l'obligation de couverture requise par les banques lors de la mise en place des crédits syndiqués d'acquisition des actifs Seagram et Allied Domecq. Dans le cadre de l'acquisition de Seagram, l'obligation s'étendait aux deux tiers de la dette sur un horizon de 4 ans. Conformément au contrat d'acquisition d'Allied Domecq, la couverture requise couvre 50 % de la dette brute à l'exception de la tranche B (initialement 157 millions d'euros et 1 185 millions de dollars américains) pour une durée de 2 ans.

Le Groupe a eu recours à des swaps ainsi qu'à des options sur taux d'intérêts, en complément de la dette à taux fixe, sur des montants et des durées assurant une couverture supérieure aux limites définies par les contraintes bancaires.

Toutes ces opérations de couverture sont traitées ou validées au préalable par la Direction des Financements et de la Trésorerie, dans le cadre d'un programme accepté par la Direction Générale.

L'ensemble de ces sujets est abordé dans les notes 14 et 16 du chapitre consacré aux comptes consolidés.

RISQUES SUR ACTION

Aucun risque sur action significatif n'existe à l'exception du risque portant sur les actions Pernod Ricard autodétenues par le Groupe dont le détail est donné en note 19 de l'annexe des comptes consolidés.

Pour rappel et suite à l'acquisition d'Allied Domecq, Pernod Ricard détient 46 % de Corby Distilleries Ltd, société cotée à la Bourse de Toronto. Aucun risque spécifique autre que celui inhérent à la cotation sur un marché boursier n'existe à la connaissance de Pernod Ricard.

Risques juridiques

En dehors des litiges liés aux activités courantes du Groupe et/ou non significatifs, les contentieux suivants doivent être signalés :

LITIGES RELATIFS AUX MARQUES

Havana Club

La marque "Havana Club" est détenue par une joint-venture, Havana Club Holding S.A. (HCH), la marque étant contrôlée au plan mondial par le Groupe et par une société cubaine (Cubaexport). Les droits de propriété portant sur cette marque sont actuellement contestés aux États-Unis, au Canada et en Espagne par une société concurrente du Groupe.

Aux États-Unis, la société concurrente a saisi l'Office américain de la propriété industrielle (USPTO), demandant l'annulation du dépôt de la marque Havana Club effectuée au nom de la société Cubaexport. Le 29 janvier 2004, l'USPTO a rejeté cette action, refusant ainsi l'annulation du dépôt de la marque. Cette décision ayant fait l'objet d'un appel, une procédure judiciaire est actuellement en cours devant le tribunal fédéral du district de Columbia.

En outre, une loi américaine empêche Cubaexport de faire valoir ses droits relatifs à ce dépôt devant un tribunal américain. Cette loi a été dénoncée par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), mais à ce jour les États-Unis n'ont pas encore modifié leur législation en conformité avec la décision de l'OMC.

Cette même loi empêche la réalisation de tout paiement en vue du renouvellement d'une marque confisquée suite à la révolution cubaine. En juillet 2006, l'USPTO a refusé le renouvellement de la marque "Havana Club" déposée par Cubaexport, conformément aux directives de l'OFAC (Office of Foreign Assets Control). Cubaexport a adressé une requête au Directeur de l'USPTO visant à infirmer cette décision de non-renouvellement.

En août 2006, une société concurrente du Groupe a lancé sur le marché américain un rhum de marque "Havana Club" fabriqué à Porto Rico. Pernod Ricard USA a intenté une procédure devant le tribunal fédéral du district du Delaware en déclarant que la société concurrente n'est pas propriétaire de la marque "Havana Club" et que l'utilisation de la marque "Havana Club" sur un rhum non cubain est trompeuse pour le consommateur et devrait par conséquent être interdite.

En juin 2005, le Tribunal de Première Instance espagnol a confirmé les droits de HCH sur la marque "Havana Club" suite à une procédure intentée en 1999. Toutefois, les demandeurs ont fait appel devant l'Audience Provinciale de Madrid, qui devrait rendre sa décision avant fin 2007.

Becherovka

Cette marque fait l'objet de tentatives d'usurpation et de contrefaçon en République tchèque, en Slovaquie ainsi qu'en Russie. De nombreuses actions devant les juridictions civiles et pénales de ces pays ont été engagées pour faire confirmer les droits de propriété du Groupe sur la marque "Becherovka" et faire sanctionner les contrefaçons précitées.

Plusieurs décisions favorables aux intérêts du Groupe ont d'ores et déjà été rendues, telle la condamnation en République tchèque du contrefacteur à une peine d'un an d'emprisonnement.

Champomy

Au cours de l'année 2001, l'Institut national des appellations d'origine (INAO) et le Comité interprofessionnel des vins de Champagne (CIVC) ont assigné Pernod Ricard et ses filiales devant les tribunaux de Paris pour demander la nullité des marques "Champomy" et l'interdiction d'en faire usage au motif que ces marques constituaient une violation de l'appellation d'origine Champagne. Ces marques ont, depuis, été cédées au groupe Cadbury Schweppes. Cependant, Pernod Ricard a garanti à l'acquéreur la validité de ces marques et verrait sa responsabilité contractuelle engagée au cas où les marques "Champomy" seraient annulées. Par un jugement du 10 mai 2006, le Tribunal de Grande Instance de Paris a débouté l'INAO et le CIVC de l'ensemble de leurs demandes. Ce jugement n'est néanmoins pas définitif puisque l'INAO et le CIVC en ont interjeté appel.

Blender's Pride

En janvier 2005, une société indienne revendiquant la propriété de la marque "Blender's Pride" a assigné à comparaître Seagram India Private Ltd devant le tribunal de Jalandhar (dans le Punjab en Inde). Cette requête vise, d'une part, à empêcher Seagram India Private Ltd d'exploiter la marque "Blender's Pride" et, d'autre part, à demander des dommages et intérêts ainsi que la restitution des bénéfices générés par la commercialisation de cette marque depuis 1995. Austin Nichols & Co Inc, propriétaire de la marque "Blender's Pride", et Seagram India Private Ltd, son concessionnaire en Inde, ont saisi la Cour Suprême de New Delhi visant à obtenir l'annulation de la marque du demandeur et l'interdiction d'exploiter la marque en Inde.

Aucune des ordonnances réclamées par les demandeurs n'a été rendue, à l'exception d'une injonction prononcée par la Cour Suprême de New Delhi visant à interdire l'exploitation de la marque "Blender's Pride" par le demandeur. Une procédure d'appel intentée par le demandeur est actuellement pendante devant la Cour.

Stolichnaya

Des sociétés qui représenteraient les intérêts de la Fédération de Russie sur des questions liées à des marques étrangères de boissons alcoolisées et à leur publicité, ont cité à comparaître devant le Tribunal de Première Instance du district Sud de New York les sociétés Allied Domecq, SPI Spirits et d'autres parties. Dans le cadre de cette procédure, les demandeurs cherchent à remettre en cause la propriété d'Allied Domecq sur la marque "Stolichnaya" aux États-Unis, et à y empêcher la future vente de produits sous la marque "Stolichnaya". Les demandes portent en outre sur le copyright et sur des allégations de publicité mensongère concernant la commercialisation aux États-Unis des produits sous la marque "Stolichnaya" et visent à l'obtention de dommages et intérêts et au reversement de tous les bénéfices afférents. Le 31 mars 2006, le juge George Daniels a débouté les demandeurs de toutes leurs actions relatives à leurs droits de propriété sur la marque "Stolichnaya" aux États-Unis, ainsi que de leur demande en matière de copyright. Le 19 juillet 2006, les sociétés se sont volontairement désistées de la procédure en matière de publicité mensongère, renonçant ainsi à intenter une action sur le même fondement dans l'avenir. Les demandeurs ont interjeté appel contre le jugement rendu le 31 mars 2006.

LITIGES COMMERCIAUX

Plainte déposée par la république de Colombie contre Pernod Ricard, Seagram Llc et Diageo Plc

En octobre 2004, la république de Colombie, ainsi que diverses administrations régionales colombiennes, ont porté plainte devant le Tribunal de Première Instance du district Est de New York contre Pernod Ricard, Pernod Ricard USA Llc, Diageo Plc, Diageo North America Inc (anciennement dénommée Heublein Inc, puis UDV North America Inc, puis Guinness UDV America Inc), United Distillers Manufacturing Inc, IDV North America Inc et contre Seagram Export Sales Company Inc.

Les plaignants prétendent que les sociétés visées ci-dessus auraient commis un acte de concurrence déloyale à l'encontre du gouvernement colombien (qui détient le monopole constitutionnel de production et de distribution des spiritueux) en vendant leurs produits par l'intermédiaire de circuits de distribution illicites et en recevant des paiements de sociétés impliquées dans le blanchiment d'argent. Pernod Ricard conteste cette plainte et se défend contre l'intégralité de ces allégations.

Droit d'accises en Turquie

Allied Domecq Istanbul İç ve Dis Ticaret Ltd. Sti., comme ses concurrents, est impliquée dans un litige douanier portant sur la valeur douanière de certaines importations en Turquie. Le point essentiel porte sur la question de savoir si le prix de vente en "Duty Free" peut être utilisé pour les formalités de déclaration de la valeur douanière à l'importation en Turquie. Allied Domecq soutient avec détermination sa position. À ce jour, l'administration des douanes a déclenché une procédure judiciaire à l'encontre de la société Allied Domecq Istanbul İç ve Dis Ticaret Ltd. Sti. en Turquie pour non-respect des règles douanières lors de 14 importations. Allied Domecq défend activement sa position dans ce litige.

ACTIONS COLLECTIVES PUTATIVES (PUTATIVE CLASS ACTIONS) AUX ÉTATS-UNIS

Commercialisation des Spiritueux aux États-Unis

Allied Domecq Spirits & Wine Americas Inc, Allied Domecq Spirits & Wine USA, Inc, ainsi que la plupart des grandes sociétés de Vins & Spiritueux aux États-Unis, ont été citées à comparaître dans le cadre d'un certain nombre d'actions collectives putatives quasi identiques. Les demandeurs prétendent que les défendeurs se sont livrés à des pratiques complexes trompeuses visant à commercialiser des boissons alcoolisées à des mineurs. Parmi les motifs allégués figurent l'enrichissement illicite, la faute, la conspiration, la dissimulation frauduleuse et la violation de diverses lois étatiques assurant la protection des consommateurs. Ces actions ont été intentées dans les États du Colorado, de l'Ohio, de Caroline du Nord, du Wisconsin, du Michigan et de Virginie Occidentale, ainsi que dans le district de Columbia. Allied Domecq a été cité à comparaître pour des actions intentées dans les États de l'Ohio, du Wisconsin, du Michigan et de Virginie Occidentale.

Six de ces procédures – Colorado, Wisconsin, Ohio, Michigan, Virginie Occidentale et district de Columbia – ont été rejetées par les tribunaux compétents, et ont fait l'objet d'appel par les demandeurs. En revanche, les tribunaux n'ont pas encore statué sur les autres procédures. Ces procès se trouvent actuellement au stade de la communication des pièces et de la remise des conclusions aux parties. Par conséquent, il est trop tôt pour chiffrer le montant du préjudice éventuel ; aucune provision n'a ainsi été constituée.

Origine de Stolichnaya

Allied Domecq Spirits & Wine Americas Inc., Allied Domecq Spirits & Wine USA, Inc., ainsi que SPI Spirits, ont été citées à comparaître dans le cadre d'une action collective putative introduite devant le Tribunal de Première Instance du District de Californie. Dans le cadre de ce procès, un représentant des demandeurs prétend que les sociétés Allied Domecq Spirits & Wine Americas Inc. et Allied Domecq Spirits & Wines USA, Inc. sont coupables de pratiques commerciales illicites prohibées par le droit californien suite à la publicité et à la promotion de la vodka "Stolichnaya" comme "vodka russe". Il vise à obtenir l'interdiction de toute future publicité, ainsi qu'à recevoir des dommages et intérêts et le reversement de tous les bénéfices afférents. En juillet 2006, les parties ont conclu une transaction aux termes de laquelle le demandeur a renoncé à sa demande de certification d'action collective putative. Suite à l'accord des parties de mettre définitivement fin à la procédure, le tribunal a entériné le classement de l'affaire le 23 août 2006.

À la connaissance de la société, il n'existe pas d'autre litige ou fait exceptionnel susceptible d'avoir un impact significatif sur le patrimoine et la situation financière du Groupe.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

ASPECTS RÉGLEMENTAIRES

L'activité d'élaboration et de commercialisation des boissons alcoolisées du Groupe s'inscrit dans le cadre législatif et réglementaire spécifique qui varie selon les pays.

Responsabilité sociale du Groupe

Conscient des difficultés dans le domaine des aspects sociaux de l'alcool, le Groupe a toujours souhaité jouer un rôle leader en la matière. Membre et fondateur d'Entreprise et Prévention en France et de l'European Forum for Responsible Drinking (EFRD ex-Amsterdam Group) au niveau européen, membre actif, entre autres, du Portman Group au Royaume-Uni, de MEAS en Irlande, et du Century Council aux États-Unis, le Groupe Pernod Ricard s'est engagé à développer et à financer des actions concrètes sur le terrain pour lutter contre la consommation excessive d'alcool ou les consommations à risque et, à promouvoir une politique responsable dans le domaine des communications commerciales. Le Groupe soutient par ailleurs les recommandations sanitaires de l'OMS (Organisation mondiale de la santé) sur la consommation d'alcool. Sur ce point, le Groupe Pernod Ricard n'hésite pas à aller au-delà des règles d'autodiscipline professionnelle ou des réglementations en vigueur. C'est ainsi que le Groupe s'interdit dans le monde, le parrainage de tout sport automobile ou motorisé par l'une de ses marques de boisson alcoolisée.

Le Groupe et ses filiales françaises ont également conclu avec la Délégation interministérielle à la Sécurité routière une charte de partenariat, sur le thème "Celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas", et portant donc notamment sur la conduite sobre et la réduction du risque routier dans le Groupe. Les résultats positifs dans l'application de cette charte ont été salués par les pouvoirs publics et font l'objet d'un suivi interne rigoureux.

D'autre part, en France, le Groupe est à l'origine de la création de l'Institut de recherches et d'études sur les boissons (IREB), qui finance les chercheurs indépendants dans le secteur biomédical et les sciences humaines pour mieux comprendre les causes de l'alcoolisme. L'expertise scientifique de l'IREB dans ces domaines fait autorité.

AUTRES

Le Groupe ne se trouve pas dans une position de dépendance technique ou commerciale significative à l'égard d'autres sociétés, clients ou fournisseurs, n'est pas soumis à des contraintes particulières de confidentialité et dispose des actifs nécessaires à l'exploitation de ses activités.

Contrats significatifs

ACCORD DE COOPÉRATION ("SCHEME CO-OPERATION AGREEMENT")

Le 21 avril 2005, Allied Domecq Ltd (anciennement Allied Domecq Plc) ("Allied Domecq"), Pernod Ricard et Goal Acquisitions Ltd ("Goal"), une société ad hoc créée en vue de l'acquisition d'Allied Domecq par Pernod Ricard en vertu d'un Scheme of Arrangement (le "Scheme of Arrangement"), ont conclu un accord en vertu duquel les parties se sont engagées à coopérer afin de mettre en place le Scheme of Arrangement et en vertu duquel Allied Domecq a pris certains engagements sur la gestion de ses activités en attendant l'entrée en vigueur du Scheme of Arrangement.

Le Scheme of Arrangement est entré en vigueur le 26 juillet 2005 (la "Date d'Effet").

CONTRAT CADRE ("FRAMEWORK AGREEMENT")

Le 21 avril 2005, Pernod Ricard et Fortune Brands Inc ("Fortune Brands") ont conclu un contrat, qui a ensuite été modifié et amendé le 24 juillet 2005 (le "Contrat Cadre"), aux termes duquel les parties ont convenu que Fortune Brands (ou ses filiales) acquerrait certaines marques de vins et spiritueux ainsi que les actifs et les passifs s'y rapportant détenus par Allied Domecq et ses filiales, pour un montant d'environ 2,7 milliards de livres sterling.

Le 26 juillet 2005, Allied Domecq a conclu un acte d'adhésion au Contrat Cadre.

Aux termes du Contrat Cadre :

- i. Fortune Brands s'est engagé à payer à Goal un montant d'environ 2,7 milliards de livres sterling en contrepartie de l'acquisition de certaines marques ainsi que de certains actifs et passifs détenus par le groupe Allied Domecq (les "Marques FB") ;
- ii. le montant de 2,7 milliards de livres sterling payé par Fortune Brands faisait partie de la contrepartie versée par Goal aux actionnaires d'Allied Domecq en vertu du Scheme of Arrangement ;
- iii. Fortune Brands a reçu des *tracker shares* de Goal, lui conférant des droits économiques et de gestion concernant les Marques FB à la Date d'Effet ;
- iv. Pernod Ricard et Goal se sont engagés à organiser la cession des Marques FB à Fortune Brands dans un délai de six mois à compter de la Date d'Effet (la "Période de Séparation"). La contrepartie à verser par Fortune Brands dans le cadre de ces cessions a été compensée par un montant équivalent à payer par des entités du Groupe pour l'acquisition ou le remboursement des *tracker shares* ; avant la fin de la Période de Séparation, toutes les *tracker shares* avaient été remboursées ou acquises pour un montant égal à leur valeur nominale d'environ 2,7 milliards de livres sterling.

Cession des actifs se rapportant aux Marques FB

Les Marques FB ont été cédées au groupe Fortune Brands au cours de la Période de Séparation en vertu des contrats suivants ("les Contrats de Cession Locaux") :

- i. un contrat de cession d'actions en date du 27 juillet 2005 (modifié le 26 janvier 2006) entre Allied Domecq Luxembourg Holdings S.A.R.L., Allied Domecq Spirits and Wine (Europe) B.V. et Fulham Acquisition Corp. portant sur l'intégralité du capital social émis d'Allied Domecq S.A.S. ;
- ii. un contrat de cession d'actions en date du 28 octobre 2005 entre PR Acquisitions IV Corp. et Fulham Acquisition Corp. portant sur l'intégralité du capital social émis de Maker's Mark Distillery, Inc ;
- iii. un contrat de cession d'actions en date du 16 novembre 2005 entre Allied Domecq Spirits & Wine Americas, Inc et Fulham Acquisition Corp. portant sur l'intégralité du capital social émis de Wine Alliance, Inc ;
- iv. un contrat de cession d'actions en date du 26 janvier 2006 entre Allied Domecq Spirits & Wine Limited, Allied Domecq Spirits & Wine (Europe) B.V., Jim Beam Brands UK Limited, Jim Beam Brands Distribution (UK) Limited, Jim Beam Brands UK (Holdings) Limited et Diskus Zweihundertvierzehnte Beteiligungs – Und Verwaltungs – GmbH portant sur certains actifs d'Allied Domecq Spirits & Wine Limited et d'Allied Domecq Spirits & Wine (Europe) B.V. ;
- v. un contrat de cession d'actions en date du 27 janvier 2006 entre Allied Domecq International Holdings B.V., Spain Alecq B.V. et Fortune Brands International Holdings Spain, S.L. portant sur le capital social d'Allied Domecq Espana, S.A. ;

- vi. un contrat de cession d'actions du 27 janvier 2006 entre Hiram Walker & Sons Limited et 2090981 Ontario Inc portant sur l'intégralité du capital social émis de 1666986 Ontario Inc (qui a ensuite fusionné avec 2090981 Ontario Inc pour former 1687318 Ontario Inc) ;
- vii. un contrat de cession d'actions en date du 27 janvier 2006 entre CC Sub 2 Corp. et Fulham Acquisition Corp. portant sur l'intégralité du capital social émis de CC Sub 1 Corp.

Ajustements de prix

Le prix payé par Fortune Brands pour chacune des Marques FB a été fixé par le Contrat Cadre sous réserve de divers ajustements de prix (les "Ajustements de prix") fondés sur :

- i. la différence entre la contribution directe estimée des Marques FB et la contribution directe effective de ces marques ;
- ii. la différence entre le besoin en fonds de roulement estimé et le besoin en fonds de roulement effectif à la Date d'Effet des filiales Allied Domecq qui ont été cédées à Fortune Brands ;
- iii. le montant de la dette nette à la Date d'Effet des filiales Allied Domecq ayant été cédées à Fortune Brands ;
- iv. la valeur des stocks à la Date d'Effet des filiales Allied Domecq ayant été cédées à Fortune Brands ;
- v. certains autres ajustements se rapportant à la période entre la Date d'Effet et la date de transfert des actifs concernés à Fortune Brands.

Ces ajustements ont été convenus entre Pernod Ricard et Fortune Brands dans le cadre de l'Accord de Règlement (le "Settlement Agreement") (dont les détails figurent ci-après). En raison de ces ajustements, la contrepartie versée pour les Marques FB était finalement supérieure à 2,7 milliards de livres sterling.

Le Contrat Cadre comprenait également diverses dispositions régissant les relations entre les parties concernant les actifs et passifs d'Allied Domecq et notamment :

- i. Pernod Ricard et Fortune Brands s'engagent à se fournir des services permettant d'assurer la transition afin que chacune assure la continuité d'exploitation pour la partie des activités d'Allied Domecq acquises. Ces services doivent être fournis sur une période de 24 mois à compter de la Date d'Effet (et limitée à 6 mois pour les activités de distribution des produits de l'autre partie) et chacune des parties s'assurera que les activités d'Allied Domecq ne nécessiteront plus ces services dans un délai raisonnable ;
- ii. le Contrat Cadre prévoit la répartition des actifs et passifs fiscaux entre les actifs Allied Domecq acquis par Fortune Brands et les actifs Allied Domecq conservés par Pernod Ricard ;
- iii. Pernod Ricard a maintenu en vigueur les régimes de retraite britanniques à prestations définies d'Allied Domecq et Fortune Brands a dû mettre en place un nouveau régime de retraite à prestations définies avant le 6 avril 2006.

Le 21 avril 2005, Pernod Ricard, Larios Pernod Ricard S.A. et Fortune Brands ont conclu un contrat de cession d'actifs (annexé au Contrat Cadre sous forme de modèle de contrat approuvé par les parties). Le contrat prévoyait l'acquisition par Fortune Brands des marques de vins et spiritueux de la gamme Larios de Pernod Ricard ainsi que des actifs s'y rapportant. Cette opération a été réalisée le 8 septembre 2005.

ACCORD DE COOPÉRATION CONCERNANT LA TRANSACTION ("TRANSACTION CO-OPERATION AGREEMENT")

Le 21 avril 2005, Pernod Ricard, Fortune Brands et Goal ont conclu un accord ("l'Accord de Coopération concernant la Transaction"), qui régissait les relations entre les parties entre la date de l'annonce de l'offre faite par Pernod Ricard sur Allied Domecq Plc et la Date d'Effet.

L'Accord de Coopération concernant la Transaction était principalement destiné à couvrir la période allant jusqu'à la Date d'Effet. En conséquence, de nombreuses dispositions de l'Accord de Coopération concernant la Transaction sont devenues sans objet à compter de cette date.

ACCORD DE RÈGLEMENT ("SETTLEMENT AGREEMENT")

Chacun des Contrats de Cession Locaux prévoyait le versement de certains montants après les dates respectives de réalisation des opérations en question. Certains paiements restaient à effectuer et certains ajustements de prix étaient nécessaires conformément au Contrat Cadre. Par conséquent, Pernod Ricard, Pernod Ricard Finance SA et Fortune Brands ont conclu un accord en date du 19 mai 2006 pour le règlement de tous ces paiements non encore effectués (le "Settlement Agreement"). En vertu de l'Accord de Règlement, Fortune Brands a versé à Pernod Ricard Finance SA un montant total de 134 millions de livres sterling le 23 mai 2006.

CONTRAT DE CRÉDIT 2005

En vertu d'un contrat de crédit ("le Contrat de Crédit") en date du 21 avril 2005 conclu par Pernod Ricard et sa filiale Goal Acquisitions (Holdings) Limited ("GA (H) L") en qualité d'emprunteurs et garants initiaux, JP Morgan Plc, Morgan Stanley Bank International Limited, BNP Paribas, The Royal Bank of Scotland Plc, et SG Corporate & Investment Banking en qualité de chefs de file mandatés, les établissements financiers énumérés dans le contrat agissant en qualité de prêteurs et BNP Paribas agissant en qualité d'agent, auquel certaines autres filiales de Pernod Ricard ont accédé en tant qu'emprunteurs supplémentaires et/ou garants, des facilités de crédit renouvelables ou à terme libellées en euros, en dollars américains ou en multidevises, ont été consenties dans les conditions suivantes :

- › Facilité A - une facilité à terme libellée en euros d'un montant de 1 250 000 000 d'euros au profit de Pernod Ricard ;
- › Facilité B - une facilité à terme libellée en euros d'un montant de 225 000 000 d'euros, et une facilité à terme libellée en dollars américains d'un montant de 1 185 000 000 de dollars américains au profit de n'importe quel emprunteur au titre du Contrat de Crédit ;
- › Facilité C - des facilités de crédit à terme comprenant :
 - › Facilité C1 - une facilité à 3 ans libellée en euros d'un montant de 760 000 000 d'euros, et une facilité à terme libellée en dollars américains d'un montant de 965 000 000 de dollars américains ; et
 - › Facilité C2 - une facilité à 5 ans libellée en euros d'un montant de 1 355 000 000 d'euros, et une facilité à terme libellée en dollars américains d'un montant de 1 740 000 000 de dollars américains, au profit de n'importe quel emprunteur au titre du contrat de crédit ;
- › Facilité D - une facilité renouvelable libellée en euros d'un montant de 1 000 000 000 d'euros, et une facilité renouvelable multidevises d'un montant de 750 000 000 d'euros au profit de n'importe quel emprunteur tel que défini dans le Contrat de Crédit ; et

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

- Facilité E - une facilité renouvelable multidevise de 1 000 000 000 d'euros qui a été ramenée à 750 000 000 d'euros et sera réduite à 500 000 000 d'euros en 2007 au profit de n'importe quel emprunteur tel que défini dans le Contrat de Crédit.

Les produits des Facilités A, B et C ont été utilisés (i) pour financer la contrepartie en numéraire payable aux termes de l'acquisition d'Allied Domecq ("l'Opération"), (ii) pour financer les coûts associés à l'Opération et certains autres éléments prédéfinis, et (iii) pour refinancer certaines dettes existantes de Pernod Ricard, d'Allied Domecq et de leurs filiales respectives.

Suite à la cession de DBI, la Facilité B a été remboursée en totalité en mars 2006.

Les produits de la Facilité D doivent être utilisés (i) comme des crédits de sûreté pour les programmes de billets de trésorerie de Pernod Ricard et d'Allied Domecq, (ii) pour refinancer ces programmes, et (iii) pour refinancer certaines dettes existantes de Pernod Ricard, d'Allied Domecq et de leurs filiales respectives.

Les produits de la Facilité E doivent être utilisés pour des besoins généraux des sociétés.

Le taux d'intérêt sur le tirage de toutes les facilités correspond au LIBOR en vigueur (ou, pour les prêts en euros, à l'EURIBOR), majoré d'une marge prédéterminée et de coûts obligatoires. Pour les facilités D et E, une commission d'engagement est payable pour les montants non tirés jusqu'au terme de la période de mise à disposition. Une commission de gestion est payable semestriellement à l'Agent.

Les engagements de chacun des emprunteurs aux termes du Contrat de Crédit sont conjointement et solidairement garantis par Pernod Ricard, GA (H) L et certains autres membres du Groupe.

Le Contrat de Crédit comporte les déclarations et garanties habituelles, ainsi que certaines clauses restrictives usuelles pour une facilité de crédit de cette nature, interdisant notamment à Pernod Ricard, à GA (H) L et à certains autres membres du Groupe (sous réserve de certaines exceptions et ce jusqu'à ce que certains critères soient satisfaits) (i) de donner des garanties sur leurs activités, leurs actifs et leurs engagements ; (ii) de modifier la nature générale des activités du Groupe ; (iii) de procéder à des fusions ou autres restructurations de leurs sociétés ; (iv) de céder des actifs ; (v) de consentir des prêts à des tiers ; (vi) de procéder à des acquisitions et des investissements ; et (vii) de contracter des emprunts supplémentaires.

Le Contrat de Crédit prévoit également certains cas de défaillance habituels pour des facilités de crédit de cette nature qui, s'ils survenaient, autoriseraient les prêteurs à solliciter le remboursement anticipé de tous les prêts en cours et à mettre fin à leurs engagements. À cet égard, un changement de contrôle de Pernod Ricard est considéré comme un cas de défaillance sous réserve du respect des notifications et délais d'usage. Au titre du Contrat de Crédit, un changement de contrôle est constitué si une société autre que la Société Paul Ricard et toute personne ou groupe de personnes physiques ou morales agissant de concert avec cette dernière (comme défini par l'article L.233-10 du Code de commerce) prend le contrôle de la société Pernod Ricard (au sens de l'article L.233-3 I et II du Code de commerce).

OBLIGATIONS PERNOD RICARD 2008 : OCEANE

En février 2002, Pernod Ricard a émis des obligations convertibles et/ou échangeables en actions Pernod Ricard nouvelles ou existantes ("les Obligations" ou "OCEANE"). Les principales conditions attachées à ces obligations étaient les suivantes :

- le nombre d'Obligations émises s'élevait à 4 567 757, et représentait une valeur nominale globale de 488 749 999 euros. La valeur nominale de chaque Obligation était fixée à 107 euros. Le prix d'émission représentait la valeur nominale des Obligations et devait être intégralement libéré à la date de règlement ;
- les Obligations portaient intérêts au taux annuel de 2,50 %, soit 2,675 euros par Obligation, payables à terme échu le 1^{er} janvier de chaque année. ;
- l'intégralité des Obligations devait être remboursée le 1^{er} janvier 2008 au prix de 119,95 euros par Obligation ;
- dans l'intervalle, les porteurs des Obligations pouvaient à n'importe quel moment solliciter la conversion et/ou l'échange des Obligations contre des actions Pernod Ricard selon le ratio de conversion/d'échange de 1,25 action pour une Obligation ;
- les Obligations étaient traitées pari passu avec l'ensemble des autres dettes non garanties et non subordonnées et les garanties de Pernod Ricard ;
- les Obligations comportaient notamment une clause de nantissement négative classique interdisant à Pernod Ricard d'accorder une garantie à d'autres porteurs d'Obligations existantes ou futures sans accorder au préalable ou simultanément une garantie et un rang similaires aux Obligations ;
- un remboursement anticipé était possible, à n'importe quel moment, au gré de Pernod Ricard (i) au moyen d'un rachat sur le marché ou de gré à gré, ou par le biais d'une offre publique, (ii) à un prix de remboursement anticipé qui garantissait au souscripteur initial un rendement équivalent à celui qu'il eût obtenu à l'échéance si moins de 10 % des Obligations émises restaient en circulation, ou (iii) sur exercice de l'option de remboursement anticipé par Pernod Ricard ("l'option de remboursement anticipé") prévue par les termes et conditions des Obligations approuvés par les porteurs des Obligations lors de la réunion du 21 juillet 2005, en contrepartie du versement par Pernod Ricard d'un montant supplémentaire de 3,53 euros par Obligation.

Le 28 juillet 2005, Pernod Ricard avait annoncé sa décision de rembourser toutes les Obligations en circulation le 20 septembre 2005.

À la suite de cette annonce, et en vertu des termes et conditions attachés aux Obligations, la majeure partie des porteurs des Obligations a exercé ses droits de conversion/d'échange, selon un ratio d'échange de 1,25 action Pernod Ricard pour une Obligation. À ce titre, lesdits porteurs ont perçu une prime de conversion de 4,50 euros par Obligation, payée lors de la livraison des actions.

Le 20 septembre 2005, Pernod Ricard a procédé au remboursement des Obligations qui restaient alors en circulation : les porteurs d'Obligations qui n'avaient pas exercé leurs droits de conversion/d'échange ont été remboursés à un prix de remboursement anticipé de 114,52 euros par Obligation, et ils ont également perçu un montant de 1,92014 euro par Obligation au titre des intérêts courus entre le 1^{er} janvier et le 19 septembre 2005, ce qui représentait un taux de rendement actuariel brut de 4,35 % (taux identique au taux de rendement actuariel brut initial).

ACCORD POUR UNE FACILITÉ DE CRÉDIT RENOUVELABLE DE 1 400 000 000 D'EUROS

Un contrat de crédit renouvelable avait été conclu le 28 juillet 2004 entre (a) Pernod Ricard, les Établissements Vinicoles Champenois SA, Chivas Brothers (Holdings) Ltd et Austin Nichols and Co, Inc, en tant qu'emprunteurs et (b) Calyon, en tant qu'agent, BNP Paribas, Calyon, JP Morgan Plc et Société Générale, les principaux organisateurs mandatés, et un certain nombre d'institutions financières, sous le nom de prêteurs.

En accord avec les termes définis dans le contrat de crédit, les prêteurs avaient mis à la disposition des emprunteurs, une facilité de crédit renouvelable en devises multiples, équivalent, dans son ensemble, à la somme de 1 400 000 000 d'euros. D'autres sociétés appartenant au Groupe pouvaient également devenir emprunteurs (et parmi elles, Pernod Ricard Finance SA).

Le contrat de crédit autorisait le financement de tout type d'opérations par Pernod Ricard. Il s'étendait sur 5 ans. Les prêts étaient disponibles en euros, en yen, en dollars américains ou dans toute autre monnaie facilement disponible et aisément convertible en euros.

Le contrat de crédit était régi par le droit français ; il a fait l'objet d'un remboursement anticipé et a pris fin lorsque le Contrat de Crédit 2005 (cité ci-dessus) a été signé.

CONTRAT DE CESSIION À DIAGEO DE "THE OLD BUSHMILLS DISTILLERY COMPANY LIMITED"

Le 6 juin 2005, Pernod Ricard et Diageo Plc ("Diageo") ont conclu un contrat en vertu duquel Pernod Ricard s'est engagé à céder à Diageo l'intégralité du capital social émis de "The Old Bushmills Distillery Company Limited" ("OBD"). OBD détenait en propre une distillerie, des stocks et des immobilisations incorporelles, à savoir les marques "Bushmills", "Blackbush", "Bushmills Malt" et "Bushmills Cream". Les sociétés Dillons Bass, Edward Dillon (Bonders), Coleraine Distillery et Elliot Superfoods, toutes filiales d'OBD, ont été conservées par Pernod Ricard. Par ailleurs, certaines immobilisations incorporelles ne se rapportant pas à l'exploitation des marques cédées ont été conservées par Irish Distillers Group, une filiale de Pernod Ricard. La réalisation en vertu du contrat de cession a eu lieu le 25 août 2005. Le montant de la contrepartie versée s'élevait à 295 millions d'euros.

OPTION D'ACHAT DES ACTIVITÉS DE VINS MONTANA CONSENTIE À DIAGEO

Le 6 juin 2005, Pernod Ricard et Diageo ont conclu un contrat en vertu duquel Pernod Ricard a consenti à Diageo une option d'achat des activités de vins Montana d'Allied Domecq (qui seraient contrôlées par Pernod Ricard à la Date d'Effet, à l'exception des trois marques suivantes : "Corbans", "Stoneleigh" et "Church Road" – ainsi que les actifs s'y rapportant – lesquelles seraient conservées par Pernod Ricard). Diageo a notifié à Pernod Ricard le 19 octobre 2005 sa décision de ne pas exercer cette option, laquelle est ainsi devenue caduque.

STOLICHNAYA

Le 15 novembre 2000, les filiales Allied Domecq International Holdings B.V. et Allied Domecq Spirits & Wine USA Inc ont conclu un Contrat de Cession de Marques, de Fourniture et de Distribution avec Spirits International NV et S.P.I. Spirits (Cyprus) Ltd, ci-après désignés conjointement "SPI Spirits". En vertu de ce contrat, SPI Spirits a désigné Allied Domecq Spirits & Wine USA Inc comme

distributeur exclusif aux États-Unis de ses différents produits vodka, distribués sous les marques "Stolichnaya", "Stoli" et "Priviet". Les sociétés du groupe Allied Domecq se sont engagées à acheter un nombre minimum de caisses pendant la durée du contrat et à faire un investissement important en ce qui concerne la commercialisation, la vente et la distribution des produits vodka de SPI Spirits. Le 24 novembre 2004, le groupe Allied Domecq a conclu des contrats avec SPI Spirits visant à confier au groupe Allied Domecq la commercialisation et la distribution du portefeuille de marques de vodka "Stolichnaya" sur des marchés de l'Union européenne, en Amérique latine, dans la région Asie-Pacifique et en Afrique.

Un nouveau contrat a été signé le 21 septembre 2005 entre Allied Domecq International Holdings BV, Allied Domecq Spirits & Wine USA Inc, Spirits International NV, SPI Spirits (Cyprus) Limited et Pernod Ricard. Ce nouveau contrat, en contrepartie d'un paiement de 125 millions de dollars américains de Pernod Ricard à SPI Spirits, comporte les éléments suivants :

- ▶ Pernod Ricard se voit attribuer les droits de distribution exclusifs de "Stolichnaya" (dans les territoires où SPI Spirits possède ces droits) et d'autres marques du portefeuille de SPI Spirits. Cela correspond à la sécurisation des droits détenus précédemment par Allied Domecq et qui étaient menacés par des clauses de changement de contrôle dans les anciens contrats entre Allied Domecq et SPI Spirits ;
- ▶ Pernod Ricard et SPI Spirits sont convenus d'entamer des discussions pour une éventuelle acquisition de la marque par Pernod Ricard, si SPI Spirits décide à l'avenir de céder cette marque. Pernod Ricard bénéficie d'une période d'exclusivité pour discuter avec SPI Spirits d'une possible acquisition de la marque ou toute autre forme de partenariat de long terme. Une part significative du paiement effectué serait déduite de l'éventuel prix d'acquisition de la marque ;
- ▶ Pernod Ricard a un droit de préemption, concernant aussi bien le renouvellement des droits de distribution à l'issue des contrats actuels, que l'acquisition du contrat Stolichnaya, au cas où SPI Spirits déciderait de vendre la marque.

La durée de validité de ce nouveau contrat est calée sur celle des contrats existants entre SPI Spirits et Allied Domecq, c'est-à-dire pour une période allant jusqu'au 31 décembre 2010.

JINRO

Le 15 février 2000, Jinro Ballantine's Company Ltd a été créée en Corée du Sud. Le capital social de cette dernière est détenu à hauteur de 70 % par Allied Domecq (Holdings) Limited ("Allied Domecq") et 30 % par Jinro Limited, l'un des plus grands producteurs et distributeurs de spiritueux en Corée du Sud. Par ailleurs, Allied Domecq a acquis une participation de 70 % dans Jinro Ballantine's Import Company Ltd, détenue à hauteur de 30 % par Korea Wines and Spirits Company Ltd. La valeur totale de la participation d'Allied Domecq à hauteur de 70 % dans ces deux sociétés s'élevait à 103 millions de livres sterling. La première de ces deux sociétés mettait en bouteille et distribuait la marque "Imperial Whisky" tandis que la seconde importait et distribuait des marques du portefeuille international d'alcools bruns d'Allied Domecq. Par ailleurs, les droits de distribution de spiritueux, hors alcools bruns, ont été transférés à Jinro Ballantine's Import Company Ltd en avril 2004. En avril - mai 2003, Jinro Limited a fait l'objet d'une procédure de redressement judiciaire. Jinro Limited n'ayant pas réussi à redresser sa situation dans les 180 jours, Allied Domecq lui a adressé une notification de résiliation du contrat de joint-venture. L'affaire est actuellement pendante en appel devant la Cour Suprême de Corée.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

SUNTORY

En 1988, Allied Domecq a conclu une série d'accords avec Suntory Ltd, l'une des plus grandes sociétés de production et de distribution de spiritueux au Japon. Une des dispositions de ces accords portait sur la création d'une société de joint-venture au Japon dénommée Suntory Allied Ltd, dont Allied Domecq détient 49,99 % du capital et des droits de vote et, dont Suntory Ltd détient 50,01 % du capital et des droits de vote. Les droits exclusifs de distribution de certaines marques d'Allied Domecq au Japon ont été attribués à Suntory Allied Ltd jusqu'au 31 mars 2029.

Suntory Allied Ltd est gérée conjointement par Pernod Ricard, venant aux droits et obligations d'Allied Domecq, et Suntory Ltd.

TRANSACTION GLOBALE AVEC CORBY DISTILLERIES LTD

En mars 2006, Pernod Ricard et Corby Distilleries Ltd ("Corby") ont signé un protocole d'accord (le "Protocole") concernant la distribution des marques du Groupe, la fabrication des propres produits de Corby, et l'échange de certains actifs. Pernod Ricard détient 46 % du capital de Corby. La transaction a été finalisée le 29 septembre 2006, du fait notamment des nombreuses réorganisations internes en découlant.

Le Protocole prévoit que Corby acquière le droit de distribution exclusif des produits du Groupe au Canada pour une durée de 15 ans. Corby doit également acquérir les droits internationaux (les droits sur la marque au Canada étant déjà la propriété de Corby) attachés au rhum "Lamb's" ainsi que les droits portant sur la marque "Seagram Coolers" pour le Canada. Corby s'est engagé à financer le coût de ces acquisitions, principalement par la cession à Pernod Ricard des 45 % du capital qu'elle détient dans les deux sociétés (par ailleurs détenues à hauteur de 55 % du capital par Pernod Ricard) propriétaires des droits portant sur la marque Tia Maria. De plus, Corby et Pernod Ricard ont prévu que les produits de Corby continueraient à être fabriqués par l'usine du Groupe située à Walkerville, Ontario, pour 15 ans (initialement 10 ans avec une extension éventuelle de 5 ans). Corby sera mandatée par Pernod Ricard pour gérer l'usine de Walkerville.

Toutes les opérations décrites ci-dessus et prévues par le Protocole ont fait l'objet de contrats spécifiques standards. Ces contrats ont été signés le jour de la finalisation de la transaction, soit le 29 septembre 2006.

CESSION DE BRITVIC PLC

Le 9 décembre 2005, Pernod Ricard s'est engagé à céder environ 51 millions d'actions de Britvic Plc acquises dans le cadre du rachat d'Allied Domecq en prévision de l'introduction de cette société sur le marché principal de la Bourse de Londres (the Main Market of the London Stock Exchange) le 14 décembre 2005.

La fixation du prix de l'action à 230 pence a garanti des revenus bruts d'environ 117,3 millions de livres sterling. Préalablement à la cession, Pernod Ricard a reçu fin novembre 2005 une distribution exceptionnelle de dividendes relative à ses actions Britvic s'élevant à 23,4 millions de livres sterling. En conséquence, Pernod Ricard a reçu un montant global de près de 210 millions d'euros.

CONTRAT DE CESSION DES ACTIFS ET DES ACTIONS DE GLEN GRANT À CAMPARI

Le 22 décembre 2005, Chivas Brothers Ltd ("Chivas Brothers") et PR Newco 2 Ltd ("PR 2"), Dunwilco (1290) Ltd (devenue Glen Grant Distillery Company Ltd) et Davide Campari-Milano S.p.A. ("Campari") ont conclu un contrat de cession d'actifs et d'actions (modifié par un avenant en date du 15 mars 2006). En vertu de ce contrat, Chivas Brothers s'est engagé à céder à Campari les actifs relatifs à la marque "Glen Grant" et PR 2 s'est engagé à lui céder la totalité du capital social émis de Glen Grant Whisky Company Ltd. Cette cession a été réalisée le 15 mars 2006.

Le prix convenu des actions a été divisé en deux contreparties, l'une en euros et l'autre en livres sterling, s'élevant respectivement à 110 millions d'euros et à 3,2 millions de livres sterling.

CONTRATS DE CESSION DES ACTIONS D'OLD SMUGGLER ET DE BRAEMAR À CAMPARI

Le 22 décembre 2005, Allied Domecq Spirits & Wines Ltd ("ADSW") a conclu deux contrats concernant la cession des marques "Old Smuggler" et "Braemar", avec Dunwilco (1291) Ltd (devenue Old Smuggler Whisky Company Ltd) et Davide Campari-Milano S.p.A. ("Campari"). L'un des contrats porte sur les marques en Argentine et l'autre porte sur le reste du monde.

En vertu de ces contrats, ADSW s'est engagé à céder les actifs concernant Old Smuggler et Braemar à Campari. La cession a été réalisée le 15 mars 2006 (à l'exception d'Old Smuggler en Argentine, en attente de l'approbation des autorités anti-concurrence).

Le montant initial à verser dans le cadre du contrat hors Argentine s'élevait à environ 9,7 millions de livres sterling et à environ 0,8 million d'euros hors stocks dans le cadre du contrat relatif à l'Argentine.

ZUBROWKA

Pernod Ricard a négocié le renouvellement du contrat de distribution de la vodka polonaise "Zubrowka" avec "Central European Distribution Corporation" ("CEDC"), le nouveau propriétaire de Polmos Bialystok SA.

Le nouveau contrat, conclu le 27 juin 2006, est entré en vigueur le 1^{er} juillet 2006 pour une durée initiale de 10 années. Il couvre désormais plus de 70 pays (au lieu de 20 dans l'accord précédent) dont notamment la France, premier marché export de la marque, l'Espagne, l'Afrique du Sud et l'Irlande. Restent principalement exclus du présent contrat : la Pologne, les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

CESSION DE DBI

Le 12 décembre 2005, Allied Domecq North America Corp., Allied Domecq Canada Ltd et Pernod Ricard (les "Vendeurs") ont signé un contrat de cession d'actions (le "Contrat") avec Dunkin'Brands Group Holdings, Inc et Dunkin'Brands Acquisition, Inc (les "Acquéreurs"). Les Acquéreurs sont des sociétés constituées par des fonds d'investissement américains (Bain Capital Fund VIII, L.P., Carlyle Partners IV, L.P. et Thomas H. Lee Equity Fund V, L.P.), dans le but d'acquérir la société Dunkin Brands Inc ("DBI"), une filiale de Pernod Ricard.

Les Acquéreurs se sont engagés à acquérir la totalité du capital de DBI pour un prix d'environ 2,4 milliards de dollars américains. Les Vendeurs ont, par le biais du Contrat, fait un certain nombre de déclarations et donné certaines garanties au bénéfice des Acquéreurs, lesdites déclarations et garanties expirant généralement au jour de la cession effective du capital de DBI aux Acquéreurs. Certaines déclarations et garanties très spécifiques resteront néanmoins valables de façon indéfinie. De plus, les Vendeurs ont accepté de garantir tout passif fiscal résultant de la période antérieure à la réalisation de l'opération. La cession a été définitivement réalisée le 1^{er} mars 2006.

Risques industriels et environnementaux

La politique industrielle et environnementale de Pernod Ricard vise notamment à maîtriser ses risques majeurs qui sont :

- › le risque d'incendie ou plus rarement d'explosion lié au stockage et à la manipulation de produits spiritueux inflammables. Ce risque est particulièrement présent dans les sites comportant des chais de vieillissement compte tenu des volumes stockés. Parmi ces sites, 8 sont classés SEVESO "seuil haut" en raison des volumes d'alcool en vieillissement stockés (volumes supérieurs à 50 000 tonnes) : 1 en Irlande et 7 en Écosse. Dans ces chais, le risque d'explosion est très faible du fait du stockage de l'alcool en faibles contenants (fûts de chêne de capacité variant de 200 à 500 litres, en atmosphère confinée) ;
- › les conséquences éventuelles d'un incendie sur l'activité du site touché (risque de perte d'exploitation) ou sur son environnement (effet "domino", pollution des sols, etc.) ;
- › le risque de contamination produit. Soucieux de proposer à ses consommateurs des produits d'une qualité irréprochable, le Groupe porte notamment une attention particulière à la prévention du risque d'intrusion de corps étranger solide, tel qu'un débris de verre, dans ses bouteilles ;
- › le risque de pollution des sols ou des nappes phréatiques par épandage accidentel.

Cette politique de maîtrise des risques consiste en :

- › **L'amélioration continue de la protection incendie des sites**
Un Risk Manager Technique, rattaché à la Direction QSE du Groupe, coordonne un programme annuel de visites d'ingénierie effectuées par nos assureurs et effectuées des visites techniques complémentaires avec le courtier.
Les sites de plus de 50 millions d'euros font l'objet d'un suivi annuel. Les autres sites font l'objet d'une visite au moins tous les 3 ans.
L'ensemble de la politique de prévention et de maîtrise des risques du Groupe a été étendu aux sites Allied Domecq repris. À cet effet, à fin 2006, tous les nouveaux sites significatifs auront fait l'objet d'une visite et d'une évaluation.

Ces visites d'ingénierie sont basées notamment sur l'analyse et l'identification des risques dommages liés à notre activité et débouchent sur une cotation du risque (risk ranking) et une liste de recommandations.

Un plan d'amélioration est établi pour chaque site sur la base de ces recommandations hiérarchisées en fonction de leur priorité et comprend :

- › des actions de prévention et des programmes de sensibilisation aux meilleures mesures de protection ; par exemple, la thermographie infrarouge (repérage par caméra d'une surchauffe anormale dans un circuit électrique), peu utilisée il y a 3 ans, a fait l'objet d'une campagne de sensibilisation. Cette technique de prévention, très efficace et peu coûteuse est aujourd'hui utilisée par la majorité des sites ;
- › des investissements en protection avec la mise en place d'installation d'extinction automatique (sprinklers, gaz) ou la remise à niveau d'installations existantes. Le site de Lignères a, par exemple, fait l'objet de la création d'une nouvelle salle d'embouteillage protégée conformément aux normes édictées par les assureurs ;
- › la mise en place de plans d'urgence testés régulièrement afin de réagir en cas de sinistre.

Le Risk Manager Technique conseille et assiste les filiales pour la réalisation des plans d'amélioration. Il assure, en particulier via un site intranet dédié, la diffusion de guides de bonnes pratiques ciblés (thermographie infrarouge, permis de feu, équipes de première intervention, etc.).

Les nouveaux projets (création ou extension de site) font l'objet d'une concertation avec nos assureurs pour les doter dès l'origine de moyens de protection performants.

- › **La réduction du risque de perte d'exploitation**

D'une manière générale, la répartition de nos activités dans plus de 100 sites industriels, ainsi que les délais inhérents au circuit de distribution du Groupe tendent à réduire ce risque. Cependant, une étude est en cours afin d'actualiser, et si besoin est d'améliorer les possibilités de sauvegarde de nos marques stratégiques.

- › **La garantie de la qualité des produits**

Deux guides de bonnes pratiques dédiés aux risques de contamination produits, en particulier par des particules de verre, ont été publiés en 2004 et 2006. Leur application est évaluée dans le cadre des audits croisés organisés par la Direction QSE. Avec l'aide de notre assureur, un consultant spécialisé assiste les filiales pour tester et améliorer leurs procédures de rappel produit. À cet effet, 11 jours de formation ont été dispensés en 2005 et 17 jours ont été planifiés en 2006.

- › **La prévention du risque de pollution**

Le Groupe est assuré également contre les risques environnementaux pouvant toucher des tierces parties et a mis en place des plans d'actions visant à prévenir ces risques. La réduction du risque d'épandage accidentel ou conséquence d'un incendie a notamment fait l'objet d'un groupe de travail qui a développé un guide de bonnes pratiques. Pour l'année 2005/2006 et en l'absence d'indemnités ou d'amendes payées sur l'exercice pour réparation de dommages environnementaux, les dépenses engagées pour réduire les risques et prévenir les conséquences dommageables pour l'environnement ont atteint 5 millions d'euros.

Dans le cadre de la mise en conformité des sites industriels et en l'absence de litiges en cours, le Groupe a constitué des provisions pour un montant global de 30,8 millions d'euros.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

→ **Rapport de gestion**

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Assurances et couvertures des risques

Le recours à l'assurance est pour Pernod Ricard une solution de transfert financier des risques majeurs auxquels il est confronté. Ce transfert s'accompagne d'une politique de prévention aux fins d'une réduction maximum de l'aléa. Le Groupe suit avec soin l'appréciation de ses risques afin d'ajuster au mieux le niveau de couverture aux risques encourus.

Le Groupe dispose de deux types de couvertures : d'une part, des programmes d'assurance Groupe et d'autre part, des polices souscrites localement. Les programmes au niveau du Groupe sont suivis par un responsable assurance, qui coordonne la politique d'assurance et la gestion des risques, et par un responsable du suivi de la prévention des risques.

Assurances souscrites

Pour la couverture des principaux risques, Pernod Ricard a mis en place des programmes d'assurance internationaux auxquels adhèrent toutes les filiales du Groupe sauf exception du fait de contraintes réglementaires inhérentes au pays ou de conditions plus intéressantes offertes par le marché local. Ces programmes regroupent les couvertures suivantes :

- › dommages aux biens et pertes d'exploitation consécutives ;
- › responsabilités civiles exploitation/produits ;
- › responsabilité civile des mandataires sociaux ;
- › frais et pertes du Groupe du fait d'une contamination accidentelle et/ou criminelle ;
- › dommages en cours de transport (et séjour) ;
- › assurance-crédit pour la couverture des créances clients.

Certaines filiales ont contracté des assurances complémentaires pour répondre à des besoins ponctuels (exemples : assurance des vignobles en Argentine et en Australie, assurance des flottes automobiles, etc.).

Les programmes d'assurance d'Allied Domecq souscrits en Angleterre ont expiré le 31 août 2005. À cette date, toutes les sociétés d'Allied Domecq ont été intégrées dans les programmes d'assurances de Pernod Ricard qui ont été adaptés aux caractéristiques des activités reprises.

Capacité du Groupe à couvrir sa responsabilité civile vis-à-vis des biens et des personnes du fait de l'exploitation de ses installations

La couverture du programme Responsabilité civile du Groupe a été portée à effet du 1^{er} septembre 2005 de 75 millions d'euros à 220 millions d'euros pour l'ensemble des dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs que les sociétés du Groupe peuvent causer à des tiers. La couverture globale comporte aussi une couverture pour les risques d'atteinte accidentelle à l'environnement à hauteur de 22,5 millions d'euros (7,6 millions d'euros pour les sociétés nord-américaines) et une couverture "frais de retrait de produits" à hauteur de 6,1 millions d'euros.

Moyens prévus par le Groupe pour assurer la gestion de l'indemnisation des victimes en cas d'accident technologique engageant sa responsabilité

Dans l'hypothèse d'un accident technologique engageant la responsabilité de Pernod Ricard ou d'une société du Groupe, ce ou ces derniers s'appuieront sur leurs courtiers et leurs assureurs qui constitueront notamment une cellule de crise associant l'ensemble des prestataires nécessaires. Tous ces intervenants ont l'expérience et les moyens requis pour gérer des situations exceptionnelles.

Couvertures

Type d'assurance	Garanties et plafonds des principales polices souscrites ⁽¹⁾
Dommages aux biens et pertes d'exploitation	<p>Garanties : tous risques (sauf exclusion)</p> <p>Base d'indemnisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> › valeur à neuf pour les biens mobiliers et immobiliers, sauf pour certaines filiales qui ont choisi, de façon exceptionnelle, avec l'accord contractuel des assureurs, une autre base d'indemnisation ; › prix de revient pour les stocks, sauf pour certains stocks en maturation assurés en prix de revient ou à la valeur nette comptable plus un forfait de marge (sur mesure selon les sociétés) ; › perte d'exploitation avec une période d'indemnisation comprise entre 12 et 24 mois selon les sociétés. <p>Limite d'indemnisation :</p> <p>Limite générale de 360 millions d'euros sur 9 sites principaux et 150 millions d'euros sur les autres. Par ailleurs, une captive d'assurance prend en charge les sinistres à hauteur de 0,8 million d'euros par sinistre avec un engagement maximum de 4 millions d'euros par an.</p>
Responsabilité civile générale (exploitation et produits)	Couverture tous risques (sauf exclusion) pour les dommages causés aux tiers à hauteur de 220 millions d'euros par année d'assurance. Les frais de retrait et pertes d'exploitation liés à une contamination accidentelle ou criminelle font l'objet d'un plafond d'indemnisation spécifique de 6 millions d'euros.
Contamination de produit	Garantie souscrite pour les frais de retrait, la perte d'exploitation et les frais de réhabilitation d'image de Pernod Ricard consécutifs à la contamination de produits livrés. Première garantie au titre de la police Responsabilité civile pour 6 millions d'euros. Garantie complémentaire par contrat séparé de 10 millions d'euros en contamination accidentelle et 40 millions d'euros en contamination criminelle.
Responsabilité civile des mandataires sociaux	Couverture à hauteur de 125 millions d'euros par année d'assurance.
Transport	Couverture à hauteur de 7,5 millions d'euros par sinistre.
Crédit	Garantie de 30 millions d'euros couvrant principalement les filiales françaises du Groupe et les filiales de Pernod Ricard Europe.
Fraude	Souscription au 1 ^{er} septembre 2005 d'une couverture contre les actes de fraude. Montant assuré pour toutes les sociétés du Groupe de 35 millions d'euros par année.

(1) Les chiffres indiqués sont les limites principales. Les différents contrats comportent des limites spécifiques pour certaines garanties.

Évolution des budgets d'assurance (programmes Groupe hors assurances collectives)

En millions d'euros	2003	2004	2004/2005 18 mois	2004/2005 12 mois	2005/2006
Primes hors taxes et surprimes obligatoires					
Programmes Groupe hors assurances collectives	10,5	10,7	15,7	10,4	15,7

L'augmentation de la prime entre l'exercice 2005/2006 et la même période de 12 mois 2004/2005 est liée à l'incorporation des activités d'Allied Domecq.

Rapport financier

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Comptes consolidés

→ 171 Comptes consolidés

171 Compte de résultat consolidé

172 Bilan consolidé

174 Tableau de variation des capitaux propres

175 Tableau des flux de trésorerie consolidé

176 Annexe aux comptes consolidés**220 Rapport des Commissaires aux Comptes
sur les comptes consolidés**

Comptes consolidés

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

En millions d'euros	Notes	30.06.06	30.06.05 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires		6 066	3 611
Coûts des ventes		(2 488)	(1 455)
Marge brute		3 578	2 156
Frais publi-promotionnels et de distribution		(1 248)	(743)
Contribution après frais publi-promotionnels		2 330	1 413
Frais commerciaux et généraux		(1 075)	(685)
Résultat opérationnel courant		1 255	729
Autres produits et charges opérationnels	5	(126)	16
Résultat opérationnel		1 129	745
Résultat financier	4	(410)	(88)
Impôt sur les bénéfices	6	(108)	(163)
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence		2	-
Résultat net des activités poursuivies		613	493
Résultat net des activités abandonnées		57	-
Résultat net		670	493
Dont :			
Part des minoritaires		31	9
Part du Groupe		639	484
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	7	7,53	7,55
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	7	7,29	6,81
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies (hors activités abandonnées) par action de base (en euros)	7	6,86	7,55
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies (hors activités abandonnées) par action dilué (en euros)	7	6,64	6,81

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

BILAN CONSOLIDÉ

Actif

En millions d'euros	Notes	30.06.2006	30.06.2005 ⁽¹⁾
En valeur nettes			
Actifs non courants			
Immobilisations incorporelles	8	8 028	1 993
<i>Goodwill</i>	8	3 527	217
Immobilisations corporelles	9	1 637	853
Actifs biologiques		53	19
Actifs financiers non courants	10	142	74
Titres mis en équivalence		10	5
Actifs d'impôt différé	6	821	354
Actifs non courants		14 218	3 515
Actifs courants			
Stocks et en-cours	11	3 327	2 179
Créances d'exploitation	12	1 390	855
Autres créances		294	323
Instruments dérivés courants		84	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	447	135
Actifs courants		5 542	3 492
Total actifs		19 760	7 007

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

Passif

En millions d'euros	Notes	30.06.2006	30.06.2005 ⁽¹⁾
Capitaux propres			
Capital		292	219
Primes d'émission		2 539	38
Réserves et écarts de conversion		2 230	1 789
Résultat net part du Groupe		639	484
Capitaux propres Groupe		5 700	2 530
Intérêts minoritaires			
dont résultat attribuable aux intérêts minoritaires		31	9
Total capitaux propres		5 872	2 565
Passifs non courants			
Provisions non courantes	13	707	186
Provisions pour engagements de retraite et assimilés	13	1 009	181
Passifs d'impôt différé	6	2 264	551
Emprunt obligataire	14	1 705	502
Instruments dérivés non courants	14	58	-
Autres passifs financiers non courants	14	4 534	507
Total passifs non courants		10 277	1 927
Passifs courants			
Provisions courantes	13	458	121
Dettes d'exploitation	17	2 526	934
Autres dettes d'exploitation		127	177
Autres passifs financiers courants	15	500	1 270
Instruments dérivés courants			13
Total passifs courants		3 610	2 515
Total passifs et capitaux propres		19 760	7 007

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

En millions d'euros	Capital	Primes	Réserves consolidées	Résultat de l'exercice	Variations de juste valeur	Écarts de conversion	Actions d'auto-contrôle	Capitaux propres - Part Groupe	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
Situation clôture 01.07.2004	219	38	2 175	169		(176)	(147)	2 278	29	2 307
Passage du résultat en réserves			169	(169)				-		-
Résultat consolidé de l'exercice				484				484	9	493
Variations des écarts de conversion						38		38		38
Impact des stock-options			14					14		14
Juste valeur des couvertures de flux de trésorerie					(9)			(9)		(9)
Variations de résultat reconnues directement en fonds propres			183	315	(9)	38		527	9	536
Acquisition/Cession de titres autodétenus							(143)	(143)		(143)
Distribution effectuée par l'entreprise consolidante			(137)					(137)	(3)	(140)
Autres mouvements			5					5		5
Situation clôture 30.06.2005 ⁽¹⁾	219	38	2 226	484	(9)	(138)	(290)	2 530	35	2 565
Passage du résultat en réserves			484	(484)				-		-
Résultat consolidé de l'exercice				639				639	31	670
Écarts de conversion						2		2		2
Impact des stock-options			21					21		21
Juste valeur des couvertures de flux de trésorerie					62			62		62
Variations de résultat reconnues directement en fonds propres			505	155	62	2		724	31	755
Augmentation de capital	73	2 501	(27)					2 548		2 548
Acquisition de titres d'auto-contrôle							(20)	(20)		(20)
Distribution effectuée par l'entreprise consolidante			(92)					(92)	(21)	(113)
Entrée de périmètre									127	127
Autres mouvements			10					10		10
Situation clôture 30.06.2006	292	2 539	2 622	639	53	(136)	(309)	5 700	172	5 872

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Trésorerie provenant des opérations d'exploitation		
Résultat net part du Groupe	639	484
Intérêts minoritaires	31	9
Résultat des sociétés mises en équivalence, net des dividendes reçus	(2)	-
(Produits) charges financiers	410	88
(Produits) charges d'impôt	108	163
Résultat des activités abandonnées	(57)	-
Amortissements d'immobilisations	148	101
Variation nette des provisions	(7)	(38)
Variation nette des pertes de valeur sur goodwill et immobilisations incorporelles	23	15
Variation de juste valeur des dérivés commerciaux	(3)	5
Ajustement de juste valeur sur les actifs biologiques	2	1
Résultat des cessions d'actifs	(325)	(52)
Impact des stock-options	21	14
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	238	(23)
Intérêts financiers versés nets	(337)	(86)
Impôts versés	(175)	(183)
Variation nette de la trésorerie opérationnelle	713	498
Trésorerie provenant des opérations d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations non financières	(338)	(154)
Cessions d'immobilisations non financières	301	57
Acquisitions d'immobilisations financières	(9 123)	(145)
Cessions d'immobilisations financières	6 487	102
Variation nette de la trésorerie d'investissement	(2 674)	(140)
Trésorerie provenant des opérations de financement		
Dividendes versés	(113)	(140)
Autres variations des capitaux propres	24	(7)
Souscription d'emprunts	8 277	-
Remboursement d'emprunts	(5 904)	(89)
(Acquisition)/Cession de titres d'auto-contrôle	(20)	(143)
Variation nette de la trésorerie de financement	2 265	(379)
Augmentation (diminution) de la trésorerie (avant effet devises)	305	(21)
Incidence des écarts de conversion	7	(6)
Augmentation (diminution) de la trésorerie (après effet devises)	312	(27)
Trésorerie nette à l'ouverture de l'exercice	135	162
Trésorerie nette à la clôture de l'exercice	447	135

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Annexe aux comptes consolidés

Pernod Ricard est une société anonyme de droit français, soumise à l'ensemble des textes régissant les sociétés commerciales en France, et en particulier aux dispositions du Code de commerce. Elle a son siège au 12, place des États-Unis à Paris 16^{ème} et est cotée à la Bourse de Paris. Les états financiers consolidés reflètent la situation comptable de Pernod Ricard et de ses filiales (le "Groupe"). Ils sont présentés en euros arrondis au million le plus proche.

Le Conseil d'Administration a arrêté les états financiers consolidés au 30 juin 2006, le 20 septembre 2006. Ces comptes ne seront définitifs qu'après leur approbation par l'Assemblée Générale des actionnaires prévue le 7 novembre 2006.

NOTE 1 – PRINCIPES ET MÉTHODES COMPTABLES

1. Principes de préparation des comptes annuels et référentiel comptable

Du fait de sa cotation dans un pays de l'Union Européenne et conformément aux règlements CE 1606/2002 et 1725/2003, les comptes consolidés du Groupe Pernod Ricard ci-après dénommé "le Groupe" au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006 ont été établis conformément aux normes IFRS (International Financial Reporting Standards) tels qu'adoptées dans l'Union Européenne. Ces normes comprennent les normes approuvées par l'International Accounting Standards Board (IASB), c'est-à-dire les normes IFRS, les IAS (International Accounting Standards) et leurs interprétations émanant de l'International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) ou de l'ancien Standing Interpretations Committee (SIC).

Afin de publier une information comparative, le bilan d'ouverture au 1^{er} juillet 2004 est présenté conformément aux dispositions de la norme IFRS 1 (première adoption des IFRS). Conformément à la norme IFRS 1, les effets du passage au référentiel IFRS sont rappelés en note 24.

2. Options de première application des normes IFRS

Le Groupe a appliqué, de façon rétrospective, sur son bilan d'ouverture au 1^{er} juillet 2004, les règles spécifiques telles que prévues par l'IFRS 1. Dans ce cadre, les options retenues par le Groupe sont les suivantes :

- › Regroupement d'entreprises : les regroupements d'entreprises antérieurs à la date de transition (soit le 1^{er} juillet 2004) n'ont pas été retraités.
- › Écarts de conversion : le Groupe a retenu l'option offerte par la norme IFRS 1 consistant à remettre à zéro les écarts de conversion précédemment calculés lors de la conversion des comptes des filiales étrangères en euros.
- › Immobilisations incorporelles et corporelles : le Groupe a utilisé l'option d'évaluation de certaines immobilisations incorporelles et corporelles à la juste valeur dans le bilan d'ouverture. Cette option a été utilisée par exception et pour des montants non significatifs.

- › Instruments financiers : le Groupe applique les normes IAS 32 et 39 révisées à compter du 1^{er} juillet 2004.
- › Paiements fondés sur des actions : le Groupe applique la norme IFRS 2 (paiement fondé sur des actions), à compter du 1^{er} juillet 2004 à tous les instruments octroyés après le 7 novembre 2002 et non encore acquis au 1^{er} juillet 2004.

Par ailleurs, le Groupe n'a pas opté pour l'application anticipée d'IFRS 5 au 1^{er} juillet 2004.

3. Normes publiées mais non encore entrées en vigueur

Aucune norme ou interprétation IFRS émise et non encore entrée en vigueur n'a été appliquée par anticipation. Parmi les normes et interprétations IFRS émises à la date d'approbation des présents comptes mais non encore entrées en vigueur et pour lesquelles le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée, les principales normes et interprétations susceptibles de concerner le Groupe sont :

- › Modifications de l'IAS 19 (avantages au personnel) : date d'application obligatoire pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2006.
- › IAS 39 (couvertures des flux de trésorerie d'une transaction intragroupe) : date d'application obligatoire pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2006.
- › IFRS 7 (instruments financiers : informations à fournir) : applicable pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2007.
- › IAS 1 (amendements relatifs aux informations sur le capital) : applicable pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2007.
- › IFRIC 8 (champs d'application d'IFRS 2) : applicable au 1^{er} mai 2006.

Le processus de détermination par le Groupe des impacts potentiels de l'application de ces normes et interprétations sur les résultats consolidés, la situation financière, la variation de trésorerie et le contenu des annexes aux comptes est en cours. Nous n'anticipons pas, à ce stade de notre réflexion, d'impact matériel pour le Groupe.

4. Périmètre et méthodes de consolidation

Les états financiers consolidés incluent les états financiers de la société mère, Pernod Ricard SA, ainsi que ceux des entités contrôlées par la mère ("les filiales"). Le contrôle s'entend comme le pouvoir de diriger les politiques financières et opérationnelles d'une entreprise afin d'obtenir des avantages de ses activités. Les intérêts minoritaires dans l'actif net des filiales consolidées sont identifiées séparément des capitaux propres de la société mère. Les intérêts minoritaires comprennent le montant de ces intérêts minoritaires à la date du regroupement d'entreprises d'origine et la part des minoritaires dans les variations des capitaux propres depuis la date du regroupement.

5. Bases d'évaluation

Les états financiers sont établis selon le principe du coût historique, à l'exception de certaines catégories d'actifs et passifs évalués conformément aux règles édictées par les normes IFRS.

6. Principales sources d'incertitudes relatives aux estimations

L'établissement des comptes consolidés, conformément aux règles édictées par les IFRS, implique que la direction procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses qui ont une incidence sur les montants portés à l'actif et au passif et sur les montants portés aux comptes de produits et charges au cours de l'exercice. Ces estimations font l'hypothèse de la continuité d'exploitation et sont établies en fonction des informations disponibles lors de leur établissement. Les estimations peuvent être révisées si les circonstances sur lesquelles elles étaient fondées évoluent ou par suite de nouvelles informations. Les résultats réels peuvent être différents de ces estimations.

GOODWILL ET IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Comme indiqué en note 1.8, outre les tests de dépréciation annuels relatifs aux goodwill, il est procédé à des tests ponctuels en cas d'indice de perte de valeur des actifs incorporels détenus (cf. note 10). Les dépréciations éventuelles résultent d'un calcul de flux de trésorerie futurs actualisés et/ou de valeurs de marché des actifs concernés. Une évolution des conditions de marché ou des flux de trésorerie initialement estimés peut donc conduire à revoir et à modifier la dépréciation comptabilisée précédemment. Le montant net des goodwill est de 3 527 millions d'euros et de 217 millions d'euros respectivement au 30 juin 2006 et 2005. Les autres actifs incorporels (principalement marques) représentent un montant net de 8 028 millions d'euros et de 1 993 millions d'euros respectivement au 30 juin 2006 et 2005.

Les données et hypothèses utilisées pour le test de dépréciation des goodwill et immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie, pour les Unités Génératrices de Trésorerie (UGT) sont les suivantes :

	Méthode pour déterminer la valeur recouvrable	Valeur nette comptable du goodwill	Valeur nette comptable des marques et autres immobilisations incorporelles	Valeur d'utilité		
				Taux d'actualisation	Période d'actualisation des flux de trésorerie	Taux de croissance
France		215	536	7,02 %	Infinie	De - 2 % à 2 %
Europe	Valeur d'utilité	1 195	2 658	7,65 %	Infinie	De - 2 % à 2 %
Amériques	approchée selon la	1 307	2 864	7,91 %	Infinie	De - 2 % à 2 %
Asie/Reste du Monde	méthode des flux de trésorerie actualisés	809	1 969	8,45 %	Infinie	De - 2 % à 2 %

PROVISIONS POUR PENSIONS ET AUTRES AVANTAGES POSTÉRIEURS À L'EMPLOI

Comme indiqué en note 1.20, le Groupe participe à des régimes de retraites à cotisation ou à prestations définies. De plus, certains autres avantages postérieurs à l'emploi tels que l'assurance-vie et la couverture médicale (principalement aux États-Unis et au Royaume-Uni) font également l'objet de provisions.

L'ensemble de ces engagements est calculé sur le fondement de calculs actuariels reposant sur des hypothèses telles que le taux d'actualisation, le retour sur investissement des placements dédiés à ces régimes, les augmentations de salaires futures, le taux de rotation du personnel et les tables de mortalité.

Ces hypothèses sont généralement mises à jour annuellement. Les hypothèses retenues pour l'arrêté des comptes au 30 juin 2006 et leurs modalités de détermination sont détaillées en note 13. Le Groupe estime que les hypothèses actuarielles retenues sont appropriées et justifiées mais les modifications qui y seront faites dans le futur peuvent cependant avoir un impact significatif sur le montant des engagements ainsi que sur le résultat du Groupe.

Une variation de un point du taux d'augmentation des frais médicaux aurait pour effet une variation de l'ordre de - 20/+ 25 millions d'euros sur le montant de l'engagement au titre de la couverture maladie postérieure à l'emploi.

IMPÔTS DIFFÉRÉS

Comme indiqué en note 1.22, les impôts différés actifs comptabilisés résultent pour l'essentiel des déficits fiscaux reportables et des différences temporelles déductibles entre les valeurs comptables et fiscales des actifs et passifs. Les actifs relatifs au report en avant des pertes fiscales sont reconnus s'il est probable que le Groupe disposera de bénéfices imposables futurs sur lesquels ces pertes fiscales pourront

être imputées. Au 30 juin 2006, le montant des impôts différés actifs est de 821 millions d'euros. L'évaluation de la capacité du Groupe à utiliser ces pertes fiscales reportables repose sur une part de jugement importante. Le Groupe fait une analyse des éléments positifs et négatifs lui permettant de conclure ou non à la probabilité d'utilisation dans le futur des déficits fiscaux reportables.

PROVISIONS

Comme indiqué en note 13, le Groupe est impliqué dans le cadre de ses activités courantes dans un certain nombre de litiges. Dans certains cas, les sommes demandées par les plaignants sont significatives et les procédures judiciaires peuvent prendre plusieurs années. Dans ce cadre, les provisions sont déterminées selon la meilleure estimation du Groupe du montant qui sera décaissé en fonction des informations disponibles - notamment de la part des conseils juridiques. Toute modification des hypothèses peut avoir un effet significatif sur le montant de la provision comptabilisée.

7. Regroupements d'entreprises

Les regroupements d'entreprises sont comptabilisés selon la méthode de l'acquisition, par application de la norme IFRS 3 (Regroupements d'entreprises). Les actifs, passifs et passifs éventuels identifiables de l'entité acquise sont comptabilisés à leur juste valeur à la date d'acquisition, après une période d'évaluation d'une durée maximale de 12 mois à compter de la date d'acquisition. L'excédent entre le coût d'acquisition et la part du Groupe dans la juste valeur des actifs, passifs et passifs éventuels identifiables est comptabilisé en goodwill et est soumis à des tests de dépréciation, au minimum annuellement, et dès lors qu'un indicateur de perte de valeur est identifié. Dans le cas où la part du Groupe excède le coût d'acquisition, la différence est comptabilisée en résultat à la date d'acquisition.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

8. Goodwill et immobilisations incorporelles

GOODWILL

Les goodwill font l'objet d'un test de dépréciation au minimum une fois par an et dès lors qu'un indicateur de perte de valeur est identifié. Pour ce test, les goodwill sont ventilés par Unités Génératrices de Trésorerie, qui correspondent à des ensembles d'actifs générant conjointement des flux de trésorerie identifiables. Les modalités des tests de perte de valeur des Unités Génératrices de Trésorerie sont détaillées dans la note 1.10. En cas de perte de valeur, la dépréciation est inscrite en résultat de l'exercice.

IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût d'entrée. Elles sont amorties linéairement, à l'exception des actifs à durée de vie indéfinie, sur leur durée d'utilité et sont dépréciées lorsque leur valeur recouvrable devient inférieure à leur valeur nette comptable.

Marques reconnues dans le cadre de regroupements d'entreprises : La valeur d'entrée des marques acquises est déterminée sur la base d'un calcul actuariel des profits futurs estimés à travers un résultat opérationnel après impôt et correspond à la juste valeur des marques à la date d'acquisition.

9. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition et sont détaillées par composant. L'amortissement est calculé selon le mode linéaire ou, le cas échéant, dégressif, appliqué à la durée d'utilisation estimée. Cette durée d'utilité est revue régulièrement. Les immobilisations corporelles sont dépréciées lorsque leur valeur recouvrable devient inférieure à leur valeur nette comptable. 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

Conformément à la norme IAS 17, les biens acquis au moyen d'un contrat de location-financement sont immobilisés lorsque les contrats de location ont pour effet de transférer au Groupe la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de ces biens. Les immeubles ayant fait l'objet de cession-bail font l'objet d'un retraitement similaire.

Les amortissements des immobilisations corporelles sont comptabilisés au compte de résultat en résultat opérationnel.

10. Perte de valeur des actifs immobilisés

Conformément à la norme IAS 36, les actifs immobilisés incorporels ou corporels font l'objet de tests de perte de valeur dans certaines circonstances.

Pour les immobilisations dont la durée de vie est indéfinie (goodwill et marques), un test est réalisé au minimum une fois par an et dès lors qu'un indicateur de perte de valeur est identifié. Les actifs soumis aux tests de perte de valeur sont regroupés au sein d'Unités Génératrices de Trésorerie (UGT), correspondant à des ensembles homogènes d'actifs dont l'utilisation génère des flux de trésorerie identifiables. Les UGT s'identifient aux actifs liés aux marques du Groupe et sont regroupées selon les quatre secteurs géographiques définis par le Groupe, sur la base des destinations des produits.

Lorsque la valeur recouvrable d'une UGT est inférieure à sa valeur nette comptable, une perte de valeur est comptabilisée en résultat opérationnel. La valeur recouvrable de l'UGT est la valeur la plus élevée entre la juste valeur diminuée des coûts de vente et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité est déterminée selon des projections de profits sur une période de 20 ans établies d'après les outils de prévision du management (pour les 3 premières années) et d'une estimation sur les années suivantes sur la base des tendances long terme des marques concernées. Le calcul prend en compte une valeur terminale dont la détermination dépend du profil de croissance et de rentabilité de chaque marque. Le taux d'actualisation utilisé tient compte de la répartition géographique des profits.

Le taux d'actualisation retenu pour ces calculs est le coût moyen pondéré du capital qui s'élève à 8,3 % au 30 juin 2005 et à 8,4 % au 30 juin 2006. Un taux d'actualisation différent a été retenu pour prendre en compte les risques spécifiques à certains marchés ou zones géographiques dans la détermination des flux de trésorerie. Les hypothèses retenues en termes d'évolution du chiffre d'affaires et de valeurs terminales sont raisonnables et conformes aux données de marché disponibles pour chacune des Unités Génératrices de Trésorerie. Des tests de dépréciation complémentaires sont effectués si des événements ou des circonstances particulières indiquent une perte de valeur potentielle.

11. Méthodes de conversion

11.1 MONNAIE DE PRÉSENTATION DES COMPTES CONSOLIDÉS

Les états financiers consolidés du Groupe sont établis en euros, qui est la monnaie fonctionnelle et la monnaie de présentation de la société mère.

11.2 MONNAIE FONCTIONNELLE

La monnaie fonctionnelle d'une entité est la monnaie de l'environnement économique dans lequel cette entité opère principalement. Dans la majorité des cas, la monnaie fonctionnelle correspond à la monnaie locale. Cependant, dans certaines entités, une monnaie fonctionnelle différente de la monnaie locale peut être retenue dès lors qu'elle reflète la devise des principales transactions et de l'environnement économique de l'entité.

11.3 TRADUCTION DES OPÉRATIONS EN MONNAIES ÉTRANGÈRES

Les opérations en monnaies étrangères sont converties dans la monnaie fonctionnelle au cours du jour de la transaction. À chaque arrêté comptable les actifs et passifs monétaires libellés en monnaies étrangères sont convertis au cours de clôture. Les différences de change en résultant sont comptabilisées dans le résultat de la période. Les actifs et passifs non monétaires libellés en monnaies étrangères sont comptabilisés au cours historique en vigueur à la date de transaction.

11.4 CONVERSION DES ÉTATS FINANCIERS DES FILIALES DONT LA MONNAIE FONCTIONNELLE EST DIFFÉRENTE DE L'EURO (MONNAIE DE PRÉSENTATION)

Le bilan est converti en euros au taux de change en vigueur à la clôture de l'exercice. Le résultat et les flux de trésorerie sont convertis sur la base des taux de change moyens. Les différences résultant de la conversion des états financiers de ces filiales sont enregistrées en écarts de conversion au sein des capitaux propres. Lors de la cession d'une entité étrangère, les différences de conversion antérieurement comptabilisées en capitaux propres sont comptabilisées en résultat.

12. Frais de recherche et développement

Dans le cadre des activités du Groupe, conformément à la norme IAS 38 (Immobilisations incorporelles), les dépenses de recherche et développement sont comptabilisées en charges de l'exercice au cours duquel elles sont encourues, à l'exception de certains frais de développement qui remplissent les critères de capitalisation prévus par la norme. L'application de ce principe n'a pas conduit le Groupe à capitaliser un montant significatif de frais développement au cours des exercices clos les 30 juin 2006 et 2005.

13. Actifs détenus en vue de la vente et activités abandonnées

Conformément à la norme IFRS 5 (Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), les actifs et passifs détenus en vue de leur cession ne sont plus amortis et sont présentés séparément au bilan pour une valeur représentant le plus faible montant entre leur valeur comptable et leur juste valeur diminuée des coûts de la vente. Un actif est considéré comme détenu en vue de la vente quand sa valeur comptable sera recouverte principalement par le biais d'une vente et non d'une utilisation continue. Pour que tel soit le cas, l'actif doit être disponible en vue de sa vente immédiate et sa vente doit être hautement probable. Une activité abandonnée représente une activité ou une zone géographique significative pour le Groupe faisant, soit l'objet d'une cession, soit d'un classement en actif détenu en vue d'une vente. Les éléments du résultat et du bilan relatifs à ces activités abandonnées sont présentés sur des lignes spécifiques des états financiers consolidés.

14. Stocks

Les stocks sont évalués au plus faible de leur coût (coût d'acquisition et coût de transformation y compris les coûts indirects de production) ou de leur valeur nette de réalisation. La valeur nette de réalisation correspond au prix de vente minoré des coûts estimés pour l'achèvement et la vente de ces stocks. 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 courant, bien qu'une part substantielle de ceux-ci ne soit destinée à la vente qu'après un délai de stockage supérieur à 1 an.

15. Actifs biologiques

La norme IAS 41 (Actifs biologiques) couvre le traitement comptable des activités impliquant des actifs biologiques (par exemple, la vigne) destinés à la vente ou des produits agricoles (par exemple, le raisin). IAS 41 a été spécifiquement adapté au traitement comptable de la vigne et du raisin, qui constituent les principales activités agricoles du Groupe. Un traitement comptable similaire s'applique cependant aux autres actifs biologiques (par exemple, les champs d'agave). La norme IAS 41 prévoit que les actifs biologiques et leur production (récoltes) soient comptabilisés à leur juste valeur diminuée des frais estimés du point de vente, dès lors qu'il est possible d'obtenir un référentiel de prix fiable, par exemple en faisant référence à un marché actif. Les variations de juste valeur sont enregistrées dans le compte de résultat.

16. Passifs financiers et instruments dérivés

Les normes IAS 32 et IAS 39 portant sur les instruments financiers ont été appliquées à compter du 1^{er} juillet 2004.

16.1. INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

En application de la norme IAS 39 révisée (instruments financiers : comptabilisation et évaluation), tous les instruments dérivés doivent être reflétés au bilan à leur juste valeur. Si l'instrument dérivé est désigné comme couverture de juste valeur, les variations de valeur du dérivé et de l'élément couvert sont enregistrées en résultat sur la même période. Si l'instrument dérivé est désigné comme couverture de flux de trésorerie, la variation de valeur de la partie efficace du dérivé est enregistrée dans les capitaux propres. Elle est constatée en résultat lorsque l'élément couvert est lui-même comptabilisé en résultat. En revanche, la variation de valeur de la partie inefficace du dérivé est enregistrée directement en résultat. Si l'instrument dérivé est désigné comme une couverture d'un investissement net en monnaie étrangère, la variation de valeur de la partie "efficace" de l'instrument dérivé est enregistrée dans les capitaux propres et la variation de la partie considérée comme "inefficace" est comptabilisée en résultat.

16.2. PASSIFS FINANCIERS

Les emprunts et passifs financiers sont comptabilisés selon la méthode du coût amorti, sur la base du taux d'intérêt effectif. Ce calcul inclut tous les frais et commissions prévus au contrat entre les parties. Selon cette méthode, les frais directement attribuables à l'acquisition de la dette financière sont comptabilisés en résultat sur la base du taux d'intérêt effectif.

16.3. INSTRUMENTS HYBRIDES

Certains instruments financiers contiennent à la fois une composante de dette financière et une composante de capitaux propres. Les différentes composantes de ces instruments sont comptabilisées dans les capitaux propres, et dans les emprunts et dettes financières pour leurs parts respectives, conformément à la norme IAS 32 révisée (Instruments financiers : informations à fournir et présentation). Ainsi, si un instrument financier comporte différents composants ayant, certains, des caractéristiques de dette et d'autres, de capitaux propres, l'émetteur doit classer ces différents composants séparément les uns des autres. Un même instrument doit être, le cas échéant, présenté pour partie en dette et pour partie en capitaux propres. Cette catégorie d'instruments comprend les instruments financiers créant une dette pour l'émetteur et octroyant au porteur une option pour convertir cette dette en un instrument de capitaux propres de l'émetteur. Lorsque le montant nominal de l'instrument hybride est alloué entre sa composante dette et sa composante capitaux propres, la part capitaux propres est définie comme la différence entre la valeur nominale de l'émission et la composante dette. La composante dette, quant à elle, est calculée comme la valeur de marché d'une dette ayant des caractéristiques similaires mais ne comportant pas de composante capitaux propres.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

17. Actifs financiers non courants

Les actifs financiers non courants comprennent les titres mis en équivalence, les actifs financiers disponibles à la vente, les prêts et les créances sur participation, et les autres immobilisations financières.

17.1 ACTIFS FINANCIERS DISPONIBLES À LA VENTE

Il s'agit des participations du Groupe dans des sociétés non consolidées et les valeurs mobilières ne satisfaisant pas aux critères de classement en tant que titres de placement de trésorerie. Lors de leur comptabilisation initiale, ils sont comptabilisés au bilan à leur coût d'acquisition. Aux dates de clôture, les titres disponibles à la vente sont évalués à leur juste valeur. Les variations de juste valeur sont comptabilisées directement en capitaux propres sauf lorsque la perte de valeur par rapport au coût d'acquisition historique est assimilée à une perte de valeur significative et prolongée. La juste valeur est déterminée en fonction des critères financiers les plus appropriés à la situation particulière de chaque société. Les critères généralement retenus sont : le cours de bourse, la quote-part des capitaux propres et les perspectives de rentabilité.

17.2 PRÊTS ET CRÉANCES

Cette catégorie comprend principalement les créances rattachées à des participations, des avances en compte courant consenties à des entités associées ou non consolidées et des dépôts de garantie.

18. Actions d'autocontrôle

Les actions propres sont comptabilisées à l'acquisition en diminution des fonds propres et les variations de valeur ne sont pas enregistrées. Lorsque les actions d'autocontrôle sont cédées, toute différence entre le coût d'acquisition et la juste valeur au jour de la cession est enregistrée en variation des capitaux propres et ne contribue pas au résultat de la période.

19. Trésorerie et équivalents de trésorerie

Conformément à la norme IAS 7 (Tableau des flux de trésorerie), la trésorerie et les équivalents de trésorerie présentés à l'actif du bilan et figurant dans les tableaux des flux de trésorerie consolidés regroupent les éléments de trésorerie immédiatement disponibles ou convertibles en trésorerie en un montant connu de trésorerie et qui sont soumis à un risque négligeable de changement de valeur. Les équivalents de trésorerie correspondent à des placements à court terme, d'une durée inférieure à 3 mois. Les découverts bancaires, étant assimilés à un financement, sont également exclus de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

20. Provisions

20.1. NATURE DES PASSIFS PROVISIONNÉS

Conformément à la norme IAS 37 (Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels), les provisions pour risques et charges sont comptabilisées pour faire face à des sorties de ressources probables, estimées de manière fiable et résultant d'obligations actuelles issues d'événements passés. Dans le cas où il existe une obligation potentielle résultant d'événements passés mais dont l'occurrence n'est pas probable ou l'estimation n'est pas fiable, ces passifs éventuels sont indiqués dans les engagements du Groupe.

Les montants provisionnés sont évalués de manière fiable en tenant compte des hypothèses les plus probables ou en utilisant des méthodes statistiques selon la nature des obligations. Les provisions comprennent notamment :

- › les provisions pour retraites et autres avantages assimilés ;
- › les provisions pour restructurations ;
- › les provisions pour litiges (fiscaux, juridiques, sociaux).

20.2. PROVISIONS POUR RESTRUCTURATION

Le coût des actions de restructuration est intégralement provisionné dans l'exercice et inscrit en résultat en "autres produits et charges opérationnels" lorsqu'il résulte d'une obligation du Groupe, vis-à-vis de tiers, ayant pour origine la décision prise par l'organe compétent et matérialisée avant la date d'arrêté des comptes par l'annonce de cette décision aux tiers concernés. Ce coût correspond essentiellement aux indemnités de licenciement, aux préretraites, aux coûts des préavis non effectués et coûts de formation des personnes devant partir, et aux autres coûts liés aux fermetures de sites. Les mises au rebut d'immobilisations, dépréciations de stocks et autres actifs, ainsi que les autres coûts (déménagement, formation des personnes mutées, etc.) liés directement à des mesures de restructuration, sont également comptabilisées dans les coûts de restructuration. Les montants provisionnés correspondant à des prévisions de décaissements futurs à effectuer dans le cadre des plans de restructuration sont évalués pour leur valeur actuelle lorsque l'échéancier des paiements est tel que l'effet de la valeur temps est jugé significatif.

20.3. PROVISIONS POUR RETRAITES ET AUTRES AVANTAGES LONG TERME CONSENTIS AUX SALARIÉS

En accord avec les législations nationales, les engagements du Groupe se composent :

- › d'avantages long terme postérieurs à l'emploi consentis aux employés (indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux, etc.) ;
- › d'avantages long terme pendant l'emploi consentis aux employés.

Régimes à cotisations définies

Les cotisations à payer sont comptabilisées en charges lorsqu'elles deviennent exigibles. Le Groupe n'étant pas engagé au-delà de ces cotisations, aucune provision n'est constatée au titre des régimes à cotisations définies.

Régimes à prestations définies

Pour les régimes à prestations définies, la méthode des unités de crédit projetées est utilisée pour valoriser la valeur actualisée au titre des prestations définies, le coût des services rendus au cours de l'exercice et, le cas échéant, des services passés. Le calcul est effectué à chaque clôture et les données individuelles concernant les salariés sont revues au minimum tous les 3 ans. Le calcul implique la prise en compte d'hypothèses économiques (taux d'inflation, taux d'actualisation, taux de rendement attendu sur actifs) et d'hypothèses sur le personnel (principalement : augmentation moyenne des salaires, taux de rotation du personnel, espérance de vie). Les actifs de couverture sont évalués à leur valeur de marché à chaque clôture. La provision comptabilisée au bilan correspond à la valeur actualisée de l'obligation au titre des prestations définies, ajustée des coûts des

services passés non reconnus et des écarts actuariels, et nette de la juste valeur des actifs de couverture. Des écarts actuariels se créent essentiellement lorsque les estimations diffèrent de la réalité (par exemple sur la valeur attendue des actifs par rapport à leur valeur réelle à la clôture) ou lorsqu'il y a des modifications des hypothèses actuarielles long terme (par exemple : taux d'actualisation, taux d'évolution des salaires). Dans le cas d'avantages long terme pendant l'emploi (du type médailles du travail), les écarts sont provisionnés intégralement à chaque arrêté de comptes. Dans les autres cas, ces écarts ne sont provisionnés qu'à partir du moment où, pour un régime donné, ils représentent plus de 10 % de la valeur la plus élevée entre le montant actualisé de l'obligation et la juste valeur des actifs de couverture (principe du "corridor"). La constitution de la provision s'effectue linéairement sur le nombre moyen d'années d'activité restant à effectuer par les salariés du régime concerné (amortissement d'écarts actuariels). La charge comptabilisée au titre des obligations décrites ci-dessus intègre :

- › la charge correspondant à l'acquisition d'une année de droits supplémentaires ;
- › le coût financier ;
- › le produit correspondant au rendement prévu des actifs du régime ;
- › la charge ou le produit correspondant à l'amortissement d'écarts actuariels positifs ou négatifs ;
- › le coût des services passés ;
- › la charge ou le produit lié aux modifications des régimes ou à la mise en place de nouveaux régimes ;
- › la charge ou le produit lié à toute réduction ou liquidation de régime.

La charge représentative de l'évolution des engagements nets au titre des pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi est comptabilisée dans le résultat opérationnel courant ou le résultat financier selon la nature du sous-jacent.

21. Chiffre d'affaires

Les produits des activités ordinaires sont évalués à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette des remises commerciales ou rabais et des taxes relatives aux ventes. Le chiffre d'affaires est comptabilisé lorsque les risques et avantages inhérents à la propriété sont transférés, généralement à la date du transfert du titre de propriété.

21.1. COÛTS DE PRESTATION COMMERCIALE

En application de la norme IAS 18 (produits des activités ordinaires), certains coûts de prestations commerciales, comme les programmes de publicité en coopération avec les distributeurs, les coûts de référencement des nouveaux produits et les actions promotionnelles sur les lieux de vente, viennent en réduction du chiffre d'affaires s'il n'existe pas de service séparable dont la juste valeur puisse être mesurée de manière fiable.

21.2. DUTIES

En application de la norme IAS 18, certains droits d'importation en Asie sont classés en coût des ventes ; ces droits n'étant pas spécifiquement refacturés aux clients (comme l'est par exemple la vignette Sécurité sociale en France).

21.3. ESCOMPTE

En application de la norme IAS 18, les escomptes de caisse accordés pour les règlements anticipés ne sont pas considérés comme des transactions financières mais constituent une déduction du chiffre d'affaires hors droits et taxes (CA HDT).

22. Impôts différés

Les impôts différés sont calculés sur l'ensemble des différences temporaires entre les valeurs fiscales et comptables des actifs et passifs au bilan consolidé, et sont déterminés selon la méthode du report variable. Les effets des modifications des taux d'imposition sont inscrits dans les capitaux propres ou le résultat de l'exercice au cours duquel le changement de taux est décidé. Des actifs d'impôts différés sont inscrits au bilan dans la mesure où il est plus probable qu'improbable qu'ils soient récupérés au cours des années ultérieures. Les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés. Pour apprécier la capacité du Groupe à récupérer ces actifs, il est notamment tenu compte des prévisions de résultats fiscaux futurs.

23. Paiement fondé sur des actions

Le Groupe applique la norme IFRS 2 (paiement fondé sur des actions), à compter du 1^{er} juillet 2004 à tous les instruments octroyés après le 7 novembre 2002 et non-acquis au 1^{er} juillet 2004. En application de cette norme, les options de souscription ou d'achat d'actions accordées aux salariés sont évaluées à leur juste valeur, laquelle juste valeur doit être constatée dans le compte de résultat sur la période d'acquisition des droits d'exercice par les salariés. La juste valeur des options a été déterminée en utilisant le modèle de valorisation binomiale en fonction des caractéristiques du plan et des données de marché à la date d'attribution, et sur la base d'hypothèses déterminées par la Direction.

24. Résultats par action

Les résultats nets par action de base et dilué sont calculés à partir du nombre moyen pondéré d'actions en circulation, déduction faite du nombre moyen pondéré des éléments dilutifs.

Le calcul du résultat dilué par action tient compte de l'impact potentiel de l'exercice de l'ensemble des instruments dilutifs (tels que les options de souscription d'actions, les emprunts convertibles, etc.) sur le nombre théorique d'actions. Lorsque les fonds sont recueillis à la date de l'exercice des droits rattachés aux instruments dilutifs, la méthode dite "du rachat d'actions" est utilisée pour déterminer le nombre théorique d'actions à prendre en compte. Lorsque les fonds sont recueillis à la date d'émission des instruments dilutifs, le résultat net est retraité du montant net d'impôt des frais financiers relatifs à ces instruments.

25. Contribution après frais publi-promotionnels et résultat opérationnel courant

La contribution après frais publi-promotionnels inclut la marge brute et les charges liées à la commercialisation. Le résultat opérationnel courant correspond à l'indicateur utilisé pour apprécier la performance opérationnelle du Groupe. Il exclut les autres produits et charges opérationnels non-courants tels que les coûts liés à l'acquisition d'Allied Domecq (restructuration, intégration et autres coûts associés, etc.), les plus ou moins-values de cession suite aux opérations intervenues à la suite de l'acquisition d'Allied Domecq, ainsi que d'autres charges opérationnelles non récurrentes. Ces autres produits et charges opérationnels ont été exclus du résultat opérationnel courant car le Groupe estime que ces éléments n'ont qu'une faible valeur prédictive compte tenu de leur caractère inhabituel et matériel. La nature de ces autres produits et charges opérationnels est détaillée en note 5.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 2 – PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Les principales variations de périmètre au 30 juin 2006 sont les suivantes :

1. Acquisitions d'Allied Domecq

Le 26 juillet 2005, Pernod Ricard a acquis 100 % du groupe Allied Domecq pour un montant de 7,4 milliards de livres sterling (10,7 milliards d'euros), payés pour partie en numéraire (à hauteur de 81 % du prix total) et pour partie en titres Pernod Ricard (à hauteur de 19 % du prix total).

2. Cessions

Parallèlement à l'acquisition d'Allied Domecq, Pernod Ricard a cédé certains actifs.

CESSION À FORTUNE BRANDS

La cession des actifs suivants est intervenue entre le 27 juillet 2005 et le 27 janvier 2006, pour 2,7 milliards de livres sterling (4 milliards d'euros) et un complément de prix de 0,2 milliard de livres sterling (0,3 milliard d'euros). Les principaux actifs vendus à Fortune Brands comprennent certaines marques de spiritueux d'Allied Domecq, en particulier les marques de spiritueux Canadian Club, Courvoisier, Maker's Mark, Sauza et Laphroaig, les vins californiens dont la marque Clos du Bois (hors Mumm Cuvée Napa), ainsi que les réseaux de distribution et les principales marques locales d'Allied Domecq en Espagne (DYC, Centenario, Castellana, Fundador), au Royaume-Uni (Harvey's, Cockburn's) et en Allemagne (Kuemmerling, Jacobi).

Par ailleurs, le Groupe a cédé à Fortune Brands le gin et les actifs relatifs au gin Larios, initialement détenu par le Groupe, pour un montant de 115 millions d'euros.

3. Impact des principales acquisitions et cessions

L'impact des acquisitions et cessions intervenues au cours de l'exercice sur le chiffre d'affaires et la contribution après frais publi-promotionnels au 30 juin 2006 est détaillé ci-dessous :

En millions d'euros	30.06.2005	30.06.2006		
	12 mois	Périmètre constant	Effet périmètre	12 mois
Chiffre d'affaires	3 611	3 831	2 235	6 066
Contribution après frais publi-promotionnels	1 413	1 510	820	2 330

Les impacts des acquisitions et cessions sur les principaux postes du bilan consolidé au 30 juin 2006 sont détaillés ci-dessous :

En millions d'euros	30.06.2005	30.06.2006		
	12 mois	Périmètre constant	Effet périmètre	12 mois
Goodwill	217	210	3 318	3 527
Marques et autres immobilisations incorporelles	1 993	1 933	6 095	8 028
Stocks	2 179	1 987	1 340	3 327
Autres actifs	2 618	4 337	540	4 877
Total bilan	7 007	8 467	11 293	19 760

Le goodwill relatif à l'acquisition Allied Domecq est détaillé en note 8.

CESSION DE SEAGRAM'S VODKA AUX ÉTATS-UNIS

Le 22 juillet 2005, la marque et les actifs relatifs à Seagram's Vodka ont été vendus à Young's.

CESSION DE THE OLD BUSHMILLS DISTILLERY

Le 25 août 2005, les actifs et les marques issus de The Old Bushmills Distillery ont été vendus à Diageo Plc pour 295 millions d'euros.

CESSION DE LA PARTICIPATION DANS BRITVIC PLC

Le 14 décembre 2005, Pernod Ricard a cédé l'intégralité de sa participation dans Britvic Plc. Le Groupe a perçu 117 millions de livres sterling (174 millions d'euros) à l'occasion de l'introduction en bourse de cette société y compris un dividende de 3 millions de livres sterling. Le Groupe avait reçu un dividende extraordinaire de 23 millions de livres sterling (35 millions d'euros) fin novembre 2005, préalablement à la cession.

CESSION DE DUNKIN' BRANDS INC (DBI)

Le 1^{er} mars 2006, Pernod Ricard a finalisé la cession de DBI à un consortium d'investisseurs financiers composé de Bain Capital, The Carlyle Group et Thomas H. Lee Partners pour un montant de 2 424 millions de dollars (2 028 millions d'euros).

CESSION À CAMPARI

Le 22 décembre 2005, le Groupe a signé un accord de cession de la marque, des stocks et des actifs rattachés au whisky Glen Grant pour 115 millions d'euros ainsi que les marques et stocks Old Smuggler et Braemar pour 10 millions de livres sterling (15 millions d'euros). Ces transactions ont été clôturées au cours du premier trimestre 2006.

4. Compte de résultat pro forma relatif à l'acquisition du groupe Allied Domecq

Un compte de résultat pro forma du Groupe est présenté ci-dessous comme si le Groupe avait acquis Allied Domecq le 1^{er} juillet 2005. Les retraitements effectués sont présentés selon des normes comparables aux normes appliquées par le Groupe et à périmètre identique à celui post-acquisition, c'est-à-dire n'incluant pas les actifs, passifs et résultats des entités destinées à être cédées au moment de l'acquisition.

En millions d'euros	Résultat consolidé Pernod Ricard 30.06.2006	Résultat Allied Domecq 01.07.2005-25.07.2005 ⁽¹⁾	Résultat consolidé Pernod Ricard et Allied Domecq 30.06.2006
Chiffre d'affaires net	6 066	194	6 260
Coûts des ventes	(2 488)	(83)	(2 571)
Marge brute	3 578	111	3 689
Résultat net des activités poursuivies	613	50	663

(1) Non audité. Résultat du groupe Allied Domecq pour la période du 1^{er} juillet au 25 juillet 2005, hors activités destinées à être cédées au moment de l'acquisition, après retraitements principaux permettant de présenter le résultat du groupe Allied Domecq selon des normes comparables aux normes IFRS. Les couvertures d'actifs ont été supposées effectives et n'ont pas donné lieu à un retraitement. Par ailleurs, les monnaies de fonctionnement des entités du groupe Allied Domecq correspondent à celles avant acquisition. Les éléments non courants ont été retraités du résultat du groupe Allied Domecq.

Les quote-parts de chiffre d'affaires et de contribution après frais publi-promotionnels d'Allied Domecq depuis l'acquisition le 26 juillet 2005 s'élèvent à, respectivement, 2 390 millions d'euros et 881 millions d'euros. Compte tenu de l'intégration des réseaux de distribution et des structures depuis la date d'acquisition, il n'est pas possible de déterminer le montant du résultat opérationnel ou du résultat net relatif aux activités Allied Domecq acquises depuis le 26 juillet 2005.

NOTE 3 – INFORMATION SECTORIELLE

Le Groupe est organisé en quatre segments primaires qui sont les zones géographiques : France, Europe, Amériques et Asie/Reste du monde. La mesure de la performance de chaque segment est basée principalement sur le chiffre d'affaires et la contribution après frais publi-promotionnels. Les éléments de résultat et de bilan sont répartis sur la base de la destination des ventes ou des profits. Les données par segment suivent les mêmes règles comptables que celles utilisées pour les comptes consolidés et décrites dans les notes annexes. Les segments d'activité présentés sont identiques à ceux figurant dans l'information fournie au Conseil d'Administration.

France

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	654	539
Marge brute	482	397
Contribution après frais publi-promotionnels	304	255
Résultat opérationnel	109	107

Europe

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	2 014	1 352
Marge brute	1 207	824
Contribution après frais publi-promotionnels	814	558
Résultat opérationnel	408	296

Amériques

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	1 681	740
Marge brute	1 005	443
Contribution après frais publi-promotionnels	672	302
Résultat opérationnel	352	181

Asie et Reste du monde

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	1 717	980
Marge brute	884	492
Contribution après frais publi-promotionnels	540	298
Résultat opérationnel	260	161

Total

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	6 066	3 611
Marge brute	3 578	2 156
Contribution après frais publi-promotionnels	2 330	1 413
Résultat opérationnel	1 129	745

(1) Informations comparatives retraitées du fait du passage aux normes IFRS (cf. note 24).

Rapport financier

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

30.06.2006 En millions d'euros	France	Europe	Amériques	Asie/Reste du monde	Élimination des comptes intercompagnies	Non alloué	Total
Actifs sectoriels	2 688	41 410	12 721	8 099	(45 319)		19 599
Actifs non alloués ⁽¹⁾						161	161
Total actifs							19 760
Acquisition de marques	365	2 071	2 175	1 558			6 169
Investissements industriels	35	129	82	92			338
Passifs sectoriels	2 365	40 134	10 485	6 110	(45 319)		13 775
Passifs non alloués ⁽²⁾						113	113
Total passifs							13 888
Actifs nets	323	1 276	2 236	1 989	-	48	5 872

30.06.2005 En millions d'euros	France	Europe	Amériques	Asie/Reste du monde	Élimination des comptes intercompagnies	Non alloué	Total
Actifs sectoriels	1 047	3 501	3 053	2 769	(3 442)		6 928
Actifs non alloués ⁽¹⁾						79	79
Total actifs							7 007
Investissements industriels	15	55	33	52			154
Passifs sectoriels	726	3 227	2 215	1 716	(3 442)		4 442
Passifs non alloués ⁽²⁾							
Total passifs							4 442
Actifs nets	321	274	838	1 053	-	79	2 565

(1) Les actifs non alloués comprennent principalement les actifs financiers non courants.

(2) Les passifs non alloués comprennent principalement certains passifs d'impôt différé.

NOTE 4 – RÉSULTAT FINANCIER

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
Frais financiers nets	(319)	(98)
Autres produits financiers courants	11	-
Autres charges financières courantes	(42)	-
Résultat financier courant	(350)	(98)
Écarts de change	(22)	-
Autres éléments financiers non courants	(38)	10
Résultat financier total	(410)	(88)

Les autres charges financières courantes se composent de commissions de structuration et de placement, ainsi que des charges d'actualisation des engagements de retraite.

Les autres éléments financiers non courants sont essentiellement les charges financières liées à la conversion anticipée de l'OCEANE pour 34 millions d'euros.

NOTE 5 – AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

Les autres produits et charges opérationnels sont détaillés ci-dessous :

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
Charges de restructuration	(333)	3
Plus ou moins-value sur cessions d'actifs	326	10
Plus value de cession de The Old Bushmills Distillery	183	
Plus value de cession de la marque Seagram's Vodka	57	
Moins-value de cession de la marque Larios	(12)	
Plus value de cession de marques Glen Grant, Old Smuggler et Braemar	83	
Autres plus et moins-values de cessions	15	
Frais d'intégration liés à l'acquisition d'Allied Domecq	(54)	
Autres charges et produits non courants	(65)	3
Frais liés au contrat Stolichnaya	(25)	
Mise à la juste valeur des stocks de produits finis acquis	(24)	
Autres charges et produits non courants	(16)	
Autres produits et charges opérationnels	(126)	16

Au 30 juin 2006, les coûts de restructuration concernent essentiellement les réorganisations géographiques engagées suite à l'acquisition d'Allied Domecq.

Le Groupe a acquis des droits de distribution exclusifs de la marque de vodka Stolichnaya, pour une durée de 5 ans, ainsi que des droits de préemption sur le renouvellement des droits de distribution et sur l'acquisition de la marque. À ce titre, le Groupe a versé 155 millions de dollars américains (131 millions d'euros), dont 85 millions de dollars américains pour les droits d'exclusivité et de préemption (une partie de ce montant ne pourra pas être imputée sur un éventuel rachat futur de la marque et a donc été comptabilisée en charge au 30 juin 2006, à hauteur de 30 millions de dollars américains (25 millions d'euros)) et 40 millions de dollars américains pour les droits de distribution.

Dans le cadre du rachat d'Allied Domecq, les stocks de produits finis acquis ont été ajustés à leur juste valeur. L'impact de cette acquisition sur les stocks de produits finis constitue un élément non récurrent et spécifique et a été entièrement comptabilisé en autre charge opérationnelle non courante au 30 juin 2006, ces stocks ayant été écoulés à cette date.

NOTE 6 – IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Analyse de la charge d'impôt

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
Impôt exigible	(290)	(184)
Impôt différé	183	21
Total	(108)	(163)

Analyse des impôts différés au bilan consolidé

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Actifs d'impôt différé	821	354
Passifs d'impôt différé	(2 264)	(551)
Passifs nets d'impôt différé au bilan	(1 443)	(197)

Les impôts différés calculés sur des éléments des capitaux propres comprennent les impôts différés sur les couvertures de juste valeur de Pernod Ricard Finance pour un montant de (2,2) millions d'euros au 30 juin 2006 et les impôts différés sur les couvertures d'investissements nets (NIH) d'EVC pour 5,0 millions d'euros.

Les impôts différés se décomposent ainsi par nature :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Marges en stocks	67	43
Écart d'évaluation sur actifs	97	93
Provisions pour retraites	308	38
Provisions (hors provisions sur retraites et autres)	349	181
Total actifs d'impôt différé	821	354
Amortissements dérogatoires	66	56
Écart d'évaluation sur actifs	2 122	439
Charges à répartir	16	17
Autres	60	40
Total passifs d'impôt différé	2 264	551

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Analyse du taux d'impôt effectif

Résultat net des activités poursuivies avant impôt

En millions d'euros	12 mois 30.06.2006
Résultat opérationnel	1 129
Résultat financier	(410)
Base d'imposition	719
Charge d'impôt théorique au taux en vigueur en France (34,43 %)	(247)
Impact des différences de taux d'imposition	130
Incidence des reports déficitaires utilisés	14
Incidence sur la charge d'impôt du résultat taxé à taux réduit	7
Autres impacts	(12)
Charge d'impôt effective	(108)
Taux effectif d'impôt	15,0 %

Les déficits fiscaux reportables non activés représentent une économie potentielle d'impôts de 36 et 32 millions d'euros respectivement au 30 juin 2006 et 2005. Les économies potentielles d'impôts au 30 juin 2006 sont relatives à des déficits fiscaux ayant les dates de péremption suivantes :

Années	Effet impôt sur les déficits fiscaux reportables non activés
2006	4
2007	1
2008	5
2009	1
2010	2
2011	-
2012	-
2013	1
Sans date de péremption	22
Total	36

NOTE 7 – RÉSULTAT PAR ACTION

Résultat net part du Groupe et résultat net des activités poursuivies par action :

	12 mois 30.06.2006	12 mois 30.06.2005
Dénominateur (en nombre d'actions)		
Nombre moyen d'actions en circulation	91 242 412	70 484 081
Elimination des actions propres	(6 345 270)	(6 398 921)
Sous-total	84 897 142	64 085 160
Effet dilutif des stock options	1 618 563	1 290 822
Effet dilutif de l'OCEANE	1 143 074	5 704 338
Nombre moyen d'actions en circulation dilué	87 658 779	71 080 320
Numérateur		
Résultat net part du Groupe (en millions d'euros)	639	484
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	7,53	7,55
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	7,29	6,81
Résultat des activités abandonnées (en millions d'euros)	57	-
Résultat net des activités poursuivies (en millions d'euros)	582	484
Résultat net des activités poursuivies par action de base (en euros)	6,86	7,55
Résultat net des activités poursuivies par action dilué (en euros)	6,64	6,81

NOTE 8 – IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET GOODWILL

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice					30.06.2005
	01.07.2004	Acquisitions dotations nettes	Cessions	Écart de change	Autres mouvements	
Goodwill	464	1	-	7	(13)	459
Marques	2 034	-	(4)	12	(47)	1 996
Autres immobilisations incorporelles	27	6	(1)	1	54	88
Valeurs brutes	2 525	8	(5)	20	(6)	2 542
Goodwill	(236)	-	-	(2)	(5)	(243)
Marques	(89)	-	1	-	33	(55)
Autres immobilisations incorporelles	5	(6)	-	(1)	(33)	(34)
Amortissements	(319)	(6)	2	(3)	(5)	(332)
Immobilisations incorporelles nettes	2 206	1	(3)	17	(11)	2 210

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice					30.06.2006
	30.06.2005	Acquisitions dotations nettes	Cessions	Écart de change	Entrée de périmètre Allied Domecq et autres mouvements	
Goodwill	459	-	-	-	3 305	3 764
Marques	1 996	2	(157)	(146)	6 269	7 964
Autres immobilisations incorporelles	88	114	(46)	(7)	13	161
Valeurs brutes	2 542	116	(202)	(153)	9 588	11 890
Goodwill	(243)	-	-	(1)	6	(237)
Marques	(55)	-	-	1	-	(55)
Autres immobilisations incorporelles	(34)	(24)	8	1	7	(42)
Amortissements	(332)	(24)	8	1	14	(334)
Immobilisations incorporelles nettes	2 210	92	(195)	(153)	9 601	11 555

Les valeurs individuelles des goodwill et des marques sont passées en revue au minimum annuellement, afin de déterminer d'éventuelles pertes de valeur. Ces tests de pertes de valeur sont basés sur les flux futurs de trésorerie actualisés à un taux tenant compte de la répartition géographique des profits.

Goodwill

Le 26 juillet 2005, Pernod Ricard a acquis Allied Domecq, dont les entités sont consolidées par intégration globale à compter de cette date. Le goodwill relatif à cette acquisition s'élève à 3 318 millions d'euros au 30 juin 2006, et a été déterminé comme décrit ci-dessous. Les justes valeurs des actifs et des passifs acquis, qui ont fait l'objet d'évaluations en fonction des informations disponibles lors de l'arrêté des comptes.

Les actifs nets acquis d'Allied Domecq sont détaillés ci-dessous :

	Valeur nette comptable avant acquisition	Juste valeur des actifs nets acquis
Actifs nets acquis Allied Domecq		
Actifs non courants		
Immobilisations incorporelles	1 735	6 280
Immobilisations corporelles	1 356	865
Autres actifs non courants	688	598
Actifs courants		
Stocks et en-cours	2 099	1 341
Trésorerie et équivalents de trésorerie	187	178
Autres actifs courants	1 493	1 751
Actifs destinés à la vente ⁽¹⁾	-	6 309
Total actifs	7 559	17 323
Passifs non courants		
Provisions non courantes	1 022	1 579
Passifs d'impôt différé	271	2 455
Passifs financiers non courants	3 321	3 577
Passifs courants	1 716	1 853
Total passifs	6 330	9 464
Actifs nets acquis	1 229	7 859
Goodwill		3 318
Coût d'acquisition		11 177

(1) Ces actifs n'étaient pas considérés comme actifs destinés à la vente dans les comptes d'Allied Domecq avant acquisition. La valeur nette comptable de ces actifs était de 715 millions d'euros.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Le coût d'acquisition d'Allied Domecq se compose des éléments suivants : paiement en numéraire pour un montant de 8,7 milliards d'euros, paiement en actions Pernod Ricard pour un montant de 2,4 milliards d'euros (par émission de 17 483 811 actions nouvelles dont la juste valeur à la date d'acquisition était de 135 euros) et frais d'acquisition pour un montant de 75 millions d'euros.

Les principaux ajustements de juste valeur correspondent :

- › à l'annulation des marques et immobilisations incorporelles historiques pour un montant de 1 735 millions d'euros et l'évaluation des marques Allied Domecq pour 6 269 millions d'euros ;
- › à la constatation d'impôts différés sur les marques Allied Domecq pour un montant de 1 765 millions d'euros ;
- › à la mise à la juste valeur des stocks acquis de produits finis et de stocks à vieillissement pour un montant de 32 millions d'euros.

Dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq, certains actifs nets ont été identifiés et destinés à être cédés simultanément à leur acquisition pour un montant de 6,3 milliards d'euros (cf. note 2.2).

Les marques ont fait l'objet d'une évaluation par un expert indépendant externe, selon des méthodes généralement admises par les pratiques d'évaluation. Certaines marques acquises sont éligibles à des avantages fiscaux futurs liés à l'amortissement fiscal des marques. Ces bénéfices, dont pourra profiter un acquéreur ultérieur, sont inclus dans la juste valeur de ces marques. Par ailleurs, un passif d'impôt différé est comptabilisé au titre de la différence entre les valeurs comptables et fiscales des marques.

Les autres ajustements de juste valeur comprennent des estimations du management, notamment sur les stocks, les actifs biologiques et les immobilisations corporelles.

Dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq, les stocks de produits finis et de produits à vieillissement acquis ont été ajustés à leur juste valeur au 26 juillet 2005. L'impact de l'acquisition sur les stocks de produits finis a été entièrement comptabilisé en autre charge opérationnelle au 30 juin 2006, ces stocks ayant été écoulés à cette date. L'ajustement à la juste valeur sur les stocks de produits à vieillissement est intégré au coût des stocks et sera repris en coût des ventes au fur et à mesure de la vente de ces stocks, qui pourra, dans certains cas, s'étaler sur plusieurs exercices.

Marques

Les marques sont constituées essentiellement des marques Allied Domecq (notamment Ballantine's, Malibu, Beefeater, Kahlúa, Mumm et Perrier-Jouët) et des marques Seagram (en particulier Chivas Regal, Martell, Seagram's Gin et The Glenlivet) reconnues dans le cadre de ces deux acquisitions. Les marques Bushmills et Larios ont été cédées au cours du second semestre de l'exercice 2005/2006.

Autres immobilisations incorporelles

Le 9 septembre 2005, Pernod Ricard et SPI Group ont conclu un accord par lequel le Groupe a acquis les droits de distribution exclusifs de la marque de vodka Stolichnaya et de quelques autres marques sur les marchés sur lesquels SPI Group possède les droits de ces marques, en particulier les États-Unis. Ces droits sont acquis pour une durée de 5 ans, jusqu'au 31 décembre 2010. Par ailleurs, le Groupe possède un droit de préemption sur le renouvellement du contrat de distribution et sur l'acquisition de la marque Stolichnaya, dans le cas où SPI Group déciderait de la céder. Les droits de distribution et de préemption détenus par Pernod Ricard dans la marque Stolichnaya et les autres marques détenues par SPI Group ont été acquis pour un montant de 125 millions de dollars américains (106 millions d'euros), dont 40 millions de dollars américains sont amortis sur 5 ans.

Le Groupe n'est dépendant d'aucun brevet ou licence spécifique.

NOTE 9 – IMMOBILISATIONS CORPORELLES

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice						30.06.2005
	01.07.2004	Acquisitions	Dotations de la période	Cessions	Écart de change	Autres mouvements	
Terrains	57	4		(10)	6	(1)	56
Constructions	474	28		(12)	8	(3)	495
Installations techniques	796	84		(45)	23	(11)	847
Autres immobilisations corporelles	253	14		(8)	2	(1)	260
Immobilisations en cours	42	14		-	2	(1)	57
Avances et acomptes/immobilisations corporelles	3	2		(1)	-	(3)	1
Valeurs brutes	1 625	147		(76)	41	(20)	1 716
Terrains	(3)		(3)	1	(2)	-	(7)
Constructions	(213)		(20)	8	(4)	-	(228)
Installations techniques	(464)		(56)	42	(11)	2	(488)
Autres immobilisations corporelles	(131)		(12)	7	(1)	-	(138)
Immobilisations en cours	(2)						(2)
Amortissements/provisions	(814)		(91)	58	(18)	2	(863)
Immobilisations corporelles nettes	811	147	(91)	(18)	23	(18)	853

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice					Entrée de périmètre Allied Domecq et autres mouvements	30.06.2006
	30.06.2005	Acquisitions	Dotations de la période	Cessions	Écart de change		
Terrains	56	4		(4)	(11)	255	300
Constructions	495	24		(52)	(13)	216	671
Installations techniques	847	68		(91)	(48)	282	1 059
Autres immobilisations corporelles	260	13		(113)	(11)	91	240
Immobilisations en cours	57	101		(1)	(6)	(14)	137
Avances et acomptes/immobilisations corporelles	1	3		(1)	-	(1)	3
Valeurs brutes	1 716	214		(262)	(87)	829	2 409
Terrains	(7)		(1)	-	-	4	(4)
Constructions	(228)		(21)	15	4	7	(223)
Installations techniques	(488)		(84)	52	23	32	(465)
Autres immobilisations corporelles	(138)		(17)	56	6	14	(78)
Immobilisations en cours	(2)		-	-	-	-	(2)
Amortissements/provisions	(863)		(124)	124	34	57	(773)
Immobilisations corporelles nettes	853	214	(124)	(138)	(54)	886	1 637

NOTE 10 – ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice					30.06.2005
	01.07.2004	Acquisitions	Cessions	Écart de change	Autres mouvements	
Actifs financiers disponibles à la vente	486	96	(130)	2	(3)	450
Prêts et créances sur participation	93	3	(52)	1	-	46
Valeurs brutes	579	99	(182)	3	(3)	496
Provisions actifs financiers disponibles à la vente	(412)		27	-	-	(385)
Provisions prêts et créances sur participation	(47)		11	-	-	(37)
Provisions	(459)		38	(1)	-	(422)
Actifs financiers non courants nets	120	99	(144)	2	(3)	74

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice					30.06.2006
	30.06.2005	Acquisitions	Cessions	Écart de change	Entrée de périmètre Allied Domecq et autres mouvements	
Actifs financiers disponibles à la vente	450	15	(47)	(2)	59	476
Prêts et créances sur participation	46	2	(18)	28	(4)	53
Valeurs brutes	496	17	(64)	26	54	529
Provisions actifs financiers disponibles à la vente	(385)	-	-	-	25	(361)
Provisions prêts et créances sur participation	(37)	-	-	-	10	(26)
Provisions	(422)	-	-	-	35	(387)
Actifs financiers non courants nets	74	17	(64)	25	89	143

Les provisions sur les actifs financiers disponibles à la vente sont essentiellement constituées des joint-ventures Seagram dont les titres ont été totalement ou partiellement dépréciés en 2002 suite à l'acquisition Seagram.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Les actifs financiers disponibles à la vente sont constitués de :

En millions d'euros	Quote-part de détention	VNC des titres 30.06.2006	VNC des titres 30.06.2005
Portugal Venture Limited	30,0 %	9	9
Actifs financiers en cours de liquidation ou de cession		1	8
Ventures Seagram	39,1 %	26	
Autres actifs financiers disponibles à la vente		45	28
Actifs financiers disponibles à la vente		81	45

NOTE 11 – STOCKS ET EN-COURS

La répartition des stocks et en-cours en valeur nette à la clôture est la suivante :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Matières premières	109	81
En-cours de biens	2 435	1 790
Stocks de marchandises	640	196
Produits finis	172	145
Valeurs brutes	3 356	2 213
Matières premières	(8)	(9)
En-cours de biens	(9)	(6)
Stocks de marchandises	(7)	(9)
Produits finis	(5)	(9)
Dépréciations	(28)	(33)
Stocks nets	3 327	2 179

Au 30 juin 2006, les en-cours de biens sont constitués à 77 % de stocks à vieillissement essentiellement destinés à la production de whisky et de cognac. Le Groupe ne connaît pas de dépendance significative vis-à-vis de ses fournisseurs.

NOTE 13 – PROVISIONS

1. Détail des soldes de clôture

La répartition des provisions pour risques et charges à la clôture est la suivante :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005	01.07.2004
Provisions non courantes			
Provisions pour pensions et indemnités de retraites	1 009	181	176
Autres provisions pour risques et charges non courants	707	186	168
Provisions courantes			
Provisions pour restructuration	64	16	20
Autres provisions pour risques et charges courants	394	105	99
Total	2 174	488	463

Les autres provisions pour risques comprennent, entre autres, des provisions au titre des garanties de passif, notamment à caractère fiscal, accordées à Fortune Brands dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq et couvrant des risques tels qu'estimés par la Société. Les autres provisions pour risques incluent également une provision pour "onerous contract" liée à des achats de whisky écossais en vrac.

NOTE 12 – DÉTAIL DES CRÉANCES D'EXPLOITATION

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
En valeur nette		
Créances clients et comptes rattachés	1 028	753
Créances fiscales	230	28
Autres créances	133	74
Total	1 390	855

La majorité des créances d'exploitation sont à une échéance inférieure à un an.

2. Variations des provisions

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice						30.06.2005
	01.07.2004	Dotations	Utilisation	Reprise provisions excédentaires	Écart de change	Autres mouvements	
Provisions pour restructuration	20	7	(6)	(4)	-	(1)	16
Autres provisions	266	17	(28)	(26)	13	48	291
Provisions	287	24	(33)	(31)	13	48	307

En millions d'euros	Mouvements de l'exercice						30.06.2006
	30.06.2005	Dotations	Utilisation	Reprise provisions excédentaires	Écart de change	Entrée de périmètre Allied Domecq et autres mouvements ⁽¹⁾	
Provisions pour restructuration	16	89	(41)	(2)	(2)	5	64
Autres provisions	291	84	(50)	(66)	(17)	859	1 101
Provisions	307	174	(91)	(68)	(19)	864	1 165

(1) Les autres mouvements correspondent essentiellement aux entrées de périmètre de la période.

3. Provisions pour retraites

Le Groupe accorde des avantages en matière de retraite et d'indemnités de fin de carrière et d'autres avantages postérieurs à l'emploi, de type couverture maladie et assurance-vie :

- » en France, les engagements sont composés essentiellement de provisions pour départs à la retraite (non financés) et de retraites complémentaires (pour partie financées) ;
- » aux États-Unis, les engagements sont composés de plans de retraites garantis aux salariés (financés) ainsi que de régimes d'assurance médicale post-emploi (non financés) ;
- » en Irlande, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, les engagements sont essentiellement liés aux plans de retraite accordés aux salariés.

Pour les régimes à cotisations définies, l'engagement du Groupe est limité au versement de cotisations périodiques. Le montant des cotisations versées au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006 s'élève à 218 millions d'euros.

Les régimes à prestations définies concernent essentiellement les filiales situées au Royaume-Uni, en Amérique du Nord et dans le reste de l'Europe. Les régimes à prestations définies font l'objet d'évaluation actuarielle annuelle sur la base d'hypothèses variant selon les pays. Dans le cadre de ces régimes de retraite, les salariés perçoivent un capital ou une rente viagère au moment de leur départ en retraite. Ces montants sont fonction de l'ancienneté, du salaire de fin de carrière et du poste occupé par le salarié. Au 30 juin 2006, les engagements totalement ou partiellement financés représentent 4 068 millions d'euros, soit 94,7 % du montant total des engagements.

Certaines filiales, situées principalement en Amérique du Nord, accordent aussi à leurs salariés des couvertures maladie postérieures à l'emploi. Ces engagements ne sont pas préfinancés et sont évalués en utilisant les mêmes hypothèses que celles retenues pour les engagements de retraite du pays concerné.

Plusieurs filiales, principalement en Europe, offrent aussi à leurs salariés d'autres avantages à long terme. Ces engagements sont essentiellement des régimes de type médailles du travail.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Au 30 juin 2006, les principales hypothèses retenues pour l'évaluation des régimes de retraite et avantages assimilés sont les suivantes :

Hypothèses actuarielles des engagements	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres avantages sociaux	Tous les engagements
Taux d'actualisation	5,31 %	5,68 %	4,76 %
Taux de revalorisation moyen des rentes	3,00 %	1,88 %	n/d
Taux d'augmentation moyen des salaires	4,33 %	2,84 %	3,32 %
Taux de rendement attendu des placements	6,52 %	4,25 %	6,13 %
Taux de progression des dépenses de santé			
Taux initial	n/a	8,76 %	n/d
Taux ultime	n/a	4,51 %	n/d

Hypothèses actuarielles de la charge de l'exercice	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres avantages sociaux	Tous les engagements
Taux d'actualisation	4,93 %	4,85 %	5,41 %
Taux de revalorisation moyen des rentes	2,95 %	1,89 %	n/d
Taux d'augmentation moyen des salaires	4,35 %	3,26 %	3,66 %
Taux de rendement attendu des placements	6,03 %	-	6,66 %
Taux de progression des dépenses de santé			
Taux initial	n/a	8,27 %	n/d
Taux ultime	n/a	5,13 %	n/d

En millions d'euros	Effet de la variation		
	Avec taux actuariel	Augmentation de 1 %	Diminution de 1 %
Sur la valeur actuelle des avantages cumulés au 30 juin 2006	144	25	(20)
Sur la charge de l'exercice	(1)	2	(2)

Hypothèses actuarielles au 30.06.2006 (engagements de retraite et autres)

Par zone	Royaume-Uni	États-Unis	Canada	Autre pays de la zone euro	Autre pays hors zone euro
Taux d'actualisation	5,25 %	6,25 %	5,75 %	4,72 %	4,99 %
Taux de revalorisation moyen des rentes	3,19 %	2,00 %	1,73 %	2,35 %	1,00 %
Taux d'augmentation moyen des salaires	4,54 %	3,23 %	3,08 %	3,59 %	4,09 %
Taux de rendement attendu des placements	6,48 %	7,61 %	6,70 %	5,58 %	5,64 %
Taux de progression des dépenses de santé					
Taux initial	6,20 %	9,00 %	9,78 %	4,32 %	-
Taux ultime	6,20 %	3,59 %	5,00 %	4,32 %	-

Pour la zone euro, le taux d'actualisation utilisé selon la durée des engagements est de :

- › taux court terme (3-5 ans) : de 4,00 % à 4,50 % ;
- › taux moyen terme (5-10 ans) : 4,75 % ;
- › taux long terme (> 10 ans) : 5,00 %.

Le taux de rendement attendu des actifs des fonds des régimes financés ou partiellement financés a été déterminé sur la base des taux de rendement attendus de chaque classe d'actif de chaque pays et selon la répartition de chaque fonds au 30 juin 2006. Ces taux ont été déterminés à partir des rendements historiques des taux mais également en considérant les attentes du marché.

Les taux d'actualisation sont déterminés par référence aux taux de rendement à la date de clôture des obligations d'entreprises de première catégorie (si disponibles) ou d'État ayant une maturité compatible avec la durée estimée des engagements.

Une variation d'un point du taux d'augmentation des frais médicaux aurait pour effet une variation de l'ordre de - 20/+ 25 millions d'euros sur le montant de l'engagement au titre de la couverture maladie postérieure à l'emploi.

La charge nette comptabilisée au compte de résultat au titre des engagements de retraite et avantages assimilés se détaille de la façon suivante :

Charge de l'exercice (en millions d'euros)	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres engagements sociaux	Tous les engagements
Avantages accumulés durant l'exercice	49	4	21
Coût financier (effet de l'actualisation)	197	8	22
Rendement attendu des actifs de régime	(195)	-	(16)
Amortissement du coût des services passés	-	-	-
Amortissement des (gains)/pertes actuarielles	1	(1)	-
Effet du plafond d'actif			
Effet des liquidations/réductions des avantages futurs	(29)	(11)	-
Charge nette (produit) comptabilisé(e) au résultat	23	-	28

Le Groupe a choisi d'adopter la méthode du corridor ainsi les gains et pertes actuariels ne sont reconnus que lorsqu'ils excèdent 10 % de la valeur la plus élevée entre les avantages cumulés et les actifs correspondants.

La variation des provisions pour retraite et avantages assimilés est présentée ci-dessous :

Passif net comptabilisé au bilan (en millions d'euros)	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres engagements sociaux	Tous les engagements
Variation de la valeur actuarielle des avantages accumulés			
Valeur actuarielle des avantages accumulés en début de période	479	50	406
Avantages accumulés durant l'exercice	49	4	21
Coût financier (effet de l'actualisation)	197	8	22
Cotisations des employés	4		3
Prestations versées	(218)	(15)	(20)
Modifications de régimes	(3)	2	
Liquidation d'engagements/réduction de droits futurs	(127)	(11)	(18)
(Gains) et pertes actuariels	(185)	(13)	69
Écarts de conversion	(20)	(2)	4
Variations de périmètre	3 952	145	42
Autres			
Valeur actuarielle des avantages accumulés en fin d'exercice	4 128	169	529
Variation de la juste valeur des actifs de régime			
Juste valeur des actifs de régime en début d'exercice	298	2	239
Rendement réel des actifs de régime	307		25
Cotisations des employés	4		3
Cotisations de l'employeur	137		18
Prestations versées	(209)	(2)	(12)
Modifications de régimes			
Liquidation d'engagements	(98)		(16)
Écarts de conversion	(23)		2
Variations de périmètre	3 128	3	42
Autres			
Juste valeur des actifs de régime en fin d'exercice	3 544	3	300
Valeur actuelle des avantages financés	4 067	3	529
Juste valeur des actifs de régime	3 544	3	300
Déficit (surplus) des avantages financés	523	-	229
Valeur actuelle des avantages non financés	64	165	
Effet de plafonnement des actifs de régime			
Gains et (pertes) actuariel(le)s non reconnu(e)s	249	4	(51)
Coûts des services passés non reconnus		5	3
Passif net comptabilisé	835	174	181

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Le tableau ci-dessous présente une réconciliation entre la provision au 30 juin 2005 et au 30 juin 2006 :

En millions d'euros	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres engagements sociaux	Tous les engagements
Provisions à l'ouverture	133	48	177
Charges sur l'exercice	23	-	28
Cotisations de l'employeur	(135)	-	(18)
Prestations payées directement par l'employeur	(8)	(13)	(8)
Variation de périmètre	825	142	-
Écarts de change	(3)	(4)	2
Provision de clôture	835	174	181

Suite à l'acquisition d'Allied Domecq au 26 juillet 2005, le Groupe s'est restructuré tout au long de l'exercice 2005/2006 ; des réductions de droits et des départs ont ainsi été observés notamment aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Canada.

Au 30.06.2006 En millions d'euros	Valeur actuarielle des avantages cumulés		Juste valeur des actifs de régime		Passif net	
	M€	%	M€	%	M€	%
Royaume-Uni	3 347	77,9 %	2 963	83,6 %	592	58,6 %
États-Unis	315	7,3 %	210	5,9 %	126	12,5 %
Canada	323	7,5 %	200	5,6 %	148	14,8 %
Autres pays d'Europe	278	6,5 %	155	4,4 %	130	12,9 %
Reste du Monde	34	0,8 %	19	0,5 %	13	1,3 %
Total	4 297	100 %	3 547	100 %	1 009	100 %

Les actifs des fonds de pension sont répartis entre obligations et actions de la manière suivante :

Composition des actifs des régimes	30.06.2006		30.06.2005
	Engagements de retraite	Frais de santé et autres engagements sociaux	Tous les engagements
Actions	50,92 %	18,10 %	n/d
Obligations	41,70 %	71,60 %	n/d
Autres placements monétaires	6,68 %	10,30 %	n/d
Actifs immobiliers	0,29 %	0,00 %	n/d
Autres	0,42 %	0,00 %	n/d
Total	100,00 %	100,00 %	n/d

Le taux de rendement attendu des actifs correspond au taux moyen pondéré des différents taux de rendement attendus de chaque classe d'actifs. Les cotisations qui seront versées par le Groupe en 2007 au titre des avantages préfinancés, sont estimées à 176 millions d'euros.

Les prestations à verser au titre des régimes à prestations définies au cours des 10 prochaines années se décomposent ainsi :

Prestations à verser dans les 10 prochaines années	Engagements de retraite 2006	Autres avantages sociaux 2006
2007	321	13
2008	469	12
2009	341	11
2010	339	11
2011	480	11
2012-2016	2 064	55

NOTE 14 – PASSIFS FINANCIERS

L'endettement financier net tel que défini et utilisé par le Groupe correspond au total de l'endettement financier brut (converti au cours de clôture), tenant compte des instruments dérivés de transaction, de couverture de flux de trésorerie et de couverture de juste valeur, diminué de la trésorerie et équivalents de trésorerie.

L'endettement financier net comprend les éléments suivants :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Emprunt obligataire	1 705	502
Passifs financiers courants (hors emprunt obligataire)	500	1 270
Passifs financiers non courants (hors emprunt obligataire)	4 534	507
Instruments dérivés non courants	58	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(447)	(135)
Endettement financier net	6 351	2 145

1. Répartition de l'endettement financier brut par date d'exigibilité

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Dettes court terme	423	719
Part à moins d'un an des dettes à long terme	82	551
Total dettes courantes, à moins d'un an	505	1 270
Part de 1 à 5 ans des dettes à long terme	5 046	1 010
Part à plus de cinq ans des dettes à long terme	1 248	
Total dettes non courantes, à plus d'un an	6 294	1 010
Endettement financier brut	6 799	2 280

La part des dettes à moins d'un an représente 7 % de la dette brute totale.

2. Répartition de l'endettement financier net par devise et par nature après couverture de change au 30 juin 2006

En millions d'euros	Total	Crédit syndiqué	Billets de trésorerie	Obligations	Swap de change et autres
EUR	3 558	2 343	270	650	295
USD	2 550	2 092			458
JPY	69	55			14
GBP	(29)			1 055	(1 084)
Autres devises	203				203
Total	6 351	4 489	270	1 705	(113)

3. Répartition de l'endettement financier net par devise et par échéance après couverture de change au 30 juin 2006

En millions d'euros	Total	< 1 an	> 1 an et < 5 ans	> 5 ans	Disponibilités
EUR	3 558	(405)	2 887	1 222	(146)
USD	2 550	538	2 094		(82)
JPY	69	14	55		
GBP	(29)	12	1		(42)
Autres devises	203	346	9	26	(178)
Total	6 351	505	5 046	1 248	(447)

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

4. Décomposition des types de couvertures de taux par devise

En millions d'euros	Dettes par devise	Dettes fixes	Dettes variables "capées"	Dettes variables non couvertes	% dettes couvertes/fixes
EUR	3 558	822	900	1 836	48 %
USD	2 550	1 801	787	(38)	101 %
JPY	69	-	-	69	-
GBP	(29)	-	-	(29)	-
Autres devises	203	-	-	203	-
Total	6 351	2 623	1 687	2 041	68 %

Sur le total de 2 623 millions d'euros de dettes couvertes à taux fixe, 672 millions d'euros proviennent de dettes levées à taux fixe, le solde résultant de la mise en place de couvertures de taux dont le détail figure dans la note 15. Sur la base de cette dette au 30 juin 2006, une variation de 0,10 % ou 10 points de base des taux d'intérêt augmenterait les frais financiers de 4 millions d'euros.

5. Crédit syndiqué

En date des 2 et 18 août 2005, Pernod Ricard a utilisé une partie des facilités octroyées par le contrat de crédit syndiqué multidevises signé le 21 avril 2005 pour un montant disponible de 6 340 millions d'euros (dont 1 750 millions d'euros multidevises) et 3 890 millions de dollars américains. Au 30 juin 2006, le tirage de ce crédit bancaire s'élève à 2 343 millions d'euros, 2 659 millions de dollars américains et 8 000 millions de yens, soit un montant total de 4 489 millions d'euros. Les facilités de crédit, renouvelables ou à terme, libellées en euros, dollars américains ou multidevises, ont été consenties à un taux correspondant au LIBOR en vigueur (ou, pour les prêts en euros, à l'EURIBOR), majoré d'une marge prédéterminée et de coûts obligatoires. Ces facilités ont des échéances allant de un à sept ans. Cet emprunt a permis au Groupe de rembourser la facilité de crédit renouvelable contractée en août 2004, de financer la partie en numéraire de l'acquisition d'Allied Domecq et de refinancer certaines dettes du Groupe et d'Allied Domecq.

6. Emprunt obligataire Allied Domecq

Au 30 juin 2006, les obligations émises par Allied Domecq Financial Services Ltd se composent d'un montant de 600 millions d'euros au taux facial de 5,875 % avec échéance au 12 juin 2009, d'un montant de 450 millions de livres sterling au taux facial de 6,625 % avec échéance au 18 avril 2011 et d'un montant de 250 millions de livres sterling au taux facial de 6,625 % avec échéance au 12 juin 2014.

7. Remboursement anticipé des OCEANE

Pernod Ricard a décidé de procéder au remboursement anticipé le 20 septembre 2005 de la totalité des OCEANE restant en circulation, conformément à l'option accordée par décision de l'Assemblée Générale des porteurs d'OCEANE du 21 juillet 2005. Les compléments nets de rémunération s'élèvent à 34 millions d'euros au titre de la soulte, de la prime et des intérêts courus jusqu'à la date de conversion, pour les OCEANE présentées à la conversion avant le 9 septembre. Les OCEANE non présentées à la conversion ont été remboursées au prix de 114,52 euros majoré des intérêts courus entre le 1^{er} janvier 2005 et le 19 septembre 2005, soit 1,92 euro, ce qui représente un montant total de 0,5 million d'euros.

8. TSDI (Titres Subordonnés à Durée Indéterminée)

Le 20 mars 1992, Pernod Ricard a procédé à l'émission, hors de France, d'un emprunt obligataire sous forme de TSDI pour un montant nominal de 61 millions d'euros, dont le solde au 30 juin 2006 s'élève à 5,48 millions d'euros.

9. Gestion des risques

RISQUES FINANCIERS

Le Groupe pratique une politique de couverture non spéculative en utilisant des instruments financiers dérivés pour gérer son exposition aux risques de marché. Ces instruments hors bilan sont destinés à couvrir les risques sur des engagements fermes ou des transactions futures hautement probables du Groupe.

RISQUES DE CHANGE

Risques patrimoniaux

La mise en place de financements d'actifs en devises étrangères acquis par le Groupe dans la même devise permet de créer une couverture naturelle. Ce principe a notamment été mis en œuvre lors de l'acquisition des actifs de Seagram et d'Allied Domecq.

Risques opérationnels

De par son exposition internationale, le Groupe est confronté à des risques de change liés à des transactions opérées par des filiales dans une monnaie différente de leur monnaie de fonctionnement. Ce risque est couvert en partie par la mise en place de ventes ou d'achats d'option pour couvrir les créances et dettes d'exploitation certaines ou hautement probables.

GESTION DES RISQUES DE TAUX

Le Groupe s'est conformé à l'obligation de couverture requise par les banques lors de la mise en place des crédits syndiqués d'acquisition des actifs Seagram et Allied Domecq. Dans le cadre de l'acquisition de Seagram, l'obligation s'étendait aux deux tiers de la dette sur un horizon de quatre ans. Conformément au contrat d'acquisition d'Allied Domecq, la couverture requise couvre 50 % de la dette brute à l'exception de la tranche B (initialement 157 millions d'euros et 1 185 millions de dollars) pour une durée de deux ans.

Le Groupe a eu recours à des swaps ainsi qu'à des options sur taux d'intérêts, en complément de la dette à taux fixe, sur des montants et des durées assurant une couverture supérieure aux limites définies par les contraintes bancaires.

Toutes ces opérations de couverture sont traitées ou validées au préalable par la Direction des Financements et de la Trésorerie, dans le cadre d'un programme accepté par la Direction Générale.

RISQUES DE LIQUIDITÉ

Au 30 juin 2006, la trésorerie disponible s'élève à 447 millions d'euros auxquels s'ajoute un montant de 2 695 millions d'euros de lignes bancaires à moyen terme confirmées et inutilisées à cette date. Le Groupe n'est donc pas exposé à un risque de liquidité.

RISQUE DE CONTREPARTIE SUR OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Le Groupe est exposé au risque de crédit en cas de défaillance d'une contrepartie. Le Groupe a mis en place des politiques visant à limiter son exposition au risque de contrepartie. Ces politiques reposent sur une sélection rigoureuse des contreparties en fonction de plusieurs critères (notations des agences de notation, actifs et capitaux propres), et selon les échéances des transactions. L'exposition du Groupe au risque de crédit est limitée et le Groupe considère qu'il n'existe aucune concentration importante de risque avec une contrepartie. Il ne prévoit aucune défaillance de tiers pouvant avoir un impact important sur les états financiers du Groupe.

10. Clauses particulières

Dans le cadre du crédit syndiqué mis en place pour l'acquisition d'Allied Domecq, le Groupe s'est engagé à respecter certains ratios financiers définis contractuellement :

- › EBITDA/Charges financières : doit être supérieur ou égal à 3,00 au 30 juin 2006 ; l'EBITDA et les charges financières étant définis dans les contrats passés avec les établissements financiers ;
- › dette nette/EBITDA doit être inférieur ou égal à 6,75 au 30 juin 2006 ; la dette nette et l'EBITDA étant définis dans les contrats passés avec les établissements financiers.

Au 30 juin 2006, ces ratios sont respectés.

11. Coût moyen pondéré de la dette

Le coût moyen pondéré de l'endettement financier du Groupe s'élève à 4,7 % au 30 juin 2006 contre 3,95 % au 30 juin 2005. Le coût moyen pondéré de l'endettement financier est défini comme le résultat financier courant rapporté à l'endettement moyen et calculé en rapportant les charges financières nettes augmentées des commissions bancaires et charges d'actualisation sur engagements de retraite, diminuées des éléments exceptionnels et non récurrents, à l'encours moyen calculé à partir de l'endettement financier net tel que défini ci-dessus retraité des montants ne donnant pas lieu à intérêts tels que les intérêts courus non échus.

NOTE 15 – VALEUR DE MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS

En millions d'euros	Valeur au bilan au 30.06.2006	Valeur de marché au 30.06.2006
Actif		
Immobilisations financières nettes	120	120
Dérivés actif	84	84
Valeurs mobilières de placement	12	12
Disponibilités	435	435
Passif		
Emprunts obligataires	1 705	1 689
Emprunts et dettes/établissements de crédit	4 987	4 989
CEPAC	46	47
ABN	22	22
Crédit syndiqué	4 489	4 489
Billets de trésorerie	270	270
Autres	161	161
Emprunts sur opérations de crédit-bail	47	47
Dérivés passif	58	58

La juste valeur de la dette est déterminée pour chaque emprunt en actualisant les flux de trésorerie futurs sur la base des taux de marché à la clôture corrigé du risque de crédit du Groupe. Pour les emprunts et concours bancaires à taux variable, la juste valeur est approximativement égale à la valeur nette comptable.

La valeur de marché des instruments présents dans les livres à la clôture a été déterminée sur la base d'informations de marché disponibles, en utilisant les méthodes courantes de valeur actualisée des flux de trésorerie. La disparité des modèles de valorisations implique que ces valorisations ne reflètent pas nécessairement les montants exacts qui pourraient être reçus ou versés en cas de dénouement des instruments sur le marché.

Les méthodes utilisées sont les suivantes :

- › emprunts obligataires : la liquidité de marché a permis de valoriser les emprunts obligataires à leur juste valeur ;
- › autres passifs financiers à long terme : la juste valeur des autres passifs financiers à long terme a été déterminée, en actualisant les flux de trésorerie futurs relatifs à chaque emprunt à un taux d'intérêt prenant en considération le risque de crédit du Groupe fixé à la date de clôture ;
- › instruments dérivés : la juste valeur des contrats de change à terme, des swaps de taux d'intérêt et de devises a été calculée en utilisant les prix de marché que le Groupe devrait payer ou recevoir pour dénouer ces contrats.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 16 – DÉRIVÉS DE TAUX ET DE CHANGE

1. Dérivés de taux

En millions d'euros	Montant notionnel des contrats				Valeur de marché
	< 1 an	< 1 et > 5 ans	> 5 ans	Total	
Swaps de taux emprunteurs taux variable	46			46	2
Swaps de taux emprunteurs taux fixe	157	1 794		1 951	46
Caps Achats		1 687		1 687	11
Cross Currency swaps €/£ Preteur Taux fixe ⁽¹⁾			1 011	1 011	(59)
				Total	-

(1) La valorisation des cross currency swaps comprend une composante change pour (20) millions d'euros.

Le montant notionnel des contrats représente la valeur nominale des contrats. Les montants notionnels libellés en devises étrangères sont exprimés en euros au taux de clôture. Les valeurs de marché estimées ont été déterminées soit à partir des valorisations fournies par les contreparties bancaires, soit en utilisant les informations disponibles sur les marchés financiers et les méthodes d'évaluation appropriées selon le type d'instruments.

2. Contrats de couvertures de change sur dettes en devises

Le Groupe utilise des swaps de change dans le cadre de sa centralisation de trésorerie. Ces instruments sont d'une durée moyenne d'un mois et demi et n'engendrent pas de valeur de marché significative.

3. Contrats de couvertures de change sur transactions en devises

Le Groupe utilise principalement des contrats à terme pour couvrir le risque de change lié aux transactions inscrites au bilan. Les contrats de couvertures de transactions futures représentent 103 millions d'euros équivalents sous forme de contrats à terme, et sont valorisés à (1,8) million d'euros.

Classification des couvertures et utilisation des produits dérivés.

Type de couverture	Description de l'instrument financier	Montant en millions d'euros	Risque couvert	Juste valeur à la clôture en millions d'euros
Couverture de juste valeur				
Couverture de risque de taux	Swaps de taux	46	Risque de taux sur une dette à taux fixe	1,6
Couverture de risque de taux et de change	Cross currency Swaps et contrats de change à terme	1 033	Risque de change et de taux sur une dette libellée en devise	(60,1)
Couverture de flux de trésorerie				
Couverture de risque de taux	Swaps	1 873	Risque de variations sur les flux d'intérêts d'une dette à taux variable	46,2
	Caps	1 608	Risque de variations sur les flux d'intérêts d'une dette à taux variable	10,6
Couverture de risque de change	Options de change	79	Risque de change sur des transactions futures hautement probables	6,0
Trading				
Couverture de risque de change	Swaps de change	1 046	Risque de change sur les financements intragroupes	20,2
Couverture de risque de taux	Swaps de taux	79	Risque sur les variations de flux d'intérêts d'une dette à taux variable	0,3
	Caps	79	Risque sur les variations de flux d'intérêts d'une dette à taux variable	0,5

NOTE 17 – DETTES D'EXPLOITATION

Les dettes d'exploitation sont détaillées ci-dessous :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005	01.07.2004
Fournisseurs	868	465	468
Dettes fiscales et sociales	462	265	265
Autres dettes d'exploitation	398	142	122
Autres créiteurs	798	63	125
Total	2 526	934	980

La majorité des dettes d'exploitation sont à une échéance inférieure à un an.

Les autres créiteurs se composent essentiellement des dettes fiscales.

NOTE 18 – NOTES SUR LE TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE

1. Variation du besoin en fonds de roulement

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005
Stocks nets	55	(13)
Créances d'exploitation nettes	3	(43)
Dettes d'exploitation	(89)	6
Autres variations	269	28
Total	238	(23)

2. Acquisitions d'immobilisations financières

Les acquisitions d'immobilisations financières concernent principalement l'acquisition d'Allied Domecq, payée pour partie en numéraire pour 8,8 milliards d'euros.

3. Cessions d'immobilisations financières

Les cessions d'immobilisations financières se composent essentiellement des cessions de Dunkin' Brands Inc, Britvic Plc et The Old Bushmills Distillery.

4. Souscription d'emprunts

Comme indiqué à la note 14, un crédit syndiqué a été souscrit pour financer l'acquisition d'Allied Domecq.

5. Remboursement d'emprunts

Les cessions d'immobilisations financières ont permis de rembourser le crédit syndiqué souscrit en 2004 ainsi qu'une partie du crédit syndiqué souscrit en août 2005.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 19 – CAPITAUX PROPRES

1. Capital social

Le capital social du Groupe a évolué de la manière suivante entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2006 :

	Nombre de titres	Montant en millions d'euros
Capital social au 30 juin 2004	70 484 081	219
Capital social au 30 juin 2005	70 484 081	219
Augmentation de capital du 26 juillet 2005	17 483 811	54
Augmentation de capital du 31 août 2005	3 395 754	11
Augmentation de capital du 9 septembre 2005	2 308 584	7
Levée d'options de souscription - plan de stock-options du 18 décembre 2001	83 807	-
Levée d'options de souscription - plan stock-options du 18 décembre 2001 (janvier à juin 2006)	223 352	1
Levée d'options de souscription - plan stock-options du 11 février 2002 (janvier à juin 2006)	82 050	-
Capital social au 30 juin 2006	94 061 439	292

Toutes les actions Pernod Ricard sont émises et entièrement libérées pour une valeur nominale de 3,10 euros.

2. Titres autodétenus

Au 30 juin 2006, Pernod Ricard SA et ses filiales contrôlées détenaient 3 167 125 titres Pernod Ricard intégralement destinés aux plans de stock-options pour une valeur de 289 millions d'euros.

Ces titres autodétenus sont présentés en déduction des capitaux propres à leur coût d'acquisition.

3. Dividendes versés et proposés

Suite au Conseil d'Administration du 21 septembre 2005 et à l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005, le Groupe a versé, le 17 novembre 2005, le solde sur dividendes de l'exercice de 18 mois clos le 30 juin 2005 pour 1,08 euro par action. Le dividende total au titre de l'exercice couvrant la période du 1^{er} janvier 2004 au 30 juin 2005 s'élève à 3,22 euros par action.

NOTE 20 – STOCK-OPTIONS

Plans d'option de souscription ou d'achat d'actions

Les plans d'option, accordés après le 7 novembre 2002 et non encore exerçables au 1^{er} juillet 2004, sont valorisés à leur juste valeur à la date d'attribution selon le modèle binomial et donnent lieu à la comptabilisation d'une charge sur la période d'acquisition des droits d'exercice par les salariés. Les plans concernés sont les plans n° 10 à 14. Le Conseil d'Administration du 25 juillet 2005 a approuvé le plan de souscription d'options n° 13, qui prévoit l'attribution de 380 355 options, pouvant être exercées à compter du 12 août 2009. Le Conseil d'administration du 14 juin 2006 a approuvé le plan de souscription n° 14, qui prévoit l'adoption de 888 867 options et 104 318 SARs (Stock Appreciation Rights), pouvant être exercés à compter du 14 juin 2010. Les SARs ne donnent pas droit à des titres mais à un complément de rémunération.

Les plans de stock-options sont accordés aux cadres à haut-niveau de responsabilité ou des cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions.

	Plan n° 1	Plan n° 2	Plan n° 3	Plan n° 4	Plan n° 5	Plan n° 6	Plan n° 7
Date du Conseil d'Administration	19.12.1996	19.12.1997	28.01.1999	27.01.2000	27.09.2000	19.12.2000	19.09.2001
Nature des options	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat	Achat
Nombre de bénéficiaires	297	160	182	180	2	204	10
Nombre total des options pouvant être souscrites	1 044 760	304 422	291 427	333 604	75 000	374 953	48 346
Dont par les mandataires sociaux du Groupe	70 500	66 058	26 079	32 275	75 000	37 640	
Dont par les 10 premiers attributaires salariés du Groupe	96 000	48 081	57 260	56 496		62 258	48 343
Levées possibles des options à partir de	20.12.1996	22.12.2002	29.01.2002	28.01.2003	28.09.2003	20.12.2003	20.09.2005
Cessions possibles des options à partir de	20.12.1996	22.12.2002	29.01.2004	28.01.2005	28.09.2005	20.12.2005	20.09.2005
Date d'expiration	19.12.2006	19.12.2007	28.01.2009	27.01.2010	27.09.2010	19.12.2010	19.09.2011
Prix de souscription ou d'achat en euros	32,44	36,71	45,36	47,92	43,60	46,64	62,96
Options souscrites au 30.06.2006	974 786	249 240	218 568	190 534	67 600	167 933	3 423
Options annulées durant l'exercice							
Options non exercées au 30.06.2006	50 224	37 980	53 736	128 536	7 400	200 598	44 923
Charge de stock-options (en milliers d'euros)							

	Plan n° 8	Plan n° 9	Plan n° 10	Plan n° 11	Plan n° 12	Plan n° 13	Plan n° 14
Date du Conseil d'Administration	18.12.2001	11.02.2002	17.12.2002	18.12.2003	02.11.2004	25.07.2005	14.06.2006
Nature des options	Souscription	Souscription	Souscription	Achat	Achat	Achat	Achat
Nombre de bénéficiaires	367	84	398	418	459	485	555
Nombre total des options pouvant être souscrites	832 202	139 004	863 201	631 497	756 744	378 309	888 867
Dont par les mandataires sociaux du Groupe	104 348		69 370	41 184	53 122	44 701	79 092
Dont par les 10 premiers attributaires salariés du Groupe	109 723	27 318	95 074	52 903	64 609	44 228	60 717
Levées possibles des options à partir de	19.12.2005	12.02.2006	18.12.2006	19.12.2007	18.11.2008	12.08.2009	15.06.2010
Cessions possibles des options à partir de	19.12.2005	12.02.2006	18.12.2006	19.12.2007	18.11.2008	12.08.2009	15.06.2010
Date d'expiration	18.12.2011	11.02.2012	17.12.2012	18.12.2013	17.11.2014	11.08.2015	14.06.2016
Prix de souscription ou d'achat en euros	61,60	65,20	73,72	87,73	109,71	136,38	151,47
Options souscrites au 30.06.2006	307 916	82 050		2 225	300		
Options annulées durant l'exercice	3 564			2 077	3 478	980	
Options non exercées au 30.06.2006	501 039	38 071	844 876	624 049	752 966	377 329	888 867
Charge de stock-options (en milliers d'euros)			4 986	4 299	7 140	3 940	448

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Le Groupe a constaté une charge de 20,8 millions d'euros en résultat opérationnel au titre des plans n° 10 à 14 de stock-options au 30 juin 2006. Le détail concernant les options en circulation ainsi que son évolution au cours de l'exercice sont décrits ci-dessous :

	Plan n° 10	Plan n° 11	Plan n° 12	Plan n° 13	Plan n° 14	Nombre d'options	Prix d'exercice moyen pondéré
Date du Conseil d'Administration	17.12.2002	18.12.2003	02.11.2004	25.07.2005	14.06.2006		
Nature des options	Souscription	Achat	Achat	Achat	Achat		
Prix d'exercice	73,72	87,73	109,71	136,38	151,47		
Options en circulation au 30 juin 2005	844 876	626 126	756 744	378 309		2 606 055	96,63
Attribuées					888 867	888 867	151,47
Annulées		2 077	3 478	980		6 535	106,72
Exercées			300			300	109,71
Expirées							
Options en circulation au 30 juin 2006	844 876	624 049	752 966	377 329	888 867	3 488 087	110,59

Les hypothèses utilisées pour le calcul des juste-valeurs des options avec le modèle binomial ainsi que les termes d'attribution des options sont détaillés ci-dessous :

	Plan n° 10	Plan n° 11	Plan n° 12	Plan n° 13	Plan n° 14	Moyenne
Cours de l'action (en euros)	72,12	85,40	114,50	143,20	147,40	110,27
Prix d'exercice (en euros)	73,72	87,73	109,71	136,38	151,47	110,34
Volatilité attendue	30,00 %	30,00 %	30,00 %	30,00 %	30,00 %	30,00 %
Taux de dividendes attendu	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %
Taux sans risque	4,40 %	4,25 %	3,85 %	3,25 %	4,00 %	3,96 %
Juste valeur (en euros)	24,04	28,13	39,24	47,74	47,90	36,62

NOTE 21 – ENGAGEMENTS FINANCIERS ET LITIGES

En millions d'euros	Total	< 1an	> 1 an et < 5 ans	> 5 ans
Cautions et garanties données	3 775	331	3 082	361
Contrats d'approvisionnement irrévocables	525	139	295	90
Contrats de location simple	207	29	81	98
Autres engagements contractuels	11	6	5	
Obligations contractuelles	743	174	381	188

1. Détail des principaux engagements

Dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq, des garanties de passif, notamment à caractère fiscal, ont été accordées. Des provisions ont été constituées à hauteur des risques tels qu'estimés par le Groupe (cf. note 13).

Principales cautions et garanties données :

- › le Groupe a garanti aux fonds de pension Allied Domecq les contributions dont sont redevables Allied Domecq Holdings Ltd et ses filiales. En outre, le Groupe a accordé une garantie au porteur d'obligations Allied Domecq dont le montant au 30 juin 2006 s'élève à 1 611 millions d'euros ;
- › en août 2005, le Groupe s'est porté garant auprès de ses filiales EVC, Chivas Brothers (Holdings) Limited et Pernod Ricard USA, au titre du crédit syndiqué mis en place pour l'acquisition d'Allied Domecq. Le montant actuellement garanti s'élève à 1 821 millions d'euros ;

- › en 2000, le Groupe s'est porté garant de sa filiale Irish Distillers Group Ltd au titre d'emprunts bancaires dont le solde restant dû s'élève à 22 millions d'euros ;
- › en 1998, le Groupe s'est porté garant de sa filiale Pernod Ricard Finance SA au titre d'emprunts bancaires dont le solde restant dû s'élève à 46 millions d'euros ;
- › en 1995, le Groupe s'est porté garant des programmes de billets de trésorerie émis par sa filiale Pernod Ricard Finance SA dont le montant au 30 juin 2006 s'élève à 270 millions d'euros ;
- › Pernod Ricard a, dans le cadre de la section 17, "Companies (amendment) Act, 1986 (Republic of Ireland)", garanti irrévocablement les passifs, au titre de l'exercice 2005/2006, des filiales suivantes : Comrie Ltd, Irish Distillers Group Ltd, Irish Distillers Ltd, The West Coast Cooler Co Ltd, Watercouse Distillery Ltd, Fitzgerald & Co Ltd, Ermine Ltd, Gallwey Liqueurs Ltd, Smithfield Holdings Ltd, Irish Distillers Holding Ltd.

2. Obligations contractuelles

Dans le cadre de leur activité de production de vin ou de champagne, les filiales australienne Orlando Wyndham et française Mumm Perrier-Jouët sont engagées à hauteur de, respectivement, 147,6 et 235 millions d'euros dans des contrats d'approvisionnement en raisin.

3. Litiges

En dehors des litiges liés aux activités courantes du Groupe et/ou non significatifs, les contentieux suivants doivent être signalés :

LITIGES RELATIFS AUX MARQUES

Havana Club

La marque "Havana Club" est détenue par une société, Havana Club Holding S.A.(HCH), cette dernière étant contrôlée par le Groupe. Les droits de propriété portant sur cette marque sont actuellement contestés en Espagne par une société concurrente du Groupe. En juin 2005, le Tribunal de Première Instance espagnol a confirmé les droits de HCH sur la marque "Havana Club" suite à une procédure intentée en 1999. Toutefois, les demandeurs ont fait appel devant l'Audience Provinciale de Madrid, qui devrait rendre sa décision avant fin 2007. Aucune provision n'a été comptabilisée dans les états financiers.

Champomy

Au cours de l'année 2001, l'Institut national des appellations d'origine (INAO) et le Comité interprofessionnel des vins de Champagne (CIVC) ont assigné Pernod Ricard et ses filiales devant les tribunaux de Paris pour demander la nullité des marques "Champomy" et l'interdiction d'en faire usage au motif que ces marques constituaient une violation de l'appellation d'origine Champagne. Ces marques ont, depuis, été cédées au groupe Cadbury Schweppes. Cependant, Pernod Ricard a garanti à l'acquéreur la validité de ces marques et verrait sa responsabilité contractuelle engagée au cas où les marques "Champomy" seraient annulées. Par un jugement du 10 mai 2006, le Tribunal de Grande Instance de Paris a débouté l'INAO et le CIVC de l'ensemble de leurs demandes. Ce jugement n'est néanmoins pas définitif puisque l'INAO et le CIVC en ont interjeté appel.

LITIGES COMMERCIAUX

Plainte déposée par la République de Colombie contre Pernod Ricard, Seagram Llc et Diageo Plc.

En octobre 2004, la République de Colombie, ainsi que diverses administrations régionales colombiennes, ont porté plainte devant le Tribunal de Première Instance du District Est de New York contre Pernod Ricard, Pernod Ricard USA Llc, Diageo Plc, Diageo North America Inc. (anciennement dénommée Heublein Inc., puis UDV North America Inc., puis Guinness UDV America Inc.), United Distillers Manufacturing Inc., IDV North America Inc. et contre Seagram Export Sales Company Inc. .

Les plaignants prétendent que les sociétés visées ci-dessus auraient commis un acte de concurrence déloyale à l'encontre du gouvernement colombien (qui détient le monopole constitutionnel de production et de distribution des spiritueux) en vendant leurs produits par l'intermédiaire de circuits de distribution illicites et en recevant des paiements de sociétés impliquées dans le blanchiment d'argent. Pernod Ricard conteste cette plainte et se défend contre l'intégralité de ces allégations.

Actions collectives putatives (putative class actions) aux États-Unis Commercialisation des Spiritueux aux États-Unis

Allied Domecq Spirits & Wine Americas Inc., Allied Domecq Spirits & Wine USA, Inc. ainsi que la plupart des grandes sociétés de vins et spiritueux aux États-Unis, ont été citées à comparaître dans le cadre d'un certain nombre d'actions collectives putatives quasi identiques. Les demandeurs prétendent que les défendeurs se sont livrés à des pratiques complexes trompeuses visant à commercialiser des boissons alcoolisées à des mineurs. Parmi les motifs allégués figurent l'enrichissement illicite, la faute, la conspiration, la dissimulation frauduleuse et la violation de diverses lois étatiques assurant la protection des consommateurs. Ces actions ont été intentées dans les États du Colorado, de l'Ohio, de Caroline du Nord, du Wisconsin, du Michigan et de la Virginie Occidentale, ainsi que dans le District de Columbia. Allied Domecq a été cité à comparaître pour des actions intentées dans les états de l'Ohio, du Wisconsin, du Michigan et de la Virginie Occidentale.

Six de ces procédures – Colorado, Wisconsin, Ohio, Michigan, Virginie Occidentale et District de Columbia – ont été rejetées par les tribunaux compétents, et ont fait l'objet d'appel par les demandeurs. En revanche, les tribunaux n'ont pas encore statué sur les autres procédures. Ces procès se trouvent actuellement au stade de la communication des pièces et de la remise des conclusions aux parties. Par conséquent, il est trop tôt pour chiffrer le montant du préjudice éventuel.

À la connaissance de la société, il n'existe pas d'autre litige ou fait exceptionnel susceptible d'avoir un impact significatif sur le patrimoine et la situation financière du Groupe.

NOTE 22 – ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

Aucun événement post-clôture significatif n'a eu lieu.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 23 – LISTE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

La société Corby Distilleries Limited est consolidée par intégration globale du fait du taux de contrôle majoritaire dans cette société.

Sociétés	Pays	% d'intérêt 30.06.06	% d'intérêt 30.06.05	Méthode de consolidation
Pernod Ricard SA	France	Société mère	Société mère	N/A
Pernod Ricard Finance SA	France	100	100	I.G.
Santa Lina SA	France	100	100	I.G.
JFA SA	France	100	100	I.G.
Ricard SA	France	100	100	I.G.
Pernod SA	France	100	100	I.G.
Cusenier SA	France	100	100	I.G.
Société des Produits d'Armagnac SA	France	100	100	I.G.
Spirits Partners	France	100	100	I.G.
Pernod Ricard Europe SA	France	100	100	I.G.
Pernod Ricard Spain SA (ex-Larios Pernod Ricard SA)	Espagne	100	100	I.G.
Pernod Ricard Swiss SA	Suisse	99,65	99,65	I.G.
Distillerie F. LLI Ramazzotti SPA	Italie	100	100	I.G.
Somagnum	Portugal	94,62	94,62	I.G.
Pernod Ricard Deutschland GMBH	Allemagne	100	100	I.G.
Pernod Ricard Austria GMBH	Autriche	100	100	I.G.
Pernod Ricard Nederland BV	Pays-Bas	100	100	I.G.
EPOM Industrial and Commercial SA of Foods and Drinks	Grèce	99,96	99,96	I.G.
Pernod Ricard Minsk LLC	Biélorussie	99	99	I.G.
Pernod Ricard Ukraine SC with FI	Ukraine	100	100	I.G.
SC Pernod Ricard Romania SRL	Roumanie	100	100	I.G.
Georgian Wines and Spirits Company LLC	Georgie	90	90	I.G.
Pernod Ricard Latvia LLC	Lettonie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Estonia OÜ	Estonie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Hungary Import Szeszesital Kereskedelmi KFT	Hongrie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Belgium SA	Belgique	100	100	I.G.
Pernod Ricard Rouss CJSC	Russie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Sweden AB	Suède	100	100	I.G.
Pernod Ricard Denmark A/S	Danemark	100	100	I.G.
Pernod Ricard Finland OY	Finlande	100	100	I.G.
Tinville SAS	France	100	100	I.G.
Yerevan Brandy Company CJSC	Arménie	100	100	I.G.
Jan Becher - Karlovarska Becherovka, A/S	République tchèque	100	100	I.G.
SALB, SRO	République tchèque	100	100	I.G.
Pernod Ricard UK Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Pernod Ricard Asia SAS	France	100	100	I.G.
Pernod Ricard Japan K.K.	Japon	100	100	I.G.
Pernod Ricard Asia Duty Free Ltd	Chine	100	100	I.G.
Pernod Ricard Taiwan Ltd	Taiwan	100	100	I.G.
Pernod Ricard Thailand Ltd	Thaïlande	100	100	I.G.
Pernod Ricard Korea Co. Ltd	Corée du Sud	100	100	I.G.
Pernod Ricard Singapore PTE Ltd	Singapour	100	100	I.G.
Pernod Ricard Malaysia SDN BHD	Malaisie	100	100	I.G.
Martell Far East Trading Ltd	Chine	100	100	I.G.
Pernod Ricard (China) Trading Co Ltd	Chine	100	100	I.G.
Shanghai Yijia International Trading Co. Ltd	Chine	100	100	I.G.
Pernod Ricard North America SAS	France	100	100	I.G.
Établissements Vinicoles Champenois (EVC)	France	100	100	I.G.
Pernod Ricard USA	États-Unis	100	100	I.G.
Pernod Ricard CESAM (Central and South America)	France	100	100	I.G.

Sociétés	Pays	% d'intérêt 30.06.06	% d'intérêt 30.06.05	Méthode de consolidation
Pernod Ricard Argentina Corp.	Argentine	100	100	I.G.
Pernod Ricard Venezuela CA	Venezuela	100	100	I.G.
Pransur SA	Uruguay	100	100	I.G.
Pernod Ricard Chile SA	Chili	100	100	I.G.
Pernod Ricard Colombia SA	Colombie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Brasil Industria e Comercio PLLC	Brésil	100	100	I.G.
Pernod Ricard Uruguay SA	Uruguay	100	100	I.G.
Agros Holding SA	Pologne	100	99,97	I.G.
Wyborowa SA	Pologne	100	99,89	I.G.
Chivas Brothers (Holdings) Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Chivas 2000 UL	Royaume-Uni	100	100	I.G.
The Glenlivet Distillers Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Glenlivet Holdings Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Hill, Thomson & Co Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Chivas Brothers Ltd	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Pernod Ricard Travel Retail Europe	Royaume-Uni	100	100	I.G.
Irish Distillers Ltd	Irlande	100	100	I.G.
Fitzgerald & Co Ltd	Irlande	100	100	I.G.
Dillon Bass Ltd	Royaume-Uni	63	63	I.G.
Watercourse Distillery Ltd	Irlande	100	100	I.G.
Pernod Ricard South Africa PTY Ltd	Afrique du Sud	100	100	I.G.
Comrie Ltd	Irlande	100	100	I.G.
Martell Mumm Perrier-Jouët SAS	France	100	100	I.G.
Martell & Co SA	France	100	100	I.G.
Augier Robin Briand & Co. SA	France	100	100	I.G.
Sodovima (Société des Domaines Viticoles Martell) SA	France	100	100	I.G.
Renault Bisquit SA	France	100	100	I.G.
Pernod Ricard Pacific Holding Pty Ltd	Australie	100	100	I.G.
Pernod Ricard Pacific Pty Ltd	Australie	100	100	I.G.
Orlando Wyndham Group Pty Ltd	Australie	100	100	I.G.
Orlando Wyndham New Zealand Ltd	Australie	100	100	I.G.
Montana Group (NZ) Limited	Nouvelle-Zélande	100	N/A	I.G.
Peri Mauritius	Île Maurice	100	100	I.G.
Seagram India	Inde	100	100	I.G.
Seagram Distilleries (P) Limited	Inde	100	100	I.G.
Havana Club Internacional	Cuba	50	50	I.G.
AD Argentina SA	Argentine	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Australia Pty Ltd	Australie	100	N/A	I.G.
AD Agencies d.o.o. Bosnia	Bosnie	100	N/A	I.G.
AD Agencies Bulgaria EOOD	Bulgarie	100	N/A	I.G.
AD Brasil Comercio e Industria Ltda	Brésil	100	N/A	I.G.
Corby Distilleries Limited	Canada	46	N/A	I.G.
Hiram Walker and Sons Ltd	Canada	100	N/A	I.G.
ADCAN Management Company	Canada	100	N/A	I.G.
ADSW Switzerland	Suisse	100	N/A	I.G.
HW (International) AG	Suisse	100	N/A	I.G.
Kahlua AG	Suisse	100	N/A	I.G.
Allied Domecq AG (formerly Tia Maria AG)	Suisse	100	N/A	I.G.
Tia Maria Ltd	Suisse	75,61	N/A	I.G.
PRC Diffusion EURL	France	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Spirits & Wine (Shanghai) Trading Co Ltd	Chine	100	N/A	I.G.
AD sro - Czech Republic	République tchèque	100	N/A	I.G.
ADSW Danmark AS	Danemark	100	N/A	I.G.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Sociétés	Pays	% d'intérêt 30.06.06	% d'intérêt 30.06.05	Méthode de consolidation
ADSW Estonia AS	Estonie	100	N/A	I.G.
Domecq Bodegas	Espagne	98,58	N/A	I.G.
ADSW Finland Oy	Finlande	100	N/A	I.G.
Ballantine's Mumm Distribution SA	France	100	N/A	I.G.
Financière Moulins de Champagne S.A.S.	France	100	N/A	I.G.
GIE Mumm Perrier-Jouët Vignobles et Recherches	France	99,6	N/A	I.G.
G.H. Mumm & Cie - Sté Vinicole de Champagne Succéneur	France	99,6	N/A	I.G.
Champagne Perrier Jouet S.A.	France	99,5	N/A	I.G.
SA R & L Legras.	France	99,5	N/A	I.G.
ADG France SA	France	100	N/A	I.G.
Allied Domecq SA	France	100	N/A	I.G.
Allied Distillers Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADDF (UK) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Wine UK Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADSW Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADSW (Overseas) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Allied Domecq (Holdings) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Pensions Limited	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Medical Expenses Trust Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADFS PLC	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Overseas Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADO (Europe) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADO (Canada) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADSW Investments Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
EC Germany Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Bedminster Holdings Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD (Europe) Finance	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Hiram Walker and Sons (UK) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
HWGW (UK) Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Millstream Holdings Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Investment Holding Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
ADSW Investment Holding Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
AD Investments UK Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
CG Hibbert Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Spirits & Wine (China) Ltd	Chine	100	N/A	I.G.
AD Agencies d.o.o. - Croatia	Croatie	100	N/A	I.G.
AD Hungary Kft	Hongrie	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Irish Holdings	Irlande	100	N/A	I.G.
AD International Finance Co.	Irlande	100	N/A	I.G.
AD Bedminster Ireland	Irlande	100	N/A	I.G.
Portland Insurance Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Bedminster Jersey Ltd	Royaume-Uni	100	N/A	I.G.
Jinro Ballantines Co	Corée du Sud	70	N/A	I.G.
Bedminster (Luxembourg) SARL	Luxembourg	100	N/A	I.G.
ADSW Latvia	Lettonie	100	N/A	I.G.
Casa Pedro Domecq Mexico	Mexique	99,87	N/A	I.G.
ADSW Benelux B.V.	Pays-Bas	100	N/A	I.G.
AD International Holdings B.V.	Pays-Bas	100	N/A	I.G.
ADSW Norway	Norvège	60,00	N/A	I.G.
Pernod Ricard New Zealand Limited	Nouvelle-Zélande	100	N/A	I.G.
Millstream Finance	Nouvelle-Zélande	100	N/A	I.G.
Millstream Equities	Nouvelle-Zélande	100	N/A	I.G.
Pernod Ricard Philippines Inc	Philippines	100	N/A	I.G.

Sociétés	Pays	% d'intérêt 30.06.06	% d'intérêt 30.06.05	Méthode de consolidation
Ballantine's Polska Sp z.o.o. - Poland	Pologne	100	N/A	I.G.
ADSW (Romania) SA	Roumanie	51	N/A	I.G.
ADSW Sweden AB	Suède	100	N/A	I.G.
AD Agencies d.o.o. - Slovenia	Slovénie	100	N/A	I.G.
Allied Domecq Retailing Sweden	Suède	100	N/A	I.G.
AD Istanbul Dom. and Foreign Trade Ltd	Turquie	100	N/A	I.G.

NOTE 24 – NOTES EXPLICATIVES SUR LE PASSAGE AUX NORMES IFRS 30 JUIN 2005

1. Compte de résultat IFRS

Le tableau ci-dessous présente un rapprochement entre le compte de résultat consolidé établi selon les normes françaises et le compte de résultat consolidé établi selon les normes IFRS.

En millions d'euros Sur 12 mois	Normes Françaises format IFRS 30.06.2005	Ajustements IFRS	IFRS 30.06.2005
Chiffre d'affaires	3 674	(62)	3 611
Coûts des ventes	(1 256)	(199)	(1 455)
Marge brute	2 418	(261)	2 156
Frais publi-promotionnels et de distribution	(981)	238	(743)
Contribution après frais publi-promotionnels	1 436	(23)	1 413
Frais commerciaux et généraux	(688)	3	(685)
Résultat opérationnel courant	748	(20)	729
Autres produits et charges opérationnels	16	-	16
Résultat opérationnel	765	(20)	745
Frais financiers nets	(98)	-	(98)
Autres charges et produits financiers	6	4	10
Résultat financier	(92)	4	(88)
Impôt sur les bénéfices	(173)	10	(163)
Résultat net des activités poursuivies	499	(6)	493
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-	-	-
Amortissement des goodwill	(15)	15	-
Résultat net	484	9	493
Résultat net attribuable aux intérêts minoritaires	(9)	-	(9)
Résultat net part du Groupe	475	9	484
Résultat par action			
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	6,82		7,55
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	6,44		6,81

Détail dans le tableau de passage du compte de résultat en annexe 1.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

2. Bilan IFRS ⁽²⁾

Le tableau ci-dessous présente un rapprochement entre le bilan consolidé établi selon les normes françaises et le bilan consolidé établi selon les normes IFRS.

Actif

En millions d'euros	Normes Françaises Valeur nette 01.07.2004	Reclassements et retraitements IFRS Valeur nette	IFRS Valeur nette 01.07.2004	IFRS Valeur nette 30.06.2005
Actifs non courants				
Immobilisations incorporelles	2 007	(30)	1 978	1 993
<i>Goodwill</i>	193	35	228	217
Immobilisations corporelles	824	(13)	811	853
Actifs biologiques	-	17	17	19
Actifs financiers non courants	138	(14)	124	80
Actifs d'impôt différé	320	14	334	354
Actifs non courants	3 482	10	3 492	3 515
Actifs courants				
Stocks et en-cours	2 163	6	2 169	2 179
Créances d'exploitation et autres créances	931	(14)	917	1 178
Autres actifs financiers	175	(131)	44	10
Trésorerie et équivalents de trésorerie	120	(2)	118	125
Primes de remboursement des obligations	35	(35)	-	-
Actifs courants	3 424	(177)	3 247	3 493
Total Actif	6 906	(167)	6 739	7 007

(2) Détail du bilan IFRS en annexes 5 et 6.

Passif

En millions d'euros	Normes Françaises 01.07.2004	Reclassements et retraitements IFRS	IFRS 01.07.2004	IFRS 30.06.2005
Capital	219	-	219	219
Primes d'émission	38	-	38	38
Réserves et écarts de conversion	2 389	(536)	1 853	1 789
Résultat net part du Groupe	169	-	169	484
Capitaux propres Groupe	2 814	(536)	2 278	2 530
Intérêts minoritaires	28	1	29	35
dont résultat attribuable aux intérêts minoritaires	4	-	4	9
Total capitaux propres	2 842	(535)	2 307	2 565
Provisions non courantes	464	(120)	344	367
Passifs d'impôt différé	121	421	541	551
Emprunt obligataire convertible	548	(64)	484	502
Instruments dérivés non courants	-	(4)	(4)	(2)
Autres passifs financiers non courants	955	2	957	509
Passifs financiers non courants	1 503	(67)	1 436	1 009
Total passifs non courants	2 088	234	2 322	1 927
Provisions courantes	-	119	119	121
Dettes d'exploitation	892	88	980	934
Autres dettes d'exploitation	155	(83)	72	177
Autres passifs financiers courants	929	-	929	1 270
Instruments dérivés courants	-	10	10	13
Total passifs courants	1 976	134	2 110	2 514
Total passif et capitaux propres	6 906	(167)	6 739	7 007

(2) Détail du bilan IFRS en annexes 5 et 6.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Tableau de rapprochement des capitaux propres établis selon les normes françaises aux capitaux propres en normes IFRS du 1^{er} juillet 2004 au 30 juin 2005 :

En millions d'euros	01.07.2004	Résultat de l'exercice	Écart de conversion	Mouvements sur réserves	30.06.2005
Mouvements à la situation de clôture normes françaises	2 814	475	50	(238)	3 101
Retraitements IAS 32 - Élimination de titres d'auto-contrôle	(147)	-	-	(42)	(189)
Retraitements IAS 12 - Impôt différé sur les marques	(384)	2	(2)	3	(380)
Retraitements IFRS 2 - Paiements fondés sur des actions	-	(14)	-	14	-
Retraitements IFRS 3 - Amortissements goodwill	-	14	(10)	-	4
Retraitements IAS 32/39 - OCEANE	32	(7)	-	-	24
Retraitements IAS 32/39 - Autres	(13)	7	-	(9)	(15)
Autres retraitements IFRS	(1)	(1)	-	-	(1)
Effet impôt sur retraitements IFRS	(23)	8	-	2	(13)
Mouvements à la situation de clôture IFRS	2 278	484	38	(271)	2 530

3. Contexte de publication

En application du règlement n° 1606/2002 du Conseil européen adopté le 19 juillet 2002, les sociétés cotées sur un marché réglementé de l'un des États membres doivent préparer, à compter des exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2005, leurs états financiers consolidés selon les International Accounting Standards adoptés au niveau européen (normes IAS ou normes IFRS - International Financial Reporting Standards, nouveau nom des IAS à compter de mai 2002).

En application d'une résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2004, l'exercice a été prorogé de six mois et a pris fin le 30 juin 2005. Les exercices ultérieurs auront pour date d'ouverture le 1^{er} juillet et pour date de clôture le 30 juin. En conséquence, les comptes consolidés de l'exercice 1^{er} juillet 2005 - 30 juin 2006 du Groupe sont élaborés conformément à ce corps de normes, qui requiert également un comparatif avec les comptes allant du 1^{er} juillet 2004 au 30 juin 2005, ci-après dénommé la Période, établis selon les mêmes principes. Afin de publier cette information comparative, le Groupe a préparé un bilan d'ouverture au 1^{er} juillet 2004, point de départ pour appliquer les IFRS. Les impacts de la transition sont enregistrés en capitaux propres à l'ouverture. Conformément à la recommandation de l'AMF relative à la communication financière pendant la période de transition, le Groupe Pernod Ricard a décidé de présenter ici l'impact chiffré du passage aux IFRS sur les états financiers 1^{er} juillet 2004 - 30 juin 2005.

Ces informations financières sur l'impact chiffré attendu du passage aux IFRS ont été préparées en appliquant aux données de la Période les normes et interprétations IFRS que le Groupe estime devoir appliquer pour la préparation de ses comptes consolidés comparatifs au 30 juin 2005. La base de préparation de ces informations financières décrite en notes résulte en conséquence :

- › des normes et interprétations IFRS applicables de manière obligatoire au 30 juin 2005 telles qu'elles sont connues à ce jour ;
- › des normes et interprétations IFRS d'application obligatoire postérieure à 2005 pour lesquelles le Groupe a décidé d'une application anticipée ;
- › de la résolution que le Groupe anticipe à ce jour des questions techniques et des projets en cours discutés par l'IASB et l'IFRIC et qui pourraient devoir être applicables lors de la publication des comptes consolidés de l'exercice 2005 ;

- › des options retenues et des exemptions utilisées qui sont celles que le Groupe retiendra selon toute vraisemblance pour l'établissement de ses premiers comptes consolidés IFRS en 2005.

4. Options de première application

IFRS 1 (première adoption des normes d'information financière internationales), prévoit qu'un premier adoptant puisse déroger à certaines des normes IFRS (essentiellement pour éviter une adoption rétrospective de certaines normes). Le Groupe a examiné tous les traitements possibles et a choisi d'opter pour les exemptions suivantes :

4.1. REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES

Le Groupe n'a pas revisité les méthodes comptables appliquées lors des acquisitions réalisées avant le 1^{er} juillet 2004.

4.2. ÉCARTS DE CONVERSION

Le Groupe a retenu l'option offerte par la norme IFRS 1 consistant à remettre à zéro les écarts de conversion précédemment calculés lors de la conversion des comptes des filiales étrangères en euros. Un montant de 176 millions d'euros a été reclassé de réserves de conversion en réserves consolidées au 1^{er} juillet 2004. Ce reclassement n'a pas d'impact sur les capitaux propres.

4.3. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

Le Groupe a utilisé l'option d'évaluation de certains actifs corporels et incorporels à la juste valeur dans le bilan d'ouverture. Cette option a été utilisée par exception et pour des montants non significatifs.

4.4. LES INSTRUMENTS FINANCIERS (IAS 32 & 39 RÉVISÉS)

Le Groupe applique ces deux normes révisées à compter du 1^{er} juillet 2004.

4.5. LES PAIEMENTS FONDÉS SUR DES ACTIONS (IFRS 2)

Le Groupe applique cette norme à compter du 1er juillet 2004 à tous les instruments octroyés après le 7 novembre 2002 et non encore acquis au 1er juillet 2004.

Le Groupe n'a pas retenu les autres exemptions possibles selon IFRS 1.

5. Différences entre les normes suivies par le Groupe (normes françaises) et les normes internationales (IAS/IFRS)

NOTE 1. IAS 18 - PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES

1. Frais publi-promotionnels

Dans les comptes consolidés établis selon les normes françaises, les frais de prestations commerciales payés par le Groupe à ses distributeurs sont généralement enregistrés dans les coûts promotionnels, compris dans la rubrique des frais publi-promotionnels.

En application d'IAS 18 (produits des activités ordinaires), certains coûts de prestations commerciales, comme les programmes de publicité en coopération avec les distributeurs, les coûts de référencement des nouveaux produits et les actions promotionnelles sur les lieux de vente, viennent en réduction du chiffre d'affaires s'il n'existe pas de service séparable dont la juste valeur puisse être mesurée de manière fiable.

Dans les comptes préparés selon les IFRS, le chiffre d'affaires et les frais publi-promotionnels sont par conséquent tous deux diminués d'environ 247 millions d'euros (Annexe 2) pour la Période. Ce reclassement n'a pas d'impact sur le résultat opérationnel ni sur le résultat net consolidé.

2. Duties

En application d'IAS 18, le Groupe a procédé, pour la Période, à un reclassement de 181 millions d'euros (Annexe 2) entre le coût des ventes et le chiffre d'affaires lié au traitement de certains droits d'importation en Asie, présentés en normes françaises en déduction de notre chiffre d'affaires hors droits et taxes (CA HDT). Ces droits n'étant pas spécifiquement refacturés aux clients (comme l'est par exemple la vignette Sécurité sociale en France), la norme IAS 18 impose une classification en "coût des ventes".

3. Escomptes

En application d'IAS 18, les escomptes de caisse accordés pour les règlements anticipés ne sont pas considérés comme des transactions financières mais constituent une déduction de notre chiffre d'affaires hors droits et taxes (CA HDT). Le Groupe a procédé à un reclassement de 9 millions d'euros (Annexe 2) pour la Période des charges financières en réduction du chiffre d'affaires.

NOTE 2. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

En application d'IAS 1 (présentation des états financiers), les éléments exceptionnels sont inclus dans le résultat opérationnel et présentés sur une ligne séparée du compte de résultat dénommée "Autres produits et charges opérationnels".

NOTE 3. IAS 12 - IMPÔTS SUR LES SOCIÉTÉS

1. Impôts différés sur les marques

En application du paragraphe 313 du règlement 99-02, les impôts différés sur les marques acquises dans le cadre de regroupements d'entreprises ne sont pas comptabilisés dans les comptes consolidés établis selon les normes françaises. La norme IAS 12 (impôts sur le résultat), ne prévoit pas une telle exception à la non-reconnaissance des impôts différés sur les marques. À compter du 1er juillet 2004, des passifs d'impôts différés sont donc comptabilisés au titre de la différence entre les valeurs comptables et fiscales des marques. Il en résulte une augmentation des impôts différés passifs à long terme de 384 millions d'euros (Annexe 5) au 1er juillet 2004 ayant pour contrepartie une diminution des capitaux propres totaux du même montant. Le même retraitement au 30 juin 2005 s'élève à 380 millions d'euros (Annexe 6).

2. Effet d'impôt sur les autres ajustements IFRS

Au 1er juillet 2004, le Groupe a enregistré 23 millions d'euros (Annexe 5) d'impôts différés sur tous les autres ajustements IFRS ayant créé une différence temporaire entre la valeur comptable et la valeur fiscale des actifs et passifs en contrepartie des capitaux propres. Au 30 juin 2005, l'effet d'impôt sur les autres ajustements IFRS a un impact de 10 millions d'euros sur la Période dont 8 millions d'euros sont reconnus au compte de résultat et 2 millions d'euros sont constatés directement en réserves.

NOTE 4. IAS 32/39 - INSTRUMENTS FINANCIERS

1. Instruments hybrides - OCEANE

Conformément à IAS 32 révisé (instruments financiers : informations à fournir et présentation), si un instrument financier comporte différents composants ayant, certains, des caractéristiques de dette et d'autres, de capitaux propres, l'émetteur doit classer ces différents composants séparément les uns des autres. Ainsi, un même instrument doit être, le cas échéant, présenté pour partie en dette et pour partie en capitaux propres. Cette catégorie d'instruments comprend les instruments financiers créant une dette pour l'émetteur et octroyant au porteur une option pour convertir cette dette en un instrument de capitaux propres de l'émetteur. Lorsque le montant nominal de l'instrument hybride est alloué entre sa composante dette et sa composante capitaux propres, la part capitaux propres est définie comme la différence entre la valeur nominale de l'émission et la composante dette. La composante dette, quant à elle, est calculée comme la valeur de marché d'une dette ayant des caractéristiques similaires mais ne comportant pas de composante capitaux propres.

Pernod Ricard a émis un emprunt de 488 749 999 euros représenté par 4 567 757 obligations à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange contre des actions existantes (OCEANE) de valeur nominale unitaire de 107 euros à jouissance du 13 février 2002. La durée de cet emprunt est de 5 ans et 322 jours à compter du 13 février 2002. L'amortissement normal s'effectue ainsi en totalité le 1er janvier 2008 par remboursement à un prix de 119,95 euros par OCEANE (soit un cours pivot de conversion de 95,96 euros suite à l'attribution gratuite d'action intervenue en 2003 décrite ci-dessous). Les OCEANE portent intérêt à un taux de 2,50 % l'an, payable à terme échu le 1er janvier de chaque année.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Principales caractéristiques de l'OCEANE :

- › délai d'exercice de l'option de conversion ou d'échange des OCEANE : à compter du 13 février 2002 jusqu'au 7^e jour ouvré qui précède la date de remboursement ;
- › à la suite de l'augmentation de capital, à compter du 14 février 2003, par incorporation de réserves et création d'actions nouvelles à raison d'une action nouvelle gratuite pour quatre anciennes, le ratio d'attribution des OCEANE a été ajusté, l'obligation donnant désormais droit à la conversion et/ou l'échange d'une obligation pour 1,25 action Pernod Ricard ;
- › au 30 juin 2005, 4 567 614 titres OCEANE restent en circulation et peuvent donner droit à la conversion ou à l'échange de 5 709 518 actions Pernod Ricard (après ajustement résultant de l'augmentation de capital à effet du 14 février 2003).

Au 1^{er} juillet 2004, l'application rétrospective d'IAS 32 révisé aux OCEANE émises par le Groupe a un impact positif avant impôt de 32 millions d'euros (Annexe 5) sur les capitaux propres consolidés. Par ailleurs, les charges financières constatées au titre des OCEANE, et calculées selon la méthode du taux d'intérêt effectif, sont accrues de 7 millions d'euros (Annexe 3) sur la Période.

Conversion anticipée des OCEANE

La conversion anticipée des OCEANE, intervenue post-clôture, est considérée en IFRS comme une "induced conversion". En conséquence, les soultes (16,1 millions d'euros) et prime de conversion (20,5 millions d'euros) sont traitées comme des pénalités de conversion forcées et seront constatées en compte de résultat de l'exercice ouvert au 1^{er} juillet 2005. Le paragraphe suivant rappelle le montant de la composante dette et capitaux propres des OCEANE à la souscription, au 13 février 2002, puis indique l'impact d'une conversion anticipée sur les capitaux propres, les passifs financiers non courants et le résultat net dans les comptes IFRS au 30 juin 2005 (hors impact de la soulte et de la prime de conversion).

Rappel de la première comptabilisation des OCEANE (13 février 2002) :

Composante capitaux propres :	45 M€
Composante dette :	444 M€

Impact sur les capitaux propres :

Capitaux propres au 30 juin 2005 avant conversion :	2 565 M€
Augmentation des capitaux propres suite à la conversion :	+ 502 M€
Capitaux propres au 30 juin 2005 après conversion :	3 067 M€

Impact sur les passifs financiers non courants :

Dette nette au 30 juin 2005 avant conversion :	2 289 M€
Conversion des OCEANE :	- 502 M€
Dette nette au 30 juin 2005 après conversion :	1 787 M€

Impact sur le résultat net part du Groupe :

Résultat net part du Groupe au 30 juin 2005 avant conversion :	484 M€
Conversion des OCEANE :	+ 19 M€
Résultat net part du Groupe au 30 juin 2005 après conversion :	503 M€

2. Instruments financiers dérivés et application de la méthode du coût amorti

Dans les comptes consolidés établis selon les normes françaises, les instruments dérivés de taux d'intérêt et de change qualifiés de couverture sont reflétés comme des éléments hors bilan. Les pertes ou gains sur ces instruments dérivés sont différés jusqu'au moment où l'élément couvert est lui-même enregistré dans le compte de résultat.

En application d'IAS 39 révisé (instruments financiers : comptabilisation et évaluation), tous les instruments dérivés doivent être reflétés au bilan à leur juste valeur.

Si l'instrument dérivé est désigné comme couverture de juste valeur, les variations de valeur du dérivé et de l'élément couvert sont enregistrées en résultat sur la même période.

Si l'instrument dérivé est désigné comme couverture de flux de trésorerie, la variation de valeur de la partie efficace du dérivé est enregistrée dans les capitaux propres. Elle est constatée en résultat lorsque l'élément couvert est lui-même comptabilisé en résultat. En revanche, la variation de valeur de la partie inefficace du dérivé est enregistrée directement en résultat.

Par ailleurs, les actifs et passifs financiers portant intérêt sont reflétés au bilan consolidé à leur valeur historique, après prise en compte, éventuellement, d'une provision pour perte de valeur sur les actifs. Les produits et charges financiers relatifs à ces actifs et passifs sont calculés sur la base de leur taux d'intérêt facial, les frais d'émission encourus étant inscrits à l'actif du bilan et amortis sur la durée de vie des instruments.

IAS 39 révisé requiert que certains actifs et passifs financiers soient comptabilisés selon la méthode du coût amorti, sur la base du taux d'intérêt effectif. Ce calcul inclut tous les frais et commissions prévus au contrat entre les parties. Selon cette méthode, les frais directement attribuables à l'acquisition de la dette financière sont comptabilisés en résultat sur la base du taux d'intérêt effectif.

Au 1^{er} juillet 2004, l'enregistrement au bilan des instruments financiers dérivés à leur juste valeur et l'application de la méthode du coût amorti a un impact avant impôt négatif de 13 millions d'euros (Annexe 5) sur les capitaux propres consolidés.

Par ailleurs, le produit avant impôt constaté au titre des instruments financiers dérivés et de l'application de la méthode du coût amorti s'élève à 7 millions d'euros sur la Période.

Le même retraitement au 30 juin 2005 a un impact négatif sur la Période de 2 millions d'euros se décomposant en un impact positif de 7 millions d'euros en résultat et un impact négatif de 9 millions d'euros directement constaté en réserves (Annexes 3 et 6).

3. Actifs financiers

Conformément aux normes françaises et comme décrit dans les notes annexes aux comptes consolidés, le Groupe évalue ses titres de placements au plus bas du coût historique ou de la valeur nette de réalisation. Toute perte latente est enregistrée dans le résultat de la période. Les normes françaises ne prévoient pas l'évaluation à la juste valeur de ces titres.

Selon IAS 39 révisé, les titres de placement doivent être classés en trois catégories :

- › détenus à des fins de transaction (titres achetés et détenus principalement dans le but de les revendre à court terme) ;
- › détenus jusqu'à leur échéance (titres donnant droit à des paiements fixes et déterminables et à échéance fixée que le Groupe a l'intention expresse et la capacité de conserver jusqu'à maturité) ;
- › les titres disponibles à la vente (tous les titres non classés dans les deux catégories précédentes). La plupart des titres détenus par le Groupe sont classés dans la catégorie disponible à la vente et les pertes et gains latents sont enregistrés directement en capitaux propres.

Au 1^{er} juillet 2004, l'écart positif entre la valeur comptable des titres et leur valeur recouvrable s'élevait à 7 millions d'euros en contrepartie des capitaux propres (Annexe 5).

Au 30 juin 2005, le même retraitement a un impact positif de 3 millions d'euros sur les capitaux propres suite à des cessions sur la Période (Annexe 6).

4. Actions d'autocontrôle

Conformément aux normes françaises et comme décrit dans les notes annexes aux comptes consolidés, les actions d'autocontrôle destinées à couvrir des plans d'options d'achat d'actions octroyées aux employés sont classées en valeurs mobilières de placement (classées dans la "Trésorerie"). Les autres actions d'autocontrôle sont comptabilisées en réduction des capitaux propres pour leur coût d'acquisition.

En normes françaises, une provision est enregistrée en résultat pour les pertes latentes sur actions classées en valeurs mobilières de placement. Les variations de provision, y compris les reprises éventuelles subséquentes à des hausses de cours, sont enregistrées en charges ou produits financiers.

Au 1^{er} juillet 2004, Pernod Ricard SA détient 2 290 002 actions propres classées en valeurs mobilières de placement pour un coût de 127 millions d'euros (Annexe 5). Par ailleurs, SIFA, société consolidée par mise en équivalence détient 7 215 373 actions Pernod Ricard, la quote-part des titres Pernod Ricard revenant au Groupe s'élève à 20 millions d'euros (Annexe 5).

En IFRS, les actions propres sont comptabilisées à l'acquisition en diminution des fonds propres et les variations de valeur ne sont pas enregistrées. Lorsque les actions d'autocontrôle sont cédées, toute différence entre le coût d'acquisition et la juste valeur au jour de la cession est généralement enregistrée en variation des capitaux propres.

Au 1^{er} juillet 2004, l'impact sur les capitaux propres part du Groupe est une réduction de 147 millions d'euros (Annexe 5) relative au reclassement des actions d'autocontrôle classées en valeurs mobilières de placement en normes françaises et en contrepartie des titres mis en équivalence pour les titres détenus par SIFA.

Le même retraitement au 30 juin 2005 s'élève à 189 millions d'euros (Annexe 6).

NOTE 5. IFRS 3 - ÉVALUATION DES GOODWILL ET DES ACTIFS INCORPORELS

Dans les comptes consolidés établis selon les normes françaises, les marques qui ont été identifiées séparément lors de l'acquisition de sociétés ne sont pas systématiquement amorties et les goodwill sont systématiquement amortis sur une durée qui reflète, aussi raisonnablement que possible, les hypothèses retenues, les objectifs fixés et les perspectives envisagées au moment de l'acquisition. Les marques et les goodwill font l'objet de tests de perte de valeur au moins une fois par an. Un amortissement exceptionnel est comptabilisé lorsque leur valeur recouvrable devient durablement inférieure à leur valeur comptable.

En application d'IFRS 3 (regroupements d'entreprises) et IAS 38 révisé, les goodwill et les immobilisations incorporelles à durée de vie indéterminée ne doivent plus être amortis mais doivent faire l'objet de tests de perte de valeur au moins une fois par an.

Par conséquent, les dotations aux amortissements de goodwill comptabilisées dans le compte de résultat consolidé établi selon les normes françaises (14 millions d'euros (Annexe 1) sur la Période) sont annulées dans les comptes établis selon les IFRS.

NOTE 6. IFRS 2 - PAIEMENTS FONDÉS SUR DES ACTIONS

Dans les comptes consolidés établis selon les normes françaises, les options de souscription ou d'achat d'actions ne sont pas valorisées et n'ont aucun impact sur le compte de résultat consolidé.

En application d'IFRS 2 (paiements fondés sur des actions), les options de souscription ou d'achat d'actions accordées aux salariés doivent être évaluées à leur juste valeur, laquelle juste valeur doit être constatée dans le compte de résultat sur la période d'acquisition des droits d'exercice par les salariés. La juste valeur des options a été déterminée en utilisant le modèle de valorisation binomiale, sur la base d'hypothèses déterminées par la Direction.

Le Groupe a procédé à la valorisation de l'ensemble des options qui n'étaient pas exerçables au 1^{er} janvier 2004, attribuées après le 7 novembre 2002, date à partir de laquelle les attributions d'options doivent être traitées conformément à IFRS 2.

Au 1^{er} juillet 2004, l'application d'IFRS 2 n'a aucun impact sur le bilan consolidé ni sur les capitaux propres du Groupe.

Par ailleurs, le montant total de la charge sur la Période au titre des options d'achat d'actions s'élève à 14 millions d'euros (Annexe 1), comptabilisé en contrepartie des réserves.

Annexe 2. Norme IAS 18

En millions d'euros	Reclassements en application de l'IAS 18 Produits des activités ordinaires				Total	
	Sur 12 mois	Frais publi-promotionnels	Duties	Escompte		Services
Chiffre d'affaires		(247)	181	(9)	13	(62)
Coûts des ventes		-	(181)	-	(18)	(199)
Marge brute		(247)	-	(9)	(5)	(262)
Frais publi-promotionnels et de distribution		238	-	-	-	238
Contribution après frais publi-promotionnels		(9)	-	(9)	(5)	(24)
Frais commerciaux et généraux		9	-	-	5	15
Résultat opérationnel courant		-	-	(9)	-	(9)
Autres produits et charges opérationnels		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		-	-	(9)	-	(9)
Frais financiers nets		-	-	-	-	-
Autres charges et produits financiers		-	-	9	-	9
Résultat financier		-	-	9	-	9
Impôt sur les bénéficies		-	-	-	-	-
Résultat net des activités poursuivies		-	-	-	-	-
Quote-part dans le résultat des entreprises associées		-	-	-	-	-
Amortissement des goodwill		-	-	-	-	-
Résultat net		-	-	-	-	-
Résultat net attribuable aux intérêts minoritaires		-	-	-	-	-
Résultat net part du Groupe		-	-	-	-	-

Annexe 3. Normes IAS 32/39

En millions d'euros	Retraitements en application de l'IAS 32/39 Instruments financiers			Total
	Sur 12 mois	OCEANE	Autres	
Chiffre d'affaires		-	-	-
Coûts des ventes		-	-	-
Marge brute		-	-	-
Frais publi-promotionnels et de distribution		-	-	-
Contribution après frais publi-promotionnels		-	-	-
Frais commerciaux et généraux		-	(1)	(1)
Résultat opérationnel courant		-	(1)	(1)
Autres produits et charges opérationnels		-	-	-
Résultat opérationnel		-	(1)	(1)
Frais financiers nets		-	-	-
Autres charges et produits financiers		(7)	8	1
Résultat financier		(7)	8	1
Impôt sur les bénéficies		3	(2)	1
Résultat net des activités poursuivies		(5)	5	-
Quote - part dans le résultat des entreprises associées		-	-	-
Amortissement des goodwill		-	-	-
Résultat net		(5)	5	-
Résultat net attribuable aux intérêts minoritaires		-	-	-
Résultat net part du Groupe		(5)	5	-

Annexe 4. Les principaux agrégats financiers

En millions d'euros	Normes françaises format IFRS	Ajustements IFRS		IFRS
		En millions d'euros	En %	
Sur 12 mois	30.06.2005			30.06.2005
Chiffre d'affaires	3 674	(62)	(1,7) %	3 611
Marge brute	2 418	(261)	(10,8) %	2 156
Marge brute/CA en %	65,8 %			59,7 %
Chiffre d'affaires	3 674	(62)	(1,7) %	3 611
Frais publi-promotionnels	(830)	238	(28,7) %	(592)
Frais PP/CA en %	22,6 %			16,4 %
Chiffre d'affaires	3 674	(62)	(1,7) %	3 611
Résultat opérationnel	748	(20)	(2,6) %	729
Marge opérationnelle en %	20,4 %			20,2 %

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Annexe 5. Bilan d'ouverture IFRS

Le tableau ci-dessous présente un rapprochement entre le bilan consolidé établi selon les normes françaises et le bilan consolidé établi selon les normes IFRS.

Actif

En millions d'euros	01.07.2004 Normes françaises		IAS 32	IAS 32/39	IAS 39	IAS 32	Reclassements et retraitements		IFRS
	Valeur nette	IAS 12	OCEANE	Autres	Actifs financiers	Actions d'auto- contrôle	Autres	IFRS	Valeur nette 01.07.2004
Actifs non courants									
Immobilisations incorporelles	2 007						(30)	(30)	1 978
<i>Goodwill</i>	193						35	35	228
Immobilisations corporelles	824						(13)	(13)	811
Actifs biologiques	-						17	17	17
Actifs financiers non courants	138			-	7	(21)	-	(14)	124
Actifs d'impôt différé	320	14						14	334
Total de l'actif non courant	3 482	14	-	-	7	(21)	9	10	3 492
Actifs courants									
Stocks et en-cours	2 163						6	6	2 169
Créances d'exploitation et autres créances	931		(3)	(6)			(5)	(14)	917
Autres actifs financiers	175	-	-	(5)		(127)	-	(131)	44
Trésorerie et équivalents de trésorerie	120			(2)			(1)	(2)	118
Primes de remboursement des obligations	35		(35)	-			-	(35)	-
Total de l'actif courant	3 424	-	(39)	(12)	-	(127)	-	(177)	3 247
Total actif	6 906	14	(39)	(12)	7	(147)	10	(167)	6 739

Passif

En millions d'euros	Normes françaises 01.07.2004	IAS 12	IAS 12	IAS 32 OCEANE	IAS 32/39 Autres	IAS 39 Actifs financiers	IAS 32 Actions d'auto- contrôle	Autres	Reclassements et retraitements IFRS	IFRS Valeur nette 01.07.2004
Capital	219									219
Primes d'émission	38									38
Réserves et écarts de conversion	2 389	(384)	(23)	32	(13)	7	(147)	(8)	(536)	1 853
Résultat net part du Groupe	169									169
Capitaux propres Groupe	2 814	(384)	(23)	32	(13)	7	(147)	(8)	(536)	2 278
Intérêts minoritaires	28							1	1	29
dont résultat attribuable aux intérêts minoritaires	4									4
Total capitaux propres	2 842	(384)	(23)	32	(13)	7	(147)	(7)	(535)	2 307
Provisions non courantes	464							(120)	(120)	344
Passifs d'impôt différé	121	384	37						421	541
Emprunt obligataire convertible	548			(64)	-				(64)	484
Instruments dérivés non courants	-				(4)				(4)	(4)
Autres passifs financiers non courants	955			(6)				8	2	957
Passifs financiers non courants	1 503	-	-	(71)	(4)	-	-	8	(67)	1 436
Total passifs non courants	2 088	384	37	(71)	(4)	-	-	(112)	234	2 322
Provisions courantes								119	119	119
Dettes d'exploitation	892							88	88	980
Autres dettes d'exploitation	155				(4)			(79)	(83)	72
Autres passifs financiers courants	929									929
Instruments dérivés courants					10				10	10
Total passifs courants	1 976	-	-	-	6	-	-	128	134	2 110
Total passif et capitaux propres	6 906	-	14	(39)	(12)	7	(147)	9	(167)	6 739

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Annexe 6. Bilan IFRS au 30 juin 2005

Le tableau ci-dessous présente un rapprochement entre le bilan consolidé établi selon les normes françaises et le bilan consolidé établi selon les normes IFRS.

Actif

En millions d'euros	Normes françaises		IAS 32 OCEANE	IAS 32/39 Autres	IAS 39 Actifs financiers	IAS 32 Actions d'auto- contrôle	Autres	Reclassements et retraitements IFRS	IFRS Valeur nette 30.06.2005
	Valeur nette 30.06.2005	IAS 12							
Actifs non courants									
Immobilisations incorporelles	2 001						(8)	(8)	1 993
<i>Goodwill</i>	200						17	17	217
Immobilisations corporelles	868						(16)	(16)	853
Actifs biologiques	-						19	19	19
Actifs financiers non courants	95			-	3	(21)	2	(16)	79
Actifs d'impôt différé	328	26						26	354
Total de l'actif non courant	3 492	26	-	-	3	(21)	14	23	3 515
Actifs courants									
Stocks et en-cours	2 184						(5)	(5)	2 179
Créances d'exploitation et autres créances	1 174		(2)	(3)			9	4	1 178
Autres actifs financiers	180	-	-	(1)		(169)	-	(169)	10
Trésorerie et équivalents de trésorerie	128			(3)			-	(3)	125
Primes de remboursement des obligations	25		(25)	-			-	(25)	-
Total de l'actif courant	3 691	-	(28)	(6)	-	(169)	4	(199)	3 493
Total actif	7 183	26	(28)	(6)	3	(189)	18	(176)	7 007

Passif

En millions d'euros	Normes françaises 30.06.2005	IAS 12	IAS 12	IAS 32 OCEANE	IAS 32/39 Autres	IAS 39 Actifs financiers	IAS 32 Actions d'auto- contrôle	Autres	Reclassements et retraitements IFRS	IFRS 30.06.2005
Capital	219									219
Primes d'émission	38									38
Réserves et écarts de conversion	2 370	(383)	(21)	32	(22)	3	(189)	-	(580)	1 789
Résultat net part du Groupe	475	2	8	(7)	7			(1)	9	484
Capitaux propres Groupe	3 101	(380)	(13)	24	(15)	3	(189)	(1)	(571)	2 530
Intérêts minoritaires	34									35
dont résultat attribuable aux intérêts minoritaires	9									9
Total capitaux propres	3 135	(380)	(13)	24	(15)	3	(189)	-	(571)	2 565
Provisions non courantes	488							(121)	(121)	367
Passifs d'impôt différé	131	380	40						420	551
Emprunt obligataire convertible	548			(46)	-				(46)	502
Instruments dérivés non courants	-				(2)				(2)	(2)
Autres passifs financiers non courants	504			(6)	1			10	4	509
Passifs financiers non courants	1 052	-	-	(52)	(1)	-	-	10	(43)	1 009
Total passifs non courants	1 672	380	40	(52)	(1)	-	-	(111)	255	1 927
Provisions courantes								121	121	121
Dettes d'exploitation	907							28	28	934
Autres dettes d'exploitation	198				(2)			(19)	(22)	177
Autres passifs financiers courants	1 271								-	1 271
Instruments dérivés courants						13			13	13
Total passifs courants	2 376	-	-	-	10	-	-	129	139	2 514
Total passif et capitaux propres	7 183	-	26	(28)	(6)	3	(189)	18	(176)	7 007

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

→ **Comptes consolidés**

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 30 juin 2006

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Pernod Ricard relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2006, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

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. Ces comptes ont été préparés pour la première fois conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne. Ils comprennent à titre comparatif les données relatives à l'exercice clos le 30 juin 2005 retraitées selon les mêmes règles.

Opinion sur les comptes consolidés

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondage, 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 de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères, et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Comme il est précisé dans la note 1.6 de l'annexe aux comptes consolidés, la direction de votre Société procède à un certain nombre d'estimations et retient certaines hypothèses pour préparer ses états financiers. La note précise également que certaines circonstances pourraient conduire à des changements de ces estimations et que les résultats réels peuvent être différents. Ces estimations comptables significatives concernent les goodwill et immobilisations incorporelles, les provisions pour pensions et avantages postérieurs à l'emploi, les impôts différés et les provisions.

Conformément à la norme professionnelle applicable aux estimations comptables, nous avons notamment :

- › pour ce qui concerne les actifs mentionnés ci-dessus, apprécié les données et hypothèses sur lesquelles se fondent leurs estimations, en particulier les prévisions de flux de trésorerie établies par les directions opérationnelles de la Société, revu les calculs effectués par la Société et évalué les principes et méthodes de détermination des justes valeurs, comparé les estimations comptables des périodes précédentes avec les réalisations correspondantes, et examiné la procédure d'approbation de ces estimations par la direction ;
- › s'agissant des provisions, apprécié les bases sur lesquelles ces provisions ont été constituées, revu les informations relatives aux risques contenus dans l'annexe aux comptes consolidés et examiné la procédure d'approbation de ces estimations par la direction.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

Vérification spécifique

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et La Défense, le 6 octobre 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

Alain Penanguer

MAZARS & GUÉRARD

Frédéric Allilaire

Rapport financier

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

**Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Comptes sociaux

**223 Comptes sociaux**

- 223 Compte de résultat Pernod Ricard SA
- 224 Bilan Pernod Ricard SA
- 226 Tableau de financement Pernod Ricard SA
- 227 Analyse du résultat de Pernod Ricard Société mère

229 Annexe aux comptes sociaux de Pernod Ricard SA**238 Résultats financiers au cours
des cinq derniers exercices****239 Rappel des dividendes distribués
au cours des cinq derniers exercices****239 Inventaire des valeurs mobilières au 30 juin 2006****240 Rapport Général des Commissaires aux Comptes
sur les comptes annuels****241 Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes
sur les conventions réglementées**

Comptes sociaux

COMPTE DE RÉSULTAT PERNOD RICARD SA

Pour les exercices clos aux 30 juin 2006, 30 juin 2005 (18 mois et 12 mois), 30 juin 2004 (12 mois) et 31 décembre 2003 (12 mois)

En milliers d'euros	12 mois 30.06.2006	Publié 18 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois 30.06.2004 ⁽¹⁾	Publié 31.12.2003
Redevances	39 463	59 623	39 867	39 043	37 935
Autres produits	41 281	34 268	23 854	23 789	23 615
Reprises sur provisions	2 300	4 874	2 599	3 312	1 037
Total des produits d'exploitation	83 044	98 765	66 320	66 144	62 587
Services extérieurs	(78 352)	(89 124)	(61 685)	(57 362)	(60 545)
Impôts, taxes et versements assimilés	(2 730)	(6 016)	(3 148)	(5 711)	(4 079)
Charges de personnel	(26 958)	(38 085)	(25 006)	(23 929)	(22 658)
Dotations aux amortissements et aux provisions	(5 970)	(8 909)	(6 005)	(6 506)	(5 102)
Autres charges	(632)	(830)	(559)	(558)	(528)
Total des charges d'exploitation	(114 642)	(142 965)	(96 403)	(94 066)	(92 912)
Résultat d'exploitation avant opérations financières	(31 598)	(44 200)	(30 083)	(27 922)	(30 325)
Produits de participations	219 833	277 799	206 102	227 881	297 908
Autres intérêts et produits assimilés	77 692	12 072	7 215	8 847	7 973
Reprises sur provisions	4 809	5 577	682	6 376	6 837
Différences positives de change	84 994	27 983	24 823	(1 724)	392
Total des produits financiers	387 329	323 431	238 823	241 380	313 110
Dotations aux provisions	(6 032)	(21 126)	(11 527)	(12 584)	(14 641)
Intérêts et charges assimilés	(203 868)	(31 659)	(21 300)	(21 667)	(22 267)
Différences négatives de change	(83 588)	(399)	(298)	4 281	(2 230)
Total des charges financières	(293 489)	(53 185)	(33 125)	(29 970)	(39 138)
Résultat financier	93 840	270 246	205 697	211 410	273 972
Résultat courant	62 242	226 047	175 614	183 488	243 647
Résultat exceptionnel	(15 941)	(66 440)	(65 083)	(19 877)	(10 242)
Résultat avant impôt	46 302	159 607	110 532	163 611	233 405
Impôt sur les bénéfices	9 892	18 099	6 860	21 083	15 611
Résultat de l'exercice	56 194	177 706	117 392	184 694	249 016

(1) Comptes non audités.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ **Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

BILAN PERNOD RICARD SA

Pour les exercices clos aux 30 juin 2006 (12 mois), 30 juin 2005 (18 mois) et 31 décembre 2003 (12 mois)

Actif

En milliers d'euros	Notes	Valeur brute 30.06.2006	Amortissements et provisions	Valeur nette 30.06.2006	Publié Valeur nette 30.06.2005	Publié Valeur nette 31.12.2003
Immobilisations incorporelles	2	38 203	(5 321)	32 883	34 974	35 146
Fonds de commerce, marques et logiciels		38 203	(5 321)	32 883	34 974	35 146
Immobilisations corporelles		12 733	(6 271)	6 462	5 959	6 417
Terrains		948	-	948	948	948
Constructions		2 259	(1 317)	943	978	1 032
Installations techniques		50	(43)	7	13	22
Autres		9 475	(4 911)	4 564	4 020	4 415
Immobilisations financières	3	7 155 310	(72 208)	7 083 102	1 728 636	1 606 977
Participations		6 484 624	(72 184)	6 412 439	1 369 512	1 295 333
Créances rattachées à des participations	4	531 126	(23)	531 102	257 061	310 513
Prêts	4	9	-	9	9	18
Dépôts et cautions	4	1 174	-	1 174	1 191	1 113
Actions propres	4	138 378	-	138 378	100 863	-
Total actif immobilisé		7 206 247	(83 800)	7 122 447	1 769 570	1 648 540
Avances et acomptes versés sur commandes		429	-	429	648	969
Créances d'exploitation	4	6 716	-	6 716	22 618	23 525
Créances clients et comptes rattachés		-	-	-	5 839	12 057
Autres		6 716	-	6 716	16 779	11 468
Créances diverses	4	251 407	(14 392)	237 015	73 424	394 894
Valeurs Mobilières de Placement	5	151 149	(654)	150 496	168 505	120 372
Disponibilités		1 582	-	1 582	18	272
Total actif circulant		411 284	(15 046)	396 238	265 213	540 032
Charges constatées d'avance	6	5 867	-	5 867	2 910	1 043
Primes de remboursement des obligations	6	-	-	-	25 140	40 225
Charges à répartir sur plusieurs exercices	6	49	-	49	118	681
Écart de conversion - Actif	6	16 019	-	16 019	4 231	5 316
Total comptes de régularisation		21 935	-	21 935	32 399	47 265
Total de l'actif		7 639 466	(98 846)	7 540 621	2 067 181	2 235 837

Passif

En milliers d'euros	Notes	30.06.2006	Publié 30.06.2005	Publié 31.12.2003
Capital	7	291 590	218 501	218 501
Primes d'émission, de fusion, d'apport		2 539 287	37 712	37 712
Réserves		201 409	401 409	397 039
Réserves légales		21 850	21 850	17 480
Réserves réglementées		179 559	379 559	379 559
Autres réserves		195 013	-	-
Report à nouveau		364 691	425 817	325 568
Résultat de l'exercice		56 194	177 706	249 016
Provisions réglementées	9	111	118	129
Acompte dividendes en attente d'affectation		-	(150 836)	-
Total des capitaux propres	8	3 648 295	1 110 427	1 227 964
Provisions pour risques et charges	9	74 604	70 652	64 329
Dettes financières		2 739 538	583 966	663 691
Emprunts obligataires convertibles		-	547 885	547 902
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	4 et 13	2 708 363	7 569	85 067
Titres subordonnés à durée indéterminée (T.S.D.I.)	4 et 14	27 038	28 512	30 722
Emprunts et dettes financières diverses	4	4 136	-	-
Dettes d'exploitation	4	92 314	46 912	59 752
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		71 745	31 137	20 773
Dettes fiscales et sociales		20 569	15 775	38 979
Dettes diverses	4	973 210	240 661	137 610
Autres dettes		973 210	240 661	137 610
Total des dettes		3 805 061	871 539	861 053
Produits constatés d'avance	11	-	12 112	48 157
Écart de conversion - Passif	11	12 660	2 450	34 333
Total comptes de régularisation		12 660	14 562	82 490
Total du passif		7 540 621	2 067 181	2 235 837

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

TABLEAU DE FINANCEMENT PERNOD RICARD SA

Pour les exercices clos aux 30 juin 2006 (12 mois), 30 juin 2005 (18 mois) et 31 décembre 2003 (12 mois)

En milliers d'euros	12 mois 30.06.2006	Publié 18 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois ⁽¹⁾ 30.06.2004	Publié 31.12.2003
Opérations d'exploitation					
Résultat net	56 194	177 706	117 392	184 694	249 016
Dotations aux amortissements sur immobilisations	2 251	3 329	2 515	936	1 551
Variation des provisions	5 074	19 993	(8 636)	23 005	2 464
Moins-value/Plus-value sur cession d'immobilisations et autres éléments	(4 643)	(4 174)	-	-	(13 889)
Capacité d'autofinancement	58 876	196 854	111 271	208 635	239 142
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	(78 016)	(9 258)	5 431	134 523	107 962
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	(19 140)	187 596	116 702	343 158	347 104
Opérations d'investissement					
Acquisitions d'immobilisations non financières (nettes des cessions)	(684)	(2 364)	(1 653)	(1 758)	9 908
Acquisitions d'immobilisations financières (nettes des cessions)	(5 349 803)	(123 963)	(144 899)	23 831	52 931
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	(5 350 487)	(126 327)	(146 552)	22 073	62 839
Opérations de financement					
Émission OCEANE		-		-	-
Autres variations de Capital	2 514 029	(4 987)	(4 987)	-	-
Dividendes versés (y compris précompte)	(91 519)	(290 246)	(143 613)	(169 305)	(117 416)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement	2 422 510	(295 233)	(148 600)	(169 305)	(117 416)
Variation de l'endettement net	(2 947 117)	(233 964)	(178 450)	195 926	292 527
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(382 267)	(148 303)	(203 817)	(399 743)	(440 830)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(3 329 384)	(382 267)	(382 267)	(203 817)	(148 303)

Notice sur la présentation du tableau de financement :

La variation de l'endettement net se compose de la variation des emprunts, des dettes financières et de la trésorerie.

L'endettement net se décompose comme suit :

En milliers d'euros	12 mois 30.06.2006	Publié 18 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois 30.06.2005	Pro forma 12 mois ⁽¹⁾ 30.06.2004	Publié 31.12.2003
Émission OCEANE	-	(488 733)	(488 733)	(488 750)	(488 750)
Emprunts et dettes financières	(2 739 537)	(36 081)	(36 081)	(108 555)	(115 789)
Compte courant Pernod Ricard Finance	(742 578)	(27 064)	(27 064)	265 056	333 412
Valeurs Mobilières de Placement	151 149	169 593	169 593	128 392	122 552
Disponibilités	1 582	18	18	40	272
Endettement net à la clôture de l'exercice	(3 329 384)	(382 267)	(382 267)	(203 817)	(148 303)

(1) Comptes non audités.

ANALYSE DU RÉSULTAT DE PERNOD RICARD SOCIÉTÉ MÈRE

Relations Société mère – Filiales

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. Les relations entre Pernod Ricard et ses filiales consistent essentiellement à des facturations de redevances pour l'exploitation de marques dont Pernod Ricard est propriétaire, à des refacturations d'achats d'espaces publicitaires et à l'encaissement de dividendes.

Changement de date de clôture annuelle

En application d'une résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 17 mai 2004, les exercices ont pour date d'ouverture le 1^{er} juillet et pour date de clôture le 30 juin. L'exercice précédent a été prorogé de 6 mois et a ainsi commencé le 1^{er} janvier 2004 et a pris fin le 30 juin 2005 (18 mois).

Des comptes pro forma 12 mois ont été réalisés pour la période allant du 1^{er} juillet 2003 au 30 juin 2004 et pour la période allant du 1^{er} juillet 2004 au 30 juin 2005 afin de permettre la comparabilité des exercices. Ces comptes n'ont pas été audités.

Faits marquants de l'exercice

ACQUISITION D'ALLIED DOMECCQ

Le 26 juillet 2005, le Groupe Pernod Ricard a acquis 100 % du groupe Allied Domeccq pour un montant de 7,6 milliards de livres sterling (11 milliards d'euros), payés pour partie en numéraire (6,2 milliards de livres sterling) et pour partie en titres Pernod Ricard (1,4 milliard de livres sterling).

Parallèlement à l'acquisition d'Allied Domeccq, le Groupe Pernod Ricard a cédé certains actifs :

Cession à Fortune Brands

La cession des actifs suivants, pour 2,9 milliards de livres sterling (4,3 milliards d'euros), est intervenue entre le 27 juillet 2005 et le 27 janvier 2006. Les principaux actifs vendus à Fortune Brands sont :

- › le Gin Larios, initialement détenu par le Groupe ;
- › certaines marques de spiritueux d'Allied Domeccq, en particulier les marques de spiritueux Canadian Club, Courvoisier, Maker's Mark, Sauza et Laphroaig, les vins californiens dont la marque Clos du Bois (hors Mumm Cuvée Napa), ainsi que les réseaux de distribution et les principales marques locales d'Allied Domeccq en Espagne (DYC, Centenario, Castellana, Fundador), au Royaume-Uni (Harvey's, Cockburn's) et en Allemagne (Kuemmerling, Jacobi).

La contribution de Fortune Brands au financement de l'acquisition d'Allied Domeccq s'est effectuée par la voie d'une souscription par Fortune Brands à hauteur de 2,7 milliards de livres sterling d'actions à droit préférentiel (*tracker shares*) dans Goal Acquisitions Ltd, structure portant l'investissement du Groupe dans Allied Domeccq. Ces actions donnent à Fortune Brands un droit préférentiel

sur les distributions faites par Goal Acquisitions Ltd au titre des résultats provenant de la gestion ou de l'aliénation des actifs revenant à Fortune Brands. Cette participation s'est réduite au cours du temps au fur et à mesure que les actifs concernés ont été rétrocédés à Fortune Brands, entre le 27 juillet 2005 et le 27 janvier 2006. Un complément de prix de 0,2 milliard de livres sterling a été versé par Fortune Brands.

Cession de la participation dans Britvic Plc

Le 14 décembre 2005, le Groupe Pernod Ricard a cédé l'intégralité de sa participation dans Britvic Plc. Le Groupe a perçu 113,2 millions de livres sterling (167,9 millions d'euros) à l'occasion de l'introduction en bourse de cette société. Le Groupe avait reçu un dividende extraordinaire de 23,4 millions de livres sterling (34,5 millions d'euros) fin novembre 2005, préalablement à la cession.

Cession de Dunkin' Brands Inc (DBI)

Le 12 décembre 2005, le Groupe Pernod Ricard a annoncé la cession de DBI à un consortium d'investisseurs financiers composé de Bain Capital, The Carlyle Group et Thomas H. Lee Partners. Cet accord a été finalisé le 1^{er} mars 2006 pour un montant de 2 424 millions de dollars (2 028 millions d'euros).

Cession à Campari

Le 22 décembre 2005, le Groupe a signé un accord de cession de la marque, des stocks et des actifs rattachés au whisky Glen Grant pour 115 millions d'euros ainsi que les marques et stocks Old Smuggler, et Braemar pour 15 millions d'euros. Ces transactions ont été clôturées au cours du premier trimestre 2006.

La prise de participation de Pernod Ricard SA dans Allied Domeccq se traduit par la détention de 19% de Goal Acquisitions (Holdings) Limited (GA(H)L) pour un montant de 2 028 millions d'euros en date du 26 juillet 2005. Ces titres ont fait l'objet d'un apport en date du 1^{er} août 2005 à Lina 3.

CONVERSION/REMBOURSEMENT DES OCEANE

Le 21 juillet 2005, l'Assemblée Générale des porteurs a décidé de modifier les conditions de placement de ces obligations et a concédé à Pernod Ricard une option de remboursement anticipé, en contrepartie du versement immédiat d'une soulte de 3,53 euros par OCEANE. Si Pernod Ricard décidait d'exercer son option, elle devrait également verser un complément de 4,50 euros par OCEANE présentée à la conversion.

En date du 28 juillet 2005, Pernod Ricard a décidé d'exercer cette option à effet du 20 septembre 2005. Les demandes de conversion ont été exercées à concurrence de 2 716 606 OCEANE le 31 août 2005 et 1 846 874 OCEANE le 9 septembre 2005. Compte tenu du ratio de conversion, 3 395 754 actions Pernod Ricard ont été créées le 31 août 2005 et 2 308 584 actions le 9 septembre 2005.

Le 20 septembre 2005, les 4 134 obligations restant en circulation ont été remboursées au prix unitaire de 114,52 euros, majoré de l'intérêt à payer au titre de la période courue entre le 1^{er} janvier 2005 et le 19 septembre 2005 (1,92014 euro par obligation), soit un total de 116,44 euros par OCEANE.

Ainsi, le 20 septembre 2005, il ne restait plus d'OCEANE en circulation.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ **Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

SIFA

La fusion-absorption de la Société Immobilière et Financière pour l'Alimentation (SIFA) par Pernod Ricard autorisée par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005, a pris effet le 16 janvier 2006. L'objectif de la fusion-absorption de SIFA par Pernod Ricard était de simplifier les structures de détention de Pernod Ricard. SIFA détenait 7 215 373 actions Pernod Ricard.

Ainsi, cette fusion a engendré une émission d'actions nouvelles de Pernod Ricard pour ce même nombre d'actions en rémunération de l'apport par SIFA.

L'opération n'a eu aucun impact sur la situation financière ou sur les résultats de Pernod Ricard car l'augmentation de capital destinée à rémunérer l'actif net de SIFA a été immédiatement compensée par une réduction de capital de même montant.

Résultat au 30 juin 2006 Exercice de 12 mois

Les commentaires ci après, portent sur le compte de résultat 2006 de 12 mois par rapport à l'exercice précédent 2005 de 18 mois et au pro forma 30 juin 2005 de 12 mois.

Les produits d'exploitation, qui incluent entre autres les redevances perçues au titre des marques appartenant à Pernod Ricard, se sont élevés à 83 millions d'euros au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006 contre 98,8 millions d'euros en 2005 (18 mois). Cette baisse des produits est en lien avec le décalage de 6 mois principalement sur les redevances de marques.

Les charges d'exploitation s'élèvent à 114,6 millions d'euros au 30 juin 2006 contre 143 millions d'euros en 2005. À période comparable, soit au 30 juin 2005 (pro forma de 12 mois), les charges de l'exercice augmentent de 18,2 millions d'euros dus aux effets de l'acquisition Allied Domecq (honoraires, commissions bancaires, etc.).

Le résultat d'exploitation au 30 juin 2006 passe ainsi de (44,2) millions d'euros à (31,6) millions d'euros.

Le résultat financier est positif de 93,8 millions d'euros contre 270,2 millions d'euros au 30 juin 2005.

Ce résultat est principalement composé des dividendes perçus de nos filiales et des frais financiers liés au crédit syndiqué finançant l'acquisition Allied Domecq.

Le résultat courant s'établit ainsi à 62,2 millions d'euros contre 226 millions d'euros.

Le résultat exceptionnel au 30 juin 2006 constitue une charge de 15,9 millions d'euros principalement liée aux frais d'acquisition d'Allied Domecq.

Enfin, l'impôt sur les bénéfices constitue un produit de 9,9 millions d'euros lié aux effets de l'intégration fiscale.

Par conséquent, le résultat net au 30 juin 2006 est bénéficiaire de 56,2 millions d'euros.

Annexe aux comptes sociaux de Pernod Ricard SA

Le total du bilan de l'exercice clos le 30 juin 2006 se monte à 7 540 620 604 euros. Le compte de résultat de l'exercice dégage un bénéfice de 56 193 656 euros. L'exercice a une durée de 12 mois du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006.

Les notes n° 1 à 22 ci-après, présentées en milliers d'euros, font partie intégrante des comptes 2005/2006.

NOTE 1 – RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les comptes 2006 sont établis conformément à la réglementation comptable française en vigueur. Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base qui ont pour objet de fournir une image fidèle de l'entreprise :

- › continuité de l'exploitation ;
- › permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre (à l'exception du changement de méthode comptable dont il est fait état dans la note 1) ;
- › indépendance des exercices.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits au bilan est celle, selon les cas, du coût historique, de la valeur d'apport ou de la valeur réévaluée.

1. Changement de méthode comptable

Nouvelle réglementation sur les actifs :

L'entrée en vigueur du règlement CRC 2004-06 et de l'avis du CNC 2004-15, relatifs à la définition, la comptabilisation et l'évaluation des actifs a conduit Pernod Ricard à modifier sa méthode de comptabilisation des frais de recherche d'antériorité et de dépôt de marque ou de renouvellement.

Ces frais, comptabilisés antérieurement au 1^{er} juillet 2005 en actifs incorporels, ont été reclassés au débit du compte report à nouveau pour 1 464 milliers d'euros. Tandis que les frais relatifs à l'exercice 2005/2006 ont été comptabilisés en charge d'exploitation sur l'exercice.

À l'exception de l'impact mentionné ci-dessus, l'entrée en vigueur du règlement CRC 2004-06, relatif à la définition, la comptabilisation et l'évaluation des actifs et des règlements 2003-07 et 2002-10, relatifs à l'amortissement et à la dépréciation des actifs, n'a pas eu d'incidence significative.

2. Immobilisations incorporelles

Les marques dégagées à l'occasion de la fusion entre les sociétés Pernod et Ricard en 1975 et lors de fusions ultérieures constituent l'essentiel des immobilisations incorporelles.

Les logiciels sont amortis entre 1 et 3 ans, selon leur durée probable d'utilisation.

3. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations) et les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue :

Constructions	entre 20 et 50 ans (linéaire)
Agencements et aménagements des constructions	10 ans (linéaire)
Matériel	5 ans (linéaire/dégressif)
Mobilier, matériel de bureau	10 ans linéaire ou 4 ans dégressif

4. Immobilisations financières

La valeur brute des titres est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires, après réévaluations légales le cas échéant.

Lorsque la valeur d'utilité des titres est inférieure à la valeur nette comptable, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

La valeur d'utilité est déterminée en fonction d'une analyse multicritère tenant compte notamment de la quote-part des capitaux propres de la filiale que ces titres représentent, de la valeur de rendement et du potentiel économique et financier de la filiale considérée, en faisant notamment référence à l'actif net réévalué.

Le poste actions propres inclut uniquement les plans de stock-options attribués aux salariés à compter de cet exercice.

5. 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 nette comptable.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

6. Valeurs mobilières de placement

Ce poste inclut les actions propres acquises dans le cadre d'options d'achat d'actions attribuées aux salariés au 30 juin 2005.

Pour faire face à la charge liée à la levée d'options probable, une provision pour dépréciation est constituée à la clôture de l'exercice de mise en place du plan si le prix d'achat fixé dans le plan est inférieur au prix d'acquisition de l'action par Pernod Ricard.

7. Provisions pour risques et charges

Les provisions pour risques et charges sont comptabilisées conformément au règlement CRC 2000-06 du 7 décembre 2000 sur les passifs.

Ce règlement prévoit qu'un passif est comptabilisé lorsque l'entité a une obligation à l'égard d'un tiers et qu'il est probable ou certain que cette obligation provoquera une sortie de ressources au bénéfice de ce tiers, sans contrepartie au moins équivalente attendue de celui-ci. Cette obligation doit exister à la date de clôture de l'exercice pour pouvoir être comptabilisée.

8. Conversion des dettes et créances en devises étrangères

La conversion des dettes, créances et disponibilités en devises est effectuée comme suit :

- › conversion de l'ensemble des dettes, créances et disponibilités libellées en devises aux taux en vigueur à la clôture ;
- › enregistrement des écarts par rapport aux valeurs d'origine dans les comptes de régularisation actif ou passif (écart de conversion) ;
- › constitution d'une provision pour risque de change pour les pertes latentes après prise en compte des éventuelles neutralisations d'opérations faisant l'objet d'une couverture de change.

NOTE 2 – IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Valeur brute

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Acquisitions	Cessions/Sorties	Au 30.06.2006
Fonds de commerce	915	-	-	915
Marques	34 740	-	(2 139)	32 601
Logiciels	3 962	725	-	4 687
Total	39 617	725	(2 139)	38 203

Amortissements

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Dotations	Reprises	Au 30.06.2006
Fonds de commerce	(915)	-	-	(915)
Marques	(648)	-	646	(2)
Logiciels	(3 080)	(1 324)	-	(4 404)
Total	(4 643)	(1 324)	646	(5 321)

Les cessions et reprises d'amortissements pour les marques sont principalement relatives au changement de méthode de comptabilisation des frais de dépôts de marques décrit dans la note 1, à hauteur de (2 110) milliers d'euros pour la valeur brute et 646 milliers d'euros pour l'amortissement.

9. Instruments financiers à terme

Les différences résultant des variations de valeur des instruments financiers utilisés dans le cadre d'opérations de couverture sont enregistrées en résultat de manière symétrique à la prise en compte des produits et charges de l'élément couvert.

10. Impôt sur les bénéfices

Pernod Ricard bénéficie du régime d'intégration fiscale défini par la loi du 31 décembre 1987. Ce régime permet, sous certaines conditions, de compenser les résultats fiscaux des sociétés bénéficiaires par les déficits des autres sociétés. Le régime applicable est celui défini aux articles 223 A et suivants du Code général des impôts.

Chaque société du groupe fiscal calcule et comptabilise sa charge d'impôt comme si elle était imposée séparément.

Par un courrier en date du 26 mars 2004 déposé auprès de la DGE (IFU 1), Pernod Ricard en tant que société tête de groupe d'intégration fiscale et ses filiales intégrées, ont notifié leur décision de porter la date de clôture de leurs exercices au 30 juin de chaque année au lieu du 31 décembre de chaque année, et ce en vertu des dispositions de l'article 223 A du Code général des impôts tel que modifié par l'article 97 de la loi de finances pour 2004.

Le résultat de l'intégration est compris dans le bilan de Pernod Ricard.

NOTE 3 – IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Valeur brute

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Acquisitions	Opération sur capital	Cessions	Reclassement	Au 30.06.2006
<i>Titres consolidés</i>	1 348 202	2 059 742	2 980 000	-	-	6 387 944
<i>Titres non consolidés</i>	3 540	-	-	(53)	-	3 487
<i>Autres participations</i>	99 139	56	-	(6 323)	-	92 872
<i>Avance sur titres</i>	321	-	-	-	-	321
Participations	1 451 202	2 059 798	2 980 000	(6 376)	-	6 484 624
Créances rattachées à des participations	257 140	2 059 892	-	(1 785 906)	-	531 126
Prêts	9	-	-	-	-	9
Dépôts et cautions	1 191	6	-	(23)	-	1 174
Actions propres	100 863	37 515	-	-	-	138 378
Total	1 810 405	4 157 211	2 980 000	(1 792 305)	-	7 155 310

Les mouvements sur opérations sur capital et créances rattachées à des participations concernent principalement notre filiale Comrie Ltd dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq.

Le nombre d'actions propres acquises pour 37 515 milliers d'euros dans le cadre du plan de stock-options de juin 2006 s'élève à 266 196 titres.

Provisions

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Dotations	Reprises	Au 30.06.2006
<i>Titres consolidés</i>	(2 752)	-	-	(2 752)
<i>Titres non consolidés</i>	(2 071)	-	53	(2 018)
<i>Autres participations</i>	(76 546)	-	9 453	(67 093)
<i>Avance sur titres</i>	(321)	-	-	(321)
Participations	(81 690)	-	9 506	(72 184)
Créances rattachées à des participations	(79)	-	56	(23)
Total	(81 769)	-	9 562	(72 207)

Les reprises de provision sont principalement liées aux titres de participation des sociétés du périmètre de Seagram.

NOTE 4 – ÉTATS DES ÉCHÉANCES DES CRÉANCES ET DES DETTES

Créances

En milliers d'euros	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Créances rattachées à des participations	531 126	49 354	481 772
Prêts	9	-	9
<i>Autres immobilisations financières</i>	1 174	-	1 174
Actions propres : plans de stock-options	138 378	-	138 378
Créances et autres immobilisations financières	670 687	49 354	621 333
Actif circulant hors VMP/Disponibilités	258 553	220 677	37 876
Total	929 240	270 031	659 209

Dettes

En milliers d'euros	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont entre 1 et 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles	-	-	-	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	2 708 363	3 517	1 880 846	824 000
Titres Subordonnés à Durée Indéterminée (T.S.D.I.)	27 038	3 214	23 824	-
Emprunts et dettes financières diverses	4 136	4 136	-	-
Dettes d'exploitation	92 314	92 314	-	-
Dettes diverses	973 210	4 415	968 794	-
Produits constatés d'avance	-	-	-	-
Total	3 805 061	107 596	2 873 464	824 000

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ **Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 5 – VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

En milliers d'euros	Au 01.07.2005		Achat		Levée		Au 30.06.2006	
	Quantité	Valeur	Quantité	Valeur	Quantité	Valeur	Quantité	Valeur
Actions Pernod Ricard								
- valeur brute	2 302 718	169 556	8 581	830	406 947	19 273	1 904 352	151 113
- dépréciation	-	(1 051)	-	-	-	(434)	-	(617)
- valeur nette	2 302 718	168 505	8 581	830	406 947	18 839	1 904 352	150 496
Autres								
- valeur brute	-	37	-	-	-	-	-	37
- dépréciation	-	(37)	-	-	-	-	-	(37)
- valeur nette	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	2 302 718	168 505	8 581	830	406 947	18 839	1 904 352	150 496

Au 30 juin 2006, la valorisation des actions Pernod Ricard s'élève à 295 millions d'euros (valeur unitaire de marché de 155 euros) soit une plus-value latente de 144,7 millions d'euros.

NOTE 6 – COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Augmentation	Diminution	Au 30.06.2006
Charges constatées d'avance	2 910	4 540	(1 583)	5 867
Primes de remboursement des obligations	25 140	-	(25 140)	-
Charges à répartir sur plusieurs exercices	118	-	(69)	49
Écart de conversion - Actif	4 231	16 018	(4 231)	16 019
Total	32 399	20 558	(31 023)	21 935

La diminution du poste Primes de remboursement des obligations est due à la conversion de l'emprunt obligataire (OCEANE).

NOTE 7 – COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Au 30 juin 2006, le capital social se compose de 94 061 439 actions d'une valeur unitaire de 3,10 euros, pour un montant total de 291 590 460,90 euros.

NOTE 8 – CAPITAUX PROPRES

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Affectation du résultat 2005/2006	Distribution de dividendes	Autres	Résultat 2006 12 mois	Au 30.06.2006
Capital	218 501	-	-	73 089	-	291 590
Prime d'émission, de fusion et d'apports	37 712	-	-	2 501 575	-	2 539 287
Réserve légale	21 850	-	-	-	-	21 850
Réserves réglementées	379 559	(200 000)	-	-	-	179 559
Autres réserves	-	195 013	-	-	-	195 013
Report à nouveau	425 817	182 693	(242 355)	(1 464)	-	364 691
Résultat de l'exercice	177 706	(177 706)	-	-	56 194	56 194
Provisions réglementées	118	-	-	-	(7)	111
Acompte dividendes en attente d'affectation	(150 836)	-	150 836	-	-	-
Total	1 110 427	-	(91 519)	2 573 200	56 187	3 648 295

Les principaux mouvements sur capital de l'exercice se décomposent ainsi :

	Capital	Prime d'émission
Création de 17 483 811 titres liés à l'acquisition d'Allied Domecq	54 199	1 973 922
Création de 5 704 338 titres liés à la conversion de l'emprunt OCEANE	17 683	504 589
Création de 389 209 titres liés aux plans de souscription de stock-options	1 206	23 064

La diminution du poste Report à nouveau de 1 464 milliers euros est relative au changement de méthode comptable lié aux frais de dépôts de marques décrit dans la note 1.

NOTE 9 – PROVISIONS

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Augmentations de l'exercice	Reprises utilisées	Reprises non utilisées	Au 30.06.2006
Provisions réglementées					
Provision spéciale réévaluation	118	-	(7)	-	111
Total 1	118	-	(7)	-	111
Provisions pour risques et charges					
Provision pour pertes de change	3 501	5 015	(3 501)	-	5 015
Autres provisions pour risques	37 190	3 627	-	-	40 817
Provision pour risques	3 853	-	(2 093)	(299)	1 461
Provision pour engagements de retraite	26 108	3 503	(2 300)	-	27 311
Total 2	70 652	12 145	(7 894)	(299)	74 604
Provisions pour dépréciation					
Sur immobilisations incorporelles	915	-	-	-	915
Sur immobilisations financières	81 769	-	(9 561)	-	72 208
Sur créances diverses	12 829	3 535	(1 972)	-	14 392
Sur valeurs mobilières de placement	1 088	-	(434)	-	654
Total 3	96 601	3 535	(11 967)	-	88 169
Total général	167 371	15 680	(19 868)	(299)	162 884

Provisions pour risques et charges

- Les autres provisions pour risques concernent principalement des charges exceptionnelles de restructuration du réseau de distribution de Seagram acquis conjointement avec Diageo. Les dotations de la période sont liées aux opérations de liquidation de sociétés du périmètre Seagram.
- Les provisions pour risques sont relatives à des provisions sur les contrôles fiscaux des exercices antérieurs. La reprise utilisée de 2 millions d'euros correspond à des paiements effectués au cours de l'exercice.
- Les provisions pour retraites et autres avantages long terme consentis aux salariés sont présentées ci-dessous :

DESCRIPTION ET COMPTABILISATION DES ENGAGEMENTS

Les engagements de Pernod Ricard se composent :

- d'avantages long terme postérieurs à l'emploi consentis aux employés (indemnités de départ à la retraite, retraites, frais médicaux, etc.) ;
- d'avantages long terme pendant l'emploi consentis aux employés.

La dette relative à l'engagement net de la société concernant le personnel est comptabilisée en provision pour risques et charges au passif du bilan.

DÉTERMINATION DE L'ENGAGEMENT NET À PROVISIONNER

L'obligation actuelle de Pernod Ricard est égale à la différence, pour chaque régime, entre la valeur actuelle des engagements vis-à-vis du personnel et la valeur des actifs versés sur des fonds spécialisés pour les financer.

La valeur actuelle des engagements vis-à-vis du personnel est calculée selon la méthode prospective avec projection de salaire de fin de carrière (méthode des unités de crédit projetées). Le calcul est effectué à chaque clôture et les données individuelles concernant les salariés sont revues au minimum tous les 3 ans. Le calcul implique la prise en compte d'hypothèses économiques (taux d'inflation, taux d'actualisation, taux de rendement attendu sur actifs) et d'hypothèses sur le personnel (principalement : augmentation moyenne des salaires, taux de rotation du personnel, espérance de vie).

Au 30 juin 2006, le montant total des engagements s'élève à 45 910 milliers d'euros. Ces engagements sont provisionnés à hauteur de 27 311 milliers d'euros.

À titre indicatif, le taux d'inflation retenu lors de l'évaluation au 30 juin 2006 est de 2 %, le taux d'actualisation est de 4,75 % pour les indemnités de fin de carrière et de 5 % pour les frais de santé.

Les actifs de couverture sont évalués à leur valeur de marché à chaque clôture.

Rapport financierRenseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ Comptes sociauxPrésentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

TRAITEMENT DES ÉCARTS ACTUARIELS

Des écarts actuariels se créent essentiellement lorsque les estimations diffèrent de la réalité (par exemple sur la valeur attendue des actifs par rapport à leur valeur réelle à la clôture) ou lorsqu'il y a des modifications des hypothèses actuarielles long terme (par exemple : taux d'actualisation, taux d'évolution des salaires, etc.).

Les écarts ne sont provisionnés qu'à partir du moment où, pour un régime donné, ils représentent plus de 10 % de la valeur la plus élevée entre le montant de l'engagement brut et la valeur de marché des actifs de couvertures (principe du "corridor"). La constitution de la provision s'effectue linéairement sur le nombre moyen d'années d'activité restant à effectuer par les salariés du régime concerné (amortissement d'écarts actuariels).

**ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS
DES CHARGES DE L'EXERCICE**

La charge comptabilisée au titre des engagements décrits ci-dessus intègre :

- › la charge correspondant à l'acquisition d'une année de droits supplémentaires ;
- › la charge correspondant à la variation de l'actualisation des droits existants en début d'exercice, compte tenu de l'écoulement de l'année ;
- › le produit correspondant au rendement prévu des actifs ;
- › la charge ou le produit correspondant à l'amortissement d'écarts actuariels positifs ou négatifs ;
- › la charge ou le produit lié aux modifications des régimes ou à la mise en place de nouveaux régimes ;
- › la charge ou le produit lié à toute réduction ou liquidation de régime.

Provisions pour dépréciation

Les provisions pour dépréciation sur immobilisations financières intègrent notamment les dépréciations relatives aux titres de sociétés du périmètre Seagram destinées à être cédées ou liquidées. Les reprises de provision de la période sont liées aux opérations de liquidation de sociétés du périmètre Seagram.

Les provisions sur créances diverses sont relatives à des dépréciations de créances de sociétés du périmètre Seagram.

NOTE 10 – ÉLÉMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DU BILAN

En milliers d'euros	Montant concernant les entreprises	
	Liées	Avec lesquelles la Société a un lien de participation
Postes du bilan (valeur brute)		
Participations	6 391 409	93 215
Créances rattachées à des participations	531 126	-
Créances clients et comptes rattachés	-	-
Autres créances	187 523	11 066
Emprunts et dettes financières diverses	36 246	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	26 197	-
Autres dettes	941 318	18 272
Charges financières	11 341	-
Produits financiers	49 146	-

NOTE 11 – COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF

En milliers d'euros	Au 01.07.2005	Augmentations	Diminutions	Au 30.06.2006
Produits constatés d'avance	12 112	-	(12 112)	-
Écart de conversion - Passif	2 450	12 660	(2 450)	12 660
Total	14 562	12 660	(14 562)	12 660

NOTE 12 – PRODUITS À RECEVOIR ET CHARGES À PAYER

Produits à recevoir

En milliers d'euros	Montant
<i>Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan</i>	
Créances rattachées à des participations	36 666
Autres immobilisations financières	-
Créances clients et comptes rattachés	-
Autres créances ⁽¹⁾	169 290
Disponibilités	607
Total	206 563

(1) Correspond principalement aux refacturations aux filiales Pernod Ricard des frais d'acquisition liés à l'acquisition du groupe Allied Domecq.

Charges à payer

En milliers d'euros	Montant
<i>Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan</i>	
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	5 197
Dettes financières diverses	63
Dettes d'exploitation	70 463
Autres dettes	3 641
Total	79 364

NOTE 13 – EMPRUNTS ET DETTES AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT

En date des 2 et 18 août 2005, le Groupe Pernod Ricard a utilisé une partie des facilités octroyées par le contrat de crédit syndiqué multidevises signé le 21 avril 2005 pour un montant disponible de 6 340 millions d'euros (dont 1 750 millions multidevises) et 3 890 millions de dollars américains.

Au 30 juin 2006, le tirage de ce crédit bancaire s'élève à 2 343 millions d'euros, 2 659 millions de dollars américains et 8 000 millions de yens, soit un montant total de 4 489 millions d'euros.

Les facilités de crédit, renouvelables ou à terme, libellées en euros, dollars américains ou multidevises, ont été consenties à un taux correspondant au LIBOR en vigueur (ou, pour les prêts en euros, à l'EURIBOR), majoré d'une marge prédéterminée et de coûts obligatoires. Ces facilités ont des échéances allant de un à sept ans. Cet emprunt a permis au Groupe de rembourser la facilité de crédit renouvelable contractée en juillet 2004, de financer la partie en numéraire de l'acquisition d'Allied Domecq et de refinancer certaines dettes du Groupe et d'Allied Domecq.

La dette comptabilisée dans les comptes de Pernod Ricard SA s'élève à 2 676 253 milliers d'euros y compris les intérêts courus pour un montant de 3 453 milliers d'euros.

NOTE 14 – TITRES SUBORDONNÉS À 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 (TSDI) pour un montant nominal de 61 millions d'euros.

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 30 juin 2006 est de 25,3 millions d'euros et apparaît dans le poste "Dettes financières".

Cet encours correspond au montant mis à disposition à la date d'émission.

NOTE 15 – VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

En milliers d'euros	Total	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôt	46 302	62 243	(15 941)
Impôt avant intégration	-	-	-
Impact net d'intégration fiscale	9 892	-	9 892
Résultat après impôt	56 194	62 243	(6 049)

Dans le cadre de l'intégration fiscale, le déficit reportable du Groupe Pernod Ricard s'élève à (211,4) millions d'euros pour le court terme et à 55,1 millions d'euros pour les plus-values long terme (imputables sur moins-values antérieures) au titre de l'exercice du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006.

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

NOTE 16 – ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS

Nature des différences temporaires

En milliers d'euros	Montant d'impôt
Allègements	-
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation	-
Organic et autres	129
Provision pour engagements de retraite et indemnités de départ à la retraite	465
Prime de remboursement OCEANE	-
Allègement de la dette future d'impôt	594

Le taux d'imposition retenu est le taux en vigueur en 2006, soit 34,43 %.

NOTE 17 – RÉMUNÉRATIONS

Les rémunérations allouées aux organes de direction et d'administration sont respectivement de 5 068 975 euros et de 557 310 euros.

NOTE 18 – PRODUITS

Les produits d'exploitation sont constitués principalement par des redevances de marques pour 39,5 millions d'euros.

Les autres produits sont principalement des transferts de charges d'exploitation pour 41,3 millions d'euros relatifs à des refacturations de frais d'achat d'espaces publicitaires, frais de recherche et de prestations diverses.

Pernod Ricard ne reçoit pas d'autre rémunération de ses filiales au titre de ses missions d'intérêt général et de coordination.

NOTE 19 – CHARGES ET PRODUITS EXCEPTIONNELS

En milliers d'euros	Montant
Résultat net sur opérations de gestion	-
Résultat net sur opérations en capital	(188 280)
Reprises sur provisions et transferts de charges	172 339
Résultat exceptionnel	(15 941)

Le résultat exceptionnel est principalement lié aux charges nettes d'acquisition Allied Domecq.

NOTE 20 – ENGAGEMENTS HORS BILAN

Engagements donnés

En milliers d'euros	Montant
Cautions concernant les filiales	3 770 713
Contrats de location simple	8 513
Cautions concernant les tiers	-
Total	3 779 226

Instruments dérivés

En dollars américains	Montant nominal
Caps	1 000 000
Swaps	1 041 000
Total	2 041 000

Les engagements donnés incluent notamment des cautions accordées, relatives :

- › au crédit syndiqué. Le montant des emprunts contractés par les filiales du Groupe Pernod Ricard et non remboursés au 30 juin 2006 s'élève à 1 821 millions d'euros.
- › à des emprunts et des billets de trésorerie.
- › le contrat de location simple est relatif aux locaux, 12 place des États-Unis, Paris 16^e, pour 8,5 millions d'euros.

Pernod Ricard a, dans le cadre de la section 17, "Companies (amendment) Act, 1986 (Republic of Ireland)", garanti irrévocablement les passifs, au titre de l'exercice 2005/2006, des filiales suivantes : Comrie Ltd, Irish Distillers Group Ltd, Irish Distillers Ltd, The West Coast Cooler Co Ltd, Watercouse Distillery Ltd, Fitzgerald & Co Ltd, Ermine Ltd, Gallwey Liqueurs Ltd, Smithfield Holdings Ltd, Irish Distillers Holding Ltd.

La juste valeur des instruments dérivés s'élève à 6 381 milliers d'euros.

Dans le cadre du droit individuel à la formation, le volume d'heures de formation cumulées correspondant aux droits acquis au titre de l'exercice 2005/2006 est de 2 410 heures, dont 757 heures de formation n'ayant pas donné lieu à demande au 30 juin 2006.

NOTE 21 – EFFECTIF MOYEN AU 30 JUIN 2006

	Personnel salarié	À disposition de l'entreprise
Cadres	93	
Agents de maîtrise et techniciens	26	
Employés	11	2
Effectif moyen	130	2

Contrats d'apprentissage	4
--------------------------	---

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ **Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Résultats financiers

au cours des cinq derniers exercices

En euros	2001	2002	2003	18 mois 30.06.2005	12 mois 30.06.2006
Situation financière en fin d'exercice					
Capital social	174 798 646	174 800 522	218 500 651	218 500 651	291 590 460
Nombre d'actions émises	56 386 660	56 387 265	70 484 081	70 484 081	94 061 439
Nombre d'obligations convertibles ou échangeables en actions	-	4 567 757	4 567 757	4 567 614	-
Nombre d'actions gratuites attribuées le 14 février 2003 (jouissance 1 ^{er} janvier 2002)	-	14 096 816	-	-	-
Résultat global des opérations effectuées					
Chiffre d'affaires hors taxes	-	-	-	-	-
Bénéfice avant impôts, amortissements et provisions	110 838 645	292 529 799	242 631 812	156 137 583	44 133 821
Impôt sur les bénéfices	21 877 829	70 210 817	15 610 839	18 099 330	9 892 059
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	(74 537 885)	345 778 498	249 015 436	177 706 014	56 193 656
Montant des bénéfices distribués ⁽¹⁾	101 495 988	126 871 346	138 148 799	242 355 167	-
Résultat des opérations réduit à une seule action					
Bénéfice après impôts, mais avant amortissements et provisions	2,35	6,43	3,66	2,47	0,57
Bénéfice après impôts, amortissements et provisions	(1,32)	6,13	3,53	2,52	0,60
Dividende versé à chaque action ⁽¹⁾	1,80	1,80	1,96	3,22	-
Dividende par action, ajusté en fonction de l'évolution du capital ⁽²⁾	1,44	1,80	1,96	3,22	-
Personnel					
Nombre de salariés	56	88	117	126	130
Montant de la masse salariale	7 403 821	11 891 471	15 871 787	28 807 092	19 867 333
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	2 919 785	5 490 206	6 786 216	9 277 720	7 090 238

(1) Le montant des dividendes 2006 sera connu définitivement à l'issue de l'Assemblée Générale du 7 novembre 2006 (dividendes ayant trait à l'exercice du 1^{er} juillet 2005 au 30 juin 2006).

(2) Dividende retraité afin de tenir compte des modifications intervenues au capital entre l'arrêté au 31 décembre 2002 et la date d'affectation des résultats.

Rappel des dividendes

distribués au cours des cinq derniers exercices

En euros					
Exercice	Date de mise en paiement	Montant net	Avoir fiscal	Total	Montant global de l'exercice
2000 ⁽¹⁾	11.01.2001	0,80	0,40	1,20	2,40
	10.05.2001	0,80	0,40	1,20	
2001	10.01.2002	0,80	0,40	1,20	2,70
	11.06.2002	1,00	0,50	1,50	
2002	14.01.03/05.03.03 ⁽²⁾	0,90	0,45	1,35	2,70
	15.05.2003	0,90	0,45	1,35	
2003	13.01.2004	0,90	0,45	1,35	2,94
	25.05.2004	1,06	0,53	1,59	
2004/2005	11.01.2005	0,98		0,98	3,22
	07.06.2005	1,16	sans objet	1,16	
	17.11.2005	1,08		1,08	
2005/2006	05.07.2006	1,12	sans objet	1,12	⁽³⁾

(1) Dans un souci de présentation, les informations historiques en francs pour l'année 2000 ont été converties en euros et arrondies au centième d'euro le plus proche.

(2) Les titres nouveaux résultant de l'augmentation de capital, par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites à effet du 14 février 2003 et à raison d'une action gratuite nouvelle pour quatre actions, ont été créés avec jouissance du 1^{er} janvier 2002 et ont eu droit, en régularisation, à l'acompte sur dividende de 0,90 euro net mis en paiement sur les titres anciens le 14 janvier 2003.

(3) Un acompte sur l'exercice 2005/2006 a été versé en juillet. Le solde sera décidé par l'Assemblée Générale du 7 novembre 2006 qui sera appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 30 juin 2006.

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

Inventaire

des valeurs mobilières au 30 juin 2006

En euros		
Valeurs françaises dont la valeur d'inventaire est supérieure à 100 000 euros	Nombre de titres détenus	Valeur d'inventaire nette
Santa Lina	20 047	145 274 185
EVC	234 989	100 955 022
Pernod	2 579 984	94 940 630
Pernod Ricard Finance	10 317 433	89 220 484
Lina 3	21 118 570	2 111 847 481
Ricard	1 749 991	67 227 023
Lina 5	306 400	30 630 500
CFPO	11 907	39 587 134
Pernod Ricard Europe	999 992	36 406 018
MMPJ	42 600	42 240 000
Sopebsa	100 000	962 769
Sous-total	37 481 913	2 759 291 245
Autres titres de sociétés françaises	8 269	1 529 714
Participations dans les sociétés étrangères non cotées en bourse		3 654 235 629
Total valeurs mobilières au 30.06.2006		6 415 056 589

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Rapport Général des Commissaires aux Comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 30 juin 2006

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 30 juin 2006, sur :

- › le contrôle des comptes annuels de la société Pernod Ricard, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- › la justification des appréciations ;
- › 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.

Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondage, 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, au regard des règles et principes comptables français, 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.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note relative au changement de méthode comptable de l'annexe qui expose le changement de méthode comptable résultant de l'application, à compter du 1^{er} juillet 2005, du règlement CRC 2004-06 sur les actifs.

Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Comme mentionné dans la première partie du présent rapport, la note relative au changement de méthode comptable de l'annexe expose le changement de méthode comptable résultant de l'application, à compter du 1^{er} juillet 2005, du règlement CRC 2004-06 sur les actifs. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre Société, nous nous sommes assurés du bien-fondé de ce changement et de la présentation qui en est faite. Par ailleurs, l'évaluation des titres de participation a été effectuée en conformité avec les méthodes comptables décrites dans la note "Règles et méthodes comptables" - Immobilisations financières de l'annexe. Dans le cadre de nos travaux, nous avons revu le caractère approprié de ces méthodes comptables, ainsi que le caractère raisonnable des hypothèses retenues et des évaluations qui en résultent.

Les appréciations que nous avons portées sur ces éléments s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuel pris dans leur ensemble et contribuent à la formation de l'opinion sans réserve exprimée dans la première partie de ce rapport.

Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, 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.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle à l'identité du capital, et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et La Défense, le 6 octobre 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

Alain Penanguer

MAZARS & GUÉRARD

Frédéric Allilaire

Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées

Exercice de 12 mois clos le 30 juin 2006

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

1. Conventions autorisées au cours de l'exercice

En application de l'article L225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'Administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

1.1 CONVENTIONS CONCLUES DANS LE CADRE DE LA TRANSACTION ALLIED DOMECCQ

1.1.1 Reclassement des 19 % du capital d'Allied Domeccq détenus par Pernod Ricard

Dans le cadre de la préparation du dénouement de l'offre d'acquisition d'Allied Domeccq, Pernod Ricard et Fortune Brands ont convenu que tous les titres Allied Domeccq Plc (AD) seront détenus par la holding d'acquisition Goal Acquisitions Ltd (GAL), elle-même détenue par Goal Acquisitions (Holdings) Ltd (GA(H)L).

À cet effet :

- ▶ Pernod Ricard a apporté sa participation directe dans Allied Domeccq (19 %) à GA(H)L en échange d'actions GA(H)L émises au profit de Pernod Ricard ;
- ▶ GA(H)L a ensuite apporté à sa filiale GAL la même participation dans Allied Domeccq afin que GAL détienne 100 % du capital d'Allied Domeccq ;
- ▶ GA(H)L se retrouvant ainsi conjointement détenue par Pernod Ricard et Lina 3, il a été convenu que Pernod Ricard apporte à Lina 3 les titres GA(H)L reçus en échange de sa participation dans Allied Domeccq, Lina 3 devenant ainsi actionnaire à 100 % de GA(H)L.

Dans le cadre de ces opérations, le Conseil d'Administration a approuvé, le 25 juillet 2005, dans les formes de l'article L.225-38 du Code de commerce, les conventions décrites ci-après.

a) Approbation d'un contrat d'apport entre Pernod Ricard et GA(H)L

À l'issue de l'acquisition d'Allied Domeccq, il a été convenu que soient reclassés les 19 % du capital d'Allied Domeccq détenus directement par Pernod Ricard et correspondant à 19 % de la rémunération globale versée aux actionnaires d'Allied Domeccq (partie de l'offre rémunérée en titres).

À cet effet, il a été convenu que Pernod Ricard apporte sa participation dans Allied Domeccq à la holding d'acquisition GA(H)L en échange d'actions GA(H)L émises au profit de Pernod Ricard pour un montant maximum de 2 053 200 000 euros.

Cette participation a été valorisée, lors de son apport à Pernod Ricard, à une somme maximum de 2 028 122 076 euros (sur la base d'une émission maximum de 17,4 millions d'actions Pernod Ricard à émettre au profit des anciens actionnaires d'Allied Domeccq).

b) Approbation d'un contrat d'apport entre Pernod Ricard et Lina 3

Consécutivement à l'opération décrite ci-dessus, GA(H)L, holding intermédiaire d'acquisition, s'est ainsi retrouvée détenue conjointement par Pernod Ricard et Lina 3. Il a été convenu que cette société soit détenue en totalité par Lina 3, via l'apport à Lina 3 des titres des GA(H)L détenus par Pernod Ricard, en échange de titres Lina 3.

Cette opération a pris la forme d'un apport en nature à Lina 3 d'actions GA(H)L par Pernod Ricard, en échange d'une augmentation de capital de Lina 3 au profit de Pernod Ricard.

Mandataires sociaux concernés : MM. Richard Burrows et Pierre Pringuet, également mandataires sociaux de Lina 3.

1.1.2 Financement de la rémunération en numéraire versée aux actionnaires d'Allied Domeccq

Il a été convenu que la part de l'offre publique amicale payée en numéraire par Pernod Ricard soit versée directement par GAL aux actionnaires d'Allied Domeccq. Dans ce cadre, les opérations visées ci-après ont donné lieu à l'approbation du Conseil d'Administration, le 25 juillet 2005, dans les formes de l'article L.225-38 du Code de commerce.

a) Approbation de l'accession par certaines sociétés du Groupe au contrat de crédit syndiqué en tant qu'emprunteuses et/ou garantes

Dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domeccq, Pernod Ricard et GA(H)L ont conclu un contrat de prêt multidevisé le 21 avril 2005 avec diverses banques aux termes duquel les banques prêteuses ont mis à disposition de Pernod Ricard, GA(H)L et éventuellement certaines filiales de Pernod Ricard, des lignes de crédit pour un montant maximum d'environ 9 300 000 000 euros.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

Il a été convenu que les sociétés Établissements Vinicoles Champenois S.A., Chivas Brothers (Holdings) Ltd et Austin, Nichols and Co, Inc. accèdent à la qualité d'emprunteur et de garant et Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd à la qualité de garant au titre du contrat de prêt en signant chacune une lettre cosignée par Pernod Ricard et intitulée "Accession Letter".

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également (i) Administrateur de Société Générale, (ii) Administrateur de Pernod Ricard Finance, (iii) Director de Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd, (iv) personne physique représentant Pernod Ricard en tant qu'Administrateur des Établissements Vinicoles Champenois S.A., et (v) Vice Chairman of the board of Directors d'Austin, Nichols and Co., Inc. ;
- › M. Richard Burrows, également (i) Président du Conseil d'Administration de Pernod Ricard Finance, (ii) Director de Chivas Brothers (Holdings) Ltd, (iii) Director de Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd, et (iv) Director d'Austin, Nichols and Co, Inc. ;
- › M. Pierre Pringuet, également (i) Director de Chivas Brothers Pernod Ricard Ltd, et (ii) Director d'Austin, Nichols and Co., Inc. ;
- › M. Jean-Claude Beton, également Director d'Austin, Nichols and Co. Inc. ;
- › M. Rafaël Gonzalez Gallarza, également Director de Chivas Brothers (Holdings) Ltd.

Il est précisé que l'article 21 du contrat de prêt prévoyant que Pernod Ricard s'engage à garantir, sous certaines conditions, le respect des obligations des autres emprunteurs au titre du contrat de prêt, la conclusion des différentes Accession Letters a également été autorisée par votre Conseil d'Administration.

b) Prêt (crédit revolving) conclu entre Pernod Ricard et Pernod Ricard Finance

Il a été convenu que l'acquisition d'Allied Domecq soit payée à hauteur d'environ 81 % en numéraire.

Afin d'assurer le financement de la composante en numéraire de l'acquisition, plusieurs transactions successives ont été prévues afin de transférer depuis Pernod Ricard jusqu'à GAL une partie des fonds nécessaires au paiement convenu.

Il a notamment été prévu que :

- i)** Pernod Ricard prête 221 millions d'euros à Pernod Ricard Finance, filiale à 100 % de Pernod Ricard ;
- ii)** Pernod Ricard Finance prête ensuite les 221 millions d'euros ainsi reçus à la société Irish Distillers Ltd, filiale indirecte de Pernod Ricard.

Cette somme de 221 millions d'euros a été prêtée indirectement (via Pernod Ricard Nederland) par Irish Distillers Ltd à GA(H)L qui elle-même a ensuite capitalisé sa filiale GAL à hauteur d'un montant total de 4,7 milliards d'euros afin de lui permettre de remettre une partie de la somme convenue en numéraire aux anciens actionnaires d'Allied Domecq.

Le prêt conclu entre Pernod Ricard et Pernod Ricard Finance a été consenti sous la forme d'un contrat de prêt revolving d'un montant maximum de 300 millions d'euros utilisé du 2 août 2005 au 2 mars 2006. Ce prêt a porté intérêt pour un montant de 3 055 536 euros à un taux variable calculé sur la base du taux EURIBOR auquel est ajouté une marge de 0,5 % à 1 % en fonction des coûts de financement de Pernod Ricard.

Mandataires sociaux concernés : MM. Patrick Ricard et Richard Burrows, également Administrateurs de Pernod Ricard et de Pernod Ricard Finance.

c) Contrat de swap entre Pernod Ricard et Pernod Ricard Finance

Parmi les opérations permettant d'assurer le financement de la composante en numéraire de l'acquisition d'Allied Domecq, il a également été prévu que :

- i)** Pernod Ricard effectue un tirage d'un montant total d'environ 4,7 milliards d'euros, incluant une tranche d'un montant correspondant à l'équivalent en dollars américains de 1,7 milliard d'euros ;
- ii)** Pernod Ricard conclut avec Pernod Ricard Finance, l'une de ses filiales à 100 %, un contrat de swap de devises €/\$, portant sur la conversion en euros de l'équivalent en dollars américains de 1,7 milliard d'euros ;
- iii)** GA(H)L conclut avec Pernod Ricard Finance un contrat de swap de devises €/\$, portant sur la conversion de 1,7 milliard d'euros en dollars, à un taux identique à celui utilisé dans le cadre du prêt bancaire visé au (i) ci-dessus.

Dans le cadre de ces opérations, il était prévu que Pernod Ricard soit vendeur de dollars dans un premier temps et acheteur d'euros, alors que GA(H)L était acheteur de dollars et vendeur d'euros, ces opérations ayant lieu par l'intermédiaire de Pernod Ricard Finance. Lorsqu'à échéance, Pernod Ricard se retrouve acheteur de dollars pour rembourser son emprunt bancaire, le swap de change a pour effet de supprimer tout risque de change dans la structure.

Afin de réaliser ce swap de change, il a été nécessaire de conclure entre Pernod Ricard et Pernod Ricard Finance un accord-cadre dans lequel les deux parties reconnaissent que toute opération liée à des instruments financiers sera régie par ce contrat. Le contrat est conforme au contrat standard du type FBF (Fédération des Banques Françaises).

Au 30 juin 2006, le contrat de swaps s'élève à 818 millions d'euros correspondant à l'équivalent de 1 041 millions de dollars américains.

Mandataires sociaux concernés : MM. Patrick Ricard et Richard Burrows, également Administrateurs de Pernod Ricard et de Pernod Ricard Finance.

d) Acquisition par Pernod Ricard de 100 % du capital social de la Société de Participations et d'Études des Boissons Sans Alcool (SOPEBSA)

Dans le cadre de la réflexion concernant la réorganisation du groupe Pernod Ricard consécutivement à l'acquisition d'Allied Domecq, il a été envisagé de faire acquérir SOPEBSA par Pernod Ricard.

SOPEBSA est une société anonyme dont le capital social est entièrement détenu par Santa Lina, elle-même filiale de Pernod Ricard.

Il a ainsi été prévu que Pernod Ricard acquière auprès de Santa Lina, 100 % du capital et des droits de vote de SOPEBSA pour un montant égal à 1 euro.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également représentant permanent de la société Pernod Ricard, elle-même Administrateur de Santa Lina ;
- › M. Pierre Pringuet, également Administrateur de Santa Lina.

1.2 RESTRUCTURATION DU GROUPE BRITVIC

En vue de l'introduction en bourse de Britvic (origine Allied Domecq), dont Pernod Ricard détenait 23,75 % du capital, il a été procédé à une restructuration préalable du groupe Britvic.

Pour faciliter cette restructuration, une nouvelle société de droit anglais, Britannia Holdings Ltd (BHL) a été créée au-dessus de Britannia Soft Drinks Ltd (BSD). Ce sont in fine les titres de BHL qui ont fait l'objet de l'introduction en bourse.

La mise en œuvre de cette restructuration a nécessité la signature par Pernod Ricard d'un certain nombre de documents et de contrats incluant :

- i) Le Contrat d'échange de titres (Share Exchange Agreement) : les titres de BSD, détenus indirectement par Pernod Ricard par le biais de ses filiales Allied Domecq Ltd ("AD Ltd") et Allied Domecq Overseas (Canada) Ltd ("AD Overseas"), ont été échangés contre des titres ordinaires dans BHL. Pernod Ricard a été partie à ce contrat en sa qualité d'ultime société mère de AD Overseas et de AD Ltd. (Signataires du contrat : Pernod Ricard, BSD, Intercontinental Hotels Group Plc, Whitbread Group Plc et Pepsico Inc) Le Contrat d'échange de titres s'est accompagné de la signature du Contrat d'adhésion (Deed of Accession), au terme duquel BHL et Pernod Ricard, en sa qualité d'ultime société mère de AD Overseas et de AD Ltd, ont adhéré au contrat de Joint Venture, signé en février 1986 par plusieurs parties (y compris certains des actionnaires de BSD) (Signataires du contrat : Pernod Ricard, AD Ltd, AD Overseas, BHL, BSD, Intercontinental Hotels Group Plc, Intercontinental Hotels Ltd, Whitbread Group Plc et Six Continents Investments Ltd)
- ii) En conséquence du Contrat d'échange de titres, il a été prévu :
 - › la résiliation du contrat d'émission d'actions BSD (BSD IPO Agreement) en date du 22 avril 2005 (Deed of Termination); (Signataires du contrat : Pernod Ricard, AD Ltd, BSD, Intercontinental Hotels Group Plc, Whitbread Group Plc et Pepsico Inc);
 - › puis la signature d'un nouveau contrat d'émission d'actions BHL (BHL IPO Agreement), auquel sont intervenus BHL et Pernod Ricard, en sa qualité d'ultime société mère de AD Overseas et de AD Ltd; (Signataires du contrat : Pernod Ricard, BSD, Intercontinental Hotels Group Plc, Whitbread Group Plc et Pepsico Inc).

Mandataire social concerné : M. Richard Burrows, également membre du Conseil d'Administration de Allied Domecq Ltd, membre du Conseil d'Administration de BSD, ainsi que membre futur du Conseil d'Administration de BHL lors de l'autorisation donnée par le Conseil d'Administration du 10 novembre 2005.

La signature des contrats susvisés a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 10 novembre 2005.

1.3 MISE EN PLACE D'UN CONTRAT DE CRÉDIT REVOLVING INTRAGROUPE

Dans le cadre de la gestion centralisée de la trésorerie, et afin d'intégrer les nouvelles structures issues de l'activité d'Allied Domecq, il a été décidé de mettre en place un contrat de crédit revolving intragroupe.

Principales caractéristiques du Contrat ;

- › Emprunteurs :
 - › Pernod Ricard ;
 - › Pernod Ricard Finance SA ;
 - › GA(H)L et GAL.
- › Prêteurs :
 - › Allied Domecq Ltd ;
 - › Allied Domecq (Holdings) Ltd ;
 - › Allied Domecq Overseas (Europe) Ltd ;
 - › Allied Domecq Spirits & Wine Holdings Ltd ;
 - › Allied Domecq Financial Services Ltd ;
 - › Allied Domecq Overseas (Canada) Ltd ;
 - › Allied Domecq Overseas Ltd.
- › Montant : 1 milliard de livres sterling.
- › Date de résiliation : date à laquelle une majorité des Prêteurs notifiera aux Emprunteurs leur souhait de voir le Contrat résilié.
- › Objet : Tirages par les emprunteurs pour une ou plusieurs des raisons suivantes :
 - › remboursements anticipés ou non des prêts faits aux emprunteurs en vertu du crédit syndiqué, et/ou paiements des commissions, et de divers coûts découlant du crédit syndiqué ;
 - › paiements de tout coût découlant de l'acquisition par Pernod Ricard de la société Allied Domecq ;
 - › réduction ou suppression de tout passif lié directement ou indirectement à l'acquisition d'Allied Domecq ;
 - › financement du paiement de dividendes ;
 - › tout autre objet ayant reçu l'accord des prêteurs.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également (i) Administrateur de Pernod Ricard Finance, (ii) Administrateur d'Allied Domecq Ltd, (iii) Administrateur d'Allied Domecq (Holdings) Ltd, (iv) Administrateur d'Allied Domecq Spirits & Wine Holdings Ltd ;
- › M. Richard Burrows, également (i) Président du Conseil et Administrateur de Pernod Ricard Finance, (ii) Administrateur d'Allied Domecq Ltd, (iii) Administrateur d'Allied Domecq (Holdings) Ltd, (iv) Administrateur d'Allied Domecq Spirits & Wine Holdings Ltd ;
- › M. Pierre Pringuet, également (i) Administrateur d'Allied Domecq Ltd, (ii) Administrateur d'Allied Domecq (Holdings) Ltd, (iii) Administrateur d'Allied Domecq Spirits & Wine Holdings Ltd.

La conclusion de ce contrat a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 10 novembre 2005.

1.4 ACQUISITION PAR PERNOD RICARD DE 100 % DU CAPITAL DE LINA 6 SAS

Dans le cadre de la réorganisation du Groupe Pernod Ricard consécutivement à l'acquisition d'Allied Domecq, il a été décidé de faire acquérir 100 % du capital et des droits de vote de la société Lina 6 SAS (Lina 6) par Pernod Ricard auprès de la société Santa Lina, pour un montant égal à 27 008 euros (situation nette de Lina 6 au 30 novembre 2005).

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également représentant permanent de Pernod Ricard, elle-même Administrateur de Santa Lina ;
- › M. Pierre Pringuet, également Président Directeur Général du conseil d'administration de Santa Lina.

Cette acquisition a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 12 décembre 2005.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

1.5 APPROBATION DE L'ACCESSION PAR CERTAINES SOCIÉTÉS DU GROUPE AU CONTRAT DE CRÉDIT SYNDIQUÉ EN TANT QU'EMPRUNTEUSES ET/OU GARANTES

Dans le cadre de l'acquisition d'Allied Domecq, Pernod Ricard et GA(H)L ont conclu un contrat de prêt multidevises le 21 avril 2005 (modifié le 31 mai, 10 juin, 27 juin, le 1^{er} juillet 2005 et le 22 juillet 2005) avec JP Morgan Plc, Morgan Stanley Bank International Ltd, BNP Paribas, The Royal Bank of Scotland Plc et Société Générale en qualité d'Arrangeurs, BNP Paribas en qualité d'Agent et JP Morgan Chase Bank, N.A., Morgan Stanley Bank International Ltd, BNP Paribas, The Royal Bank of Scotland Plc et Société Générale en qualité de prêteurs initiaux, aux termes duquel les prêteurs ont mis à disposition de Pernod Ricard et GA(H)L et certaines filiales de Pernod Ricard, des lignes de crédit pour un montant maximum d'environ 9 300 000 000 euros.

Nouveaux emprunteurs et garants

Le contrat de prêt prévoit que des filiales de Pernod Ricard peuvent, sous certaines conditions (notamment la signature d'une Accession Letter), adhérer au contrat de prêt en qualité d'emprunteur et/ou de garant ; et il a ainsi été envisagé de faire adhérer les sociétés Chivas Brothers Ltd et Martell & Co. S.A. en qualité de garant.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également (i) Administrateur de Société Générale, (ii) Administrateur de Martell & Co. S.A. ;
- › M. Richard Burrows, également Administrateur de Martell & Co. S.A. ;
- › M. Pierre Pringuet, également Administrateur de Martell & Co. S.A. ;
- › M. François Gérard, également Administrateur de Martell & Co. S.A.

La conclusion avec Martell & Co. S.A. de l'Accession Letter a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 12 décembre 2005.

1.6 CESSION DAILY

Les sociétés distribuant des dividendes à leurs actionnaires ne supportent plus le précompte pour les distributions mises en paiement depuis le 1^{er} janvier 2005. Néanmoins, un prélèvement exceptionnel de 25 %, calqué sur le mécanisme du précompte, a été institué à raison des distributions de bénéfices mises en paiement en 2005 (loi de finances pour 2004). Le prélèvement ne constitue pas un impôt définitivement acquis au Trésor, mais le montant effectivement versé constitue une créance sur l'Etat. Dans ces conditions et afin de monétiser cette créance fiscale, il a été décidé que cette créance fasse l'objet d'une cession sans recours dans les conditions de la loi Dailly (la Cession Dailly).

› Montant de la créance et prix de cession :

Cette Cession Dailly a porté sur la totalité du montant du prélèvement effectivement versé par Pernod Ricard au Trésor, soit un montant de 57 147 574 euros. Il a été convenu que le prix de cession résulterait du calcul de la valeur actuelle nette des remboursements par le Trésor en 2007, 2008 et 2009 au taux de marché augmenté d'une commission de 0,40 %, soit un montant net de 53 108 198 euros.

› Cessionnaire : Société Générale

Mandataire social concerné : M. Patrick Ricard, également Administrateur de Société Générale.

La cession des créances fiscales dans le cadre du dispositif Dailly a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 8 février 2006.

1.7 MISE EN PLACE D'UN CONTRAT DE CRÉDIT REVOLVING INTRAGROUPE ENTRE ALLIED DOMECCQ SPIRITS & WINE LTD ET D'AUTRES SOCIÉTÉS DU GROUPE

Votre Conseil d'Administration réuni le 10 novembre 2005 a autorisé la mise en place d'un contrat de crédit revolving intragroupe, visé au point 1.3 ci-dessus.

Pernod Ricard a souhaité mettre en place un contrat de crédit similaire avec la société Allied Domecq Spirits & Wine Ltd, cette dernière intervenant en qualité de Prêteur.

Principales caractéristiques du Contrat :

- › Emprunteurs :
 - › Pernod Ricard ;
 - › Pernod Ricard Finance SA ;
 - › GA(H)L ;
 - › GAL.
- › Prêteur :
 - › Allied Domecq Spirits & Wine Ltd.
- › Montant : 1 milliard de livres sterling.
- › Date de résiliation : date à laquelle le prêteur notifiera aux emprunteurs son souhait de résilier le Contrat.
- › Objet :
 - › remboursements anticipés ou non des prêts souscrits au titre du crédit syndiqué et/ou paiements des commissions et frais en résultant ;
 - › paiements des divers coûts résultant de l'acquisition par Pernod Ricard du groupe Allied Domecq ;
 - › réduction ou suppression de tout passif lié directement ou indirectement à l'acquisition du groupe Allied Domecq ;
 - › financement du paiement de dividendes ;
 - › tout autre objet ayant fait l'objet d'un accord du prêteur.

Ce contrat a été approuvé lors de votre Conseil d'Administration du 8 février 2006.

1.8 APPROBATION D'UN PACTE D'ACTIONNAIRES ENTRE LA SOCIÉTÉ PAUL RICARD ET KIRIN

À la suite de la fusion de SIFA dans Pernod Ricard, Kirin est devenu actionnaire de Pernod Ricard à hauteur d'environ 3,6 % de son capital. La Société Paul Ricard et Kirin ont souhaité organiser leurs relations par le biais d'un pacte d'actionnaires. À cet effet, la Société Paul Ricard, Kirin International Finance B.V. et Kirin Brewery Company Ltd ("Kirin") ont signé le 22 mars 2006 une convention d'actionnaires par laquelle la Société Paul Ricard et Kirin se sont obligés à se concerter avant toute Assemblée Générale d'actionnaires de façon à voter dans le même sens. Par ailleurs, Kirin s'est engagé à ne pas céder ses titres Pernod Ricard pendant une certaine durée, et un droit de préemption a été octroyé à la Société Paul Ricard au cas où Kirin viendrait à céder ses titres au-delà de cette période.

Pour des raisons d'efficacité juridique, le pacte a été signé en présence de Pernod Ricard, ce qui n'a créé aucune obligation à son encontre.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également Vice-Président du Conseil de Surveillance de la Société Paul Ricard ;
- › Mme Danièle Ricard, également Présidente du Directoire de la Société Paul Ricard ;
- › Béatrice Baudinet, également Présidente du Conseil de Surveillance de la Société Paul Ricard.

La signature de ce contrat a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 8 février 2006.

1.9 CONTRAT DE DISTRIBUTION CHIVAS AU JAPON

Pernod Ricard Asia, société filiale détenue à 100 % par Pernod Ricard et Kirin Brewery Company ("Kirin"), distributeur exclusif de certaines marques du groupe au Japon depuis 2001 (essentiellement Chivas, Royal Salute) ont souhaité renouveler leur contrat de distribution pour une période de 4 ans à compter du 1^{er} janvier 2006.

Pernod Ricard Asia s'étant en toute logique substituée à Pernod Ricard, partie au contrat de distribution initial, Kirin a exigé que Pernod Ricard garantisse les engagements contractuels de Pernod Ricard Asia au titre du contrat de distribution.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également membre du Conseil de Pernod Ricard Asia ;
- › M. Pierre Pringuet, également membre du Conseil de Pernod Ricard Asia.

L'octroi de ladite garantie a été approuvé lors de votre Conseil d'Administration du 8 février 2006.

1.10 SÉPARATION FORTUNE BRANDS - RÈGLEMENT DES AJUSTEMENTS DE PRIX ET DES SOLDES INTERCO FINANCIERS

En date du 27 janvier 2006 et conformément à ses engagements liés au rachat d'Allied Domecq, Pernod Ricard a achevé la cession à Fortune Brands de ses marques et la quasi-totalité des actifs associés, ce qui a permis la mise en œuvre des clauses d'ajustements de prix prévues au Framework Agreement (ajustement lié à la contribution des marques acquises par Fortune Brands, ajustement lié au besoin en fonds de roulement, ajustement sur la dette financière nette, etc). Par ailleurs, les parties ont conclu un certain nombre de transactions "annexes" qui se traduisent par plusieurs flux financiers complémentaires entre Pernod Ricard et Fortune Brands.

Afin de formaliser un accord ferme et définitif, Pernod Ricard, Pernod Ricard Finance et Fortune Brands ont envisagé de conclure un contrat global (Settlement Agreement) permettant un paiement centralisé unique de l'ensemble de ces ajustements de prix.

Aux termes du Settlement Agreement, il a été prévu que Pernod Ricard Finance encaisserait, au nom et pour le compte de chacune des filiales parties aux contrats de cession ou titulaire d'un composant des soldes financiers, le montant correspondant au paiement net de tous les ajustements de prix y compris les soldes financiers.

Il a également été prévu que Pernod Ricard Finance, en qualité de mandataire, rétrocède aux filiales parties aux contrats de cession (dans la devise de chacun des contrats de cession) les ajustements reçus ou versés et la compensation des soldes financiers dans leur devise d'origine.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également membre du Conseil d'Administration de Pernod Ricard Finance ;
- › M. Pierre Pringuet, également membre du Conseil d'Administration de Pernod Ricard Finance.

La signature et la réalisation du Settlement Agreement ont été approuvées lors de votre Conseil d'Administration du 22 mars 2006.

1.11 RÉORGANISATION ET CESSIION DE CUSENIER SA

Dans le cadre du recentrage par Pernod SA de ses activités sur ses marques prioritaires, il avait été prévu de céder 100 % du capital de la société Cusenier après réorganisation préalable du patrimoine de cette dernière.

Dans le contexte de la réorganisation projetée, le Conseil d'Administration a été amené à donner son approbation dans les formes de l'article L.225-38 du Code de commerce :

- › transfert par Pernod Ricard à Cusenier SA de certaines marques et actifs sous la forme d'un apport en nature ("Traité d'Apport"), puis cession par Pernod Ricard à Pernod SA des actions Cusenier SA créées au titre de cet apport en nature ("Cession d'actions Cusenier") ;
- › résiliation corrélative des contrats de licence des marques correspondantes ("Résiliations de Licence"), à savoir :
 - › contrat de licence de marques existant entre Pernod Ricard et Cusenier SA ;
 - › contrats de licence de marques existants entre Pernod Ricard et Pernod SA d'une part et Ricard SA d'autre part pour les marques transférées ;
- › transfert par Cusenier SA à Pernod SA d'un certain nombre d'actifs sous la forme d'un apport en nature, puis cession par Cusenier SA à Pernod Ricard des actions Pernod SA créées en rémunération de cet apport en nature ("Acquisition d'actions Cusenier").

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également (i) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Cusenier SA, (ii) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Pernod SA et (iii) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Ricard SA ;
- › M. Pierre Pringuet, également (i) membre du Conseil d'Administration de Pernod SA et (ii) membre du Conseil d'Administration de Ricard SA ;
- › M. François Gérard, également membre du Conseil d'Administration de Pernod SA.

La signature du traité d'Apport, de la cession d'actions Cusenier, des résiliations de licences et de l'acquisition d'actions Cusenier ont été approuvées lors de votre Conseil d'Administration du 22 mars 2006.

1.12 RÉORGANISATION DE CUSENIER SA

Dans le cadre du projet de réorganisation de Cusenier SA visé au point 1.11, il avait été envisagé que Pernod Ricard concède une licence exclusive à Pernod SA visant certaines marques.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également représentant permanent de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Pernod SA ;
- › M. Pierre Pringuet, également membre du Conseil d'Administration de Pernod SA ;
- › M. François Gérard, également membre du Conseil d'Administration de Pernod SA.

Le contrat de licence projeté a été approuvé lors de votre Conseil d'Administration du 10 mai 2006.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

→ **Comptes sociaux**

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

1.13 RÉORGANISATION DE CUSENIER SA

Dans le cadre du projet de réorganisation de Cusenier SA visé aux points 1.11 et 1.12 et compte tenu des modifications éventuelles à intervenir, votre Conseil d'Administration a été amené à confirmer et renouveler, dans les formes de l'article L.225-38 du Code de commerce son autorisation délivrée lors de sa réunion du 22 mars 2006 en vue de la signature et la réalisation des opérations susévoquées.

Mandataires sociaux concernés :

- › M. Patrick Ricard, également (i) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Cusenier SA, (ii) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Pernod SA et (iii) représentant de Pernod Ricard au sein du Conseil d'Administration de Ricard SA ;
- › M. Pierre Pringuet, également (i) membre du Conseil d'Administration de Pernod SA et (ii) membre du Conseil d'Administration de Ricard SA ;
- › M. François Gérard, également membre du Conseil d'Administration de Pernod SA.

Cette convention a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 14 juin 2006.

1.14 AUTORISATION DE GARANTIES PAR PERNOD RICARD AU TITRE DE CESSIONS DE DROITS À CORBY

Dans le cadre de l'accord préliminaire conclu le 7 mars 2006 entre Corby et Pernod Ricard, il a notamment été prévu que Allied Domecq International Holding B.V. ("ADIHBV") rétrocède à Corby des droits de distribution au Canada, pour une durée de 15 ans, de l'ensemble des marques du Groupe actuellement distribuées au Canada, pour un montant de l'ordre de 70 millions de dollars canadiens (étant précisé qu'ADIHBV, holding intermédiaire, aura elle-même acquis dans une première phase, auprès d'une vingtaine de filiales du Groupe Pernod Ricard, les droits ainsi rétrocédés). Ce contrat serait assorti d'une garantie accordée à Corby par Pernod Ricard, portant sur l'ensemble des obligations souscrites par ADIHBV.

Mandataires sociaux concernés : MM. Patrick Ricard et Pierre Pringuet, exerçant par ailleurs des mandats sociaux dans certaines sociétés amenées à adhérer à l'acte de cession à ADIHBV des droits de distribution au Canada.

La garantie de Pernod Ricard au titre dudit contrat a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 14 juin 2006.

1.15 REFACTURATION PAR PERNOD RICARD À SES FILIALES DES FRAIS D'ACQUISITION LIÉS À ALLIED DOMEQC

Dans le cadre de l'acquisition du groupe Allied Domecq, des cessions d'actifs à Fortune Brands et des travaux complémentaires concernant les restructurations ultérieures, Pernod Ricard a été amenée à supporter des frais pour environ 200 millions d'euros au titre des exercices 2005 et 2006 couvrant quatre grandes catégories, visées ci-après :

- › frais relatifs à la structure d'acquisition ;
- › frais de financement ;
- › frais relatifs aux cessions d'actifs à Fortune Brands et à d'autres tiers ;
- › frais liés à la restructuration et à l'intégration des deux groupes existants.

Conformément aux règles fiscales et juridiques françaises, Pernod Ricard doit conserver à sa charge les seuls frais encourus dans son intérêt propre. En conséquence, il a été convenu que Pernod Ricard refacture le solde des frais supportés aux entités bénéficiaires des services correspondant auxdits frais selon la méthodologie suivante :

- › frais d'acquisition : refacturation conformément aux allocations fournies par les différents conseils identifiant la nature et l'objet du service rendu ;
- › frais de financement : refacturation, d'une part, au prorata des différentes lignes du crédit syndiqué et, d'autre part, au refinancement intragroupe relatif aux reclassements d'actifs Allied Domecq au sein du Groupe Pernod Ricard ;
- › frais relatifs aux cessions : refacturation conformément aux allocations fournies par les différents conseils identifiant la nature et l'objet du service rendu, tant pour les cessions à Fortune Brands que pour les cessions à d'autres tiers ;
- › frais liés à la restructuration et à l'intégration des deux groupes existants : refacturation conformément aux allocations fournies par les différents conseils identifiant la nature et l'objet du service rendu.

À l'issue de ces refacturations, Pernod Ricard conservera les frais qui lui sont propres, soit environ 20 % du montant global.

Mandataires sociaux concernés : MM. Patrick Ricard et Pierre Pringuet, exerçant par ailleurs des mandats sociaux dans certaines sociétés à refacturer.

L'opération de refacturation a été approuvée lors de votre Conseil d'Administration du 14 juin 2006.

2. Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

2.1 CONVENTIONS CONCLUES DANS LE CADRE DU REFINANCEMENT DE LA DETTE SEAGRAM

Afin de refinancer la dette Seagram, votre Conseil d'Administration réuni le 28 juillet 2004 a approuvé l'engagement de Pernod Ricard en qualité de coemprunteur à un crédit revolving multidevisé syndiqué d'un montant global de 1,4 milliard d'euros pour une durée de 5 ans, ainsi que la participation de Société Générale dans cette opération.

- › Emprunteurs : Pernod Ricard, Établissements Vinicoles Champenois S.A., Chivas Brothers (Holdings) Ltd, Austin Nichols, and Co Inc et toute autre société du Groupe qui deviendrait emprunteur (y compris Pernod Ricard Finance SA).
- › Prêteurs : un syndicat d'une vingtaine de banques, dont notamment Société Générale, Crédit Suisse First Boston International, Bank of Ireland, JP Morgan Plc et Calyon.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2006, la totalité du crédit revolving a été remboursée à la date du 2 août 2005.

2.2 CONVENTION CONCLUE AVEC LA SOCIÉTÉ PERNOD RICARD FINANCE SA

Votre Conseil d'Administration, réuni le 28 juillet 2004, a autorisé l'engagement irrévocable de Pernod Ricard SA à souscrire à une augmentation de capital de Pernod Ricard Finance SA dans l'hypothèse de l'exercice d'une promesse d'achat de prêt intragroupe (Put Option), afin de permettre à Pernod Ricard Finance SA de remplir ses obligations à ce titre. Le "Put Option" n'a pas vocation à être cédé à un tiers au Groupe Pernod Ricard.

Cette hypothèse ne s'est pas présentée à ce jour.

2.3 CONVENTIONS CONCLUES DANS LE CADRE DE L'ACQUISITION D'ALLIED DOMECQ

2.3.1 Votre Conseil d'Administration, réuni le 19 avril 2005, a approuvé la conclusion des contrats de prêts pour 9,3 milliards d'euros devant être signés pour l'acquisition d'Allied Domecq Plc ainsi que des différents Accession Letters s'y rapportant.

Emprunteurs : Pernod Ricard SA, Goal Acquisition (Holdings) Ltd, Pernod Ricard Finance SA, Chivas Brothers Ltd, Martell & Co, Établissements Vinicoles Champenois SA, Austin Nichols and Co, Inc, Chivas Brothers (Holdings) Ltd.

Prêteurs : JP Morgan Plc, Morgan Stanley Bank International Ltd, BNP Paribas, Royal Bank of Scotland, et Société Générale (en qualité d'arrangeur), BNP Paribas (en qualité d'agent).

Ces prêts sont entrés en application le 2 août 2005 pour 4,9 milliards d'euros. Les charges financières au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006 sont de 142 millions d'euros.

2.3.2 Afin de permettre à Comrie Ltd, filiale de Pernod Ricard, de refinancer sa dette ainsi que de participer au financement d'Allied Domecq, votre Conseil d'Administration, réuni le 29 juin 2005, a autorisé la convention de prêt de Pernod Ricard à sa filiale Comrie Ltd qui lui était proposée. Ce prêt pourra s'élever à un montant maximal de 2 milliards d'euros ; il sera renouvelable par période de 1 à 6 mois et sa durée globale n'excédera pas 5 ans. Il portera intérêt de EURIBOR + 0,5 % à + 1 % selon les coûts de financement définitifs de Pernod Ricard.

Ledit prêt s'élève à 479 millions d'euros au 30 juin 2006. Les intérêts financiers comptabilisés au titre de l'exercice sont de 37 millions d'euros.

2.4 ENGAGEMENTS DE CAUTIONNEMENT SOLIDAIRE

2.4.1 Conventions conclues avec la société Pernod Ricard Finance

2.4.1.1 Votre société a émis, au profit de la société Pernod Ricard Finance et à l'intention des porteurs de billets de trésorerie, une garantie irrévocable et inconditionnelle rémunérée par une commission de 0,10 % par an.

Le montant garanti s'élevait au 30 juin 2006 à 270 millions d'euros.

Votre société a facturé une commission d'un montant de 455 957 euros au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006.

2.4.1.2 Émission au profit de Pernod Ricard Finance et à l'intention de la Caisse d'Épargne Provence-Alpes-Corse, d'une garantie inconditionnelle et irrévocable sur le remboursement du principal et des intérêts d'un financement initial de 45 734 705 euros accordé par cet établissement à Pernod Ricard Finance, et ce jusqu'à l'échéance soit le 14 mars 2007.

Cette garantie est rémunérée par une commission annuelle de 0,10 % sur les encours garantis.

Votre société a facturé un montant de 45 735 euros au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006 pour un encours utilisé de 45 734 705 euros.

2.4.2 Conventions conclues avec la société Comrie

Votre Société s'est portée caution auprès de Société Générale en garantie des obligations (loans notes) pour un montant de 48 487 euros au 30 juin 2006.

2.5 CONCESSION DE MARQUES

2.5.1 Contrats de licences de marques

2.5.1.1 Avec la société Ricard SA, votre Société a mis en place depuis le 1^{er} janvier 2004, un contrat de licences de marques, valable jusqu'au 31 décembre 2008 et renouvelable par tacite reconduction.

L'ensemble des redevances facturées au titre des contrats de licences de marques par votre société à la société Ricard SA s'est élevé à 25 079 765 euros au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006.

2.5.1.2 Avec la société Pernod SA, votre société a mis en place depuis le 1^{er} janvier 2004, un contrat de licences de marques, valable jusqu'au 31 décembre 2008 et renouvelable par tacite reconduction.

L'ensemble des redevances facturées au titre des contrats de licences de marques par votre société à la société Pernod SA s'est élevé à 13 212 889 euros au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006.

2.5.1.3 Avec la société Cusenier ; en exécution du contrat de concession instauré le 1^{er} janvier 1996.

L'ensemble des redevances facturées au titre des contrats de licence de marque par votre Société à la société Cusenier s'est élevé à 783 051 euros au titre de l'exercice clos le 30 juin 2006.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés



Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

Informations sur le document de référence

2.5.2 Concessions de licence d'exploitation

Votre Société concède à la société Ricard SA une licence d'exploitation à l'international de la marque "Dorville", depuis octobre 2002, moyennant le versement d'une redevance égale à 3 % du montant HDT des ventes. Le montant de redevance versé au titre de l'exercice 2005/2006 est de 59 332 euros.

2.5.3 Contrat de licence exclusive

Votre Société et la société Spirit Partners ont mis en place un contrat de licence exclusive, effectif à partir du 1^{er} janvier 2004 pour une durée de 5 ans et renouvelable par tacite reconduction. La licence est consentie moyennant le versement par Spirit Partners à Pernod Ricard d'une redevance annuelle de 2 % du montant net des ventes réalisées par l'exploitation des marques. La redevance facturée au titre de l'exercice 2005/2006 est de 14 300 euros.

2.6 AVANCES, PRÊTS ET EMPRUNTS

2.6.1 Convention de prêt conclue avec la société Havana Club Holding

Dans le cadre de la reprise de l'activité de distribution sur l'île de Cuba, votre Conseil d'Administration a autorisé trois prêts au profit de la société Havana Club Holding SA :

- › le premier d'un montant maximum de 7 390 000 de dollars américains avec un taux d'intérêt annuel de 7,5 % pour une durée de 5 ans. Le solde de ce prêt au 30 juin 2006 est de 3 930 000 de dollars américains et a fait l'objet d'intérêts financiers d'un montant de 248 391 euros au titre de l'exercice 2005/2006 ;
- › le second d'un montant de 834 000 dollars américains avec un taux d'intérêt annuel de 7,5 % pour une durée de 6 ans (avec une période de grâce d'une année). Ce prêt n'a pas été souscrit.
- › le troisième d'un montant de 1 360 000 dollars américains avec un taux d'intérêt annuel de 7,5 % pour une durée de 6 ans. Le solde de ce prêt au 30 juin 2006 est de 1 066 667 dollars américains. Ce prêt a fait l'objet d'intérêts financiers d'un montant de 31 464 euros au titre de l'exercice 2005/2006.

Ces trois prêts ont été conclus afin que la société Havana Club Holding SA puisse financer la société Havana Club International SA.

2.6.2 Conventions conclues avec la société Pernod Ricard Finance

Votre Société a conclu une convention de trésorerie avec la société Pernod Ricard Finance, effective depuis le 1^{er} janvier 2004, et ayant pour objet de regrouper sous une seule convention l'ensemble des conventions de trésorerie bilatérales existantes entre Pernod Ricard Finance et les sociétés du Groupe Pernod Ricard non intégrées au système de centralisation de trésorerie automatique, de les uniformiser, et d'actualiser et préciser les termes et conditions relatifs à la rémunération des prêts et emprunts nés du mécanisme de la centralisation de trésorerie.

Dans le cadre de cette convention, la société Pernod Ricard Finance a facturé la société Pernod Ricard SA pour un montant de 11 393 505 euros d'intérêts au titre de l'exercice 2005/2006.

Neuilly-sur-Seine et La Défense, le 6 octobre 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

Alain Penanguer

MAZARS & GUÉRARD

Frédéric Allilaire

Présentation et texte des résolutions proposées à l'Assemblée

→ **250 Présentation des résolutions**

- 250 Résolutions à caractère ordinaire
- 251 Résolutions à caractère extraordinaire

253 Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 7 novembre 2006

- 253 Ordre du jour
- 253 Projets de résolutions

258 Rapports Spéciaux des Commissaires aux Comptes

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

Présentation des résolutions

RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Nous vous demandons de bien vouloir approuver les comptes annuels ainsi que les comptes consolidés de l'exercice clos le 30 juin 2006 (première et seconde résolutions), et vous proposons de décider la distribution d'un dividende de 2,52 euros par action (troisième résolution).

Compte tenu de l'acompte sur dividende d'un montant de 1,12 euro par action versé par la Société le 5 juillet 2006, le solde d'un montant de 1,40 euro par action serait mis en paiement le 15 novembre 2006.

Nous vous proposons également d'approuver les conventions réglementées présentées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes figurant en pages 241 à 248 du présent document (quatrième résolution).

Le mandat d'Administrateur de M. François Gérard venant à échéance lors de la présente Assemblée, nous vous proposons de renouveler son mandat pour une durée de quatre années (cinquième résolution). Les renseignements concernant M. François Gérard figurent en page 136 du présent document.

Nous vous proposons de porter à 600 000 euros le montant global des jetons de présence alloués au Conseil d'Administration pour l'exercice à clore le 30 juin 2007 (sixième résolution).

Au titre du programme de rachat d'actions propres autorisé par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005, 232 676 actions ont été acquises entre le 1^{er} juin 2006 et le 14 juin 2006, au coût moyen pondéré de 152,05 euros par action. Ces actions ont toutes été affectées à la réserve du Plan d'options d'achat d'actions mis en œuvre le 14 juin 2006.

Au 20 septembre 2006, le nombre global d'actions autodétenues était de 3 079 722 (soit 3,27 % du capital). Ces actions ont toutes été affectées aux plans d'options d'achat d'actions mis en œuvre. Il vous est proposé de remplacer ce programme de rachat d'actions par un nouveau programme de rachat d'actions d'une durée de 18 mois (septième résolution).

Les achats pourraient être réalisés dans la limite de 10 % du capital social, soit à titre indicatif 9 406 143 actions (sur la base du nombre d'actions existant au 20 septembre 2006), en vue de poursuivre notamment les objectifs suivants :

- › l'attribution d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la Société et de son Groupe, selon toute formule permise par la loi, notamment par l'attribution d'options d'achat d'actions ou dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion de l'entreprise ;
- › la couverture des engagements de la Société au titre d'options avec règlement en espèces portant sur l'évolution positive du cours de bourse de l'action de la Société, consenties aux salariés et mandataires sociaux de la Société et de son groupe ;
- › l'attribution gratuite d'actions à des salariés et/ou mandataires sociaux ;
- › la remise de titres lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- › leur remise à titre de paiement ou d'échange notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe ;
- › leur annulation ; ou
- › l'animation du marché secondaire ou de la liquidité de l'action de la Société par un prestataire de services d'investissement au moyen d'un contrat de liquidité conforme à une Charte de Déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers, dans les conditions et selon les modalités fixées par la réglementation et les pratiques de marché reconnues.

Nous vous proposons de fixer le prix maximum d'achat à 250 euros par action.

Il est précisé que l'achat de ces actions, ainsi que leur vente ou transfert, pourraient être réalisés par tout moyen autorisé par la réglementation en vigueur et notamment l'utilisation d'instruments financiers dérivés et la vente à réméré.

RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

1. Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet d'annuler les propres actions de la Société acquises par elle (huitième résolution)

Par la septième résolution décrite ci-dessus, il vous est proposé d'autoriser le Conseil d'Administration, en application des dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce, à acheter des actions de la Société dans la limite de 10 % du capital.

Parmi les objectifs poursuivis figure, notamment, celui d'annuler éventuellement les actions ainsi acquises, en vue d'optimiser le résultat par action et la rentabilité des fonds propres.

En conséquence, votre Conseil sollicite l'autorisation de réduire le capital social pour annuler, dans la limite légale de 10 % du capital, tout ou partie des actions ainsi acquises par la Société dans le cadre du programme de rachat d'actions susmentionné.

Les incidences financières d'une telle opération seraient, le cas échéant, décrites dans la note d'information qui sera publiée par la Société conformément à la réglementation en vigueur.

L'autorisation sollicitée, qui serait donnée pour une durée de 24 mois, remplacerait celle de même nature accordée par votre Assemblée Générale du 10 novembre 2005.

2. Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet d'émettre des options de souscription et/ou d'achat d'actions (neuvième résolution)

Lors de l'Assemblée Générale du 17 mai 2004, vous avez autorisé le Conseil d'Administration à consentir à certains salariés du Groupe des options donnant droit à la souscription et/ou à l'achat d'actions de la Société.

Cette autorisation a été consentie pour une durée de 38 mois et vient donc à échéance le 17 juillet 2007.

Votre Conseil d'Administration vous demande de l'autoriser à consentir, au bénéfice de salariés et/ou dirigeants du Groupe, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société, à émettre à titre d'augmentation de capital, ou des options donnant droit à l'achat d'actions de la Société, provenant d'un rachat effectué dans le cadre d'un programme de rachat d'actions, le montant total des options consenties en application de la présente autorisation ne pouvant donner droit à la souscription d'un nombre d'actions représentant plus de 5 % du capital social actuel de la Société.

À titre d'information, le Conseil envisage d'attribuer ces options aux cadres à haut niveau de responsabilité et les mandataires sociaux salariés et/ou les cadres ou non-cadres ayant montré leur fort attachement au Groupe et leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions.

Le délai maximal d'exercice des options serait fixé à 10 ans et le prix de souscription et/ou d'achat des actions serait déterminé par le Conseil d'Administration au jour des décisions d'octroi des options dans les limites et conditions fixées par les dispositions légales applicables mais sans que le Conseil ne puisse appliquer de décote.

L'autorisation sollicitée serait consentie pour une durée de 38 mois et remplacerait celle de même nature accordée par votre Assemblée Générale du 17 mai 2004.

3. Délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet d'émettre des bons de souscription d'actions en période d'offre publique (dixième résolution)

En application de la loi du 31 mars 2006 relative aux offres publiques d'acquisition, il vous est proposé d'autoriser le Conseil d'Administration à émettre, en période d'offre publique portant sur les titres de la Société, des bons de souscription d'actions et à les attribuer gratuitement à tous les actionnaires. Ces bons permettraient aux actionnaires de souscrire, à des conditions préférentielles, à des actions de la Société. Ces bons deviendraient caducs en cas d'échec, de retrait ou de caducité de l'offre publique concernée et de toute offre concurrente éventuelle.

Le nombre de bons à émettre serait limité au nombre d'actions composant le capital social lors de l'émission et le montant nominal des actions qui pourraient être ainsi émises serait limité à 145 000 000 euros, étant entendu que ce plafond sera fixé indépendamment des plafonds applicables aux autres délégations et autorisations données par votre Assemblée Générale.

L'autorisation sollicitée serait consentie pour une durée de 18 mois.

4. Délégation de compétence donnée au Conseil d'Administration à l'effet de procéder à des augmentations de capital réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise (onzième résolution)

Conformément à l'article L.225-129-6 du Code de commerce, le Conseil est tenu de vous soumettre un projet de délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet de procéder à des augmentations de capital avec suppression du droit préférentiel de souscription, par émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société réservées aux adhérents à un plan d'épargne entreprise établi par la Société et les sociétés ou groupements qui lui sont liées.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

Le nombre total d'actions ordinaires qui seraient émises en vertu de cette délégation ne pourra représenter plus de 2 % du capital social de la Société à l'issue de l'Assemblée Générale, étant entendu que ce plafond sera fixé indépendamment des plafonds applicables aux autres délégations et autorisations données par votre Assemblée Générale.

Le prix des actions nouvelles à émettre ne pourra être ni inférieur de plus de 20 % (ou 30 % lorsque la durée de disponibilité prévue par le plan en application de l'article L.443-6 du code du travail est supérieure ou égale à 10 ans) à la moyenne du premier cours coté de l'action lors des 20 séances de bourse précédant la décision fixant la date d'ouverture de la période de souscription, ni supérieur à cette moyenne.

L'autorisation sollicitée serait consentie pour une durée de 26 mois et remplacerait la délégation de même nature accordée par votre Assemblée Générale du 10 novembre 2005.

5. Réduction de capital non motivée par des pertes (douzième résolution)

La Société détient actuellement l'intégralité du capital de la société Santa Lina laquelle détient 3 209 032 actions de la Société.

Le 20 septembre 2006, le Conseil d'Administration a décidé de prononcer la dissolution sans liquidation de la société Santa Lina entraînant le transfert universel du patrimoine de cette dernière au profit de la Société. Ce transfert interviendra à l'issue du délai légal d'opposition des créanciers ou, en cas d'oppositions, lorsque celles-ci auront été rejetées par un tribunal en première instance ou lorsque le remboursement des créances aura été effectué ou les garanties nécessaires constituées.

Sous cette réserve, nous vous proposons de décider l'annulation de l'intégralité des actions propres que la Société viendrait à détenir à la suite de la transmission universelle du patrimoine de la société Santa Lina et la réduction corrélative du capital à hauteur d'un montant de 9 947 999,20 euros, en imputant la différence entre la valeur des titres annulés et leur valeur nominale sur le compte "Prime de conversion".

6. Modification de l'article 32-III des statuts (treizième résolution)

Nous vous proposons de modifier le premier alinéa de l'article 32-III des statuts de votre Société relatif à la limitation des droits de vote dont dispose chaque membre de l'Assemblée Générale des actionnaires.

Les statuts préciseraient désormais que le nombre de droits de vote dont disposerait chaque membre de l'Assemblée serait calculé au regard du nombre de droit de vote total exprimé lors de l'Assemblée et intégrerait les droits de vote qui y sont assimilés au sens de l'article L.233-9 du Code de commerce (à l'exception du quatrième) permettant ainsi notamment de rassembler les droits de vote détenus par des personnes agissant de concert.

Assemblée Générale Mixte

des actionnaires du 7 novembre 2006

ORDRE DU JOUR

Ordre du jour à caractère ordinaire :

- 1) Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 30 juin 2006 ;
- 2) Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 30 juin 2006 ;
- 3) Affectation du résultat de l'exercice clos le 30 juin 2006 et distribution de dividendes ;
- 4) Approbation des conventions réglementées ;
- 5) Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. François Gérard ;
- 6) Fixation des jetons de présence alloués au Conseil d'Administration ;
- 7) Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet d'acheter, de conserver ou de transférer des actions de la Société ;

Ordre du jour à caractère extraordinaire :

- 8) Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet de réduire le capital par annulation d'actions précédemment rachetées ;
- 9) Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet de consentir aux salariés et dirigeants de la Société des options donnant droit à la souscription d'actions de la Société à émettre ou à l'achat d'actions existantes de la Société ;
- 10) Délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet d'émettre des bons de souscription d'actions en cas d'offre publique visant la Société ;
- 11) Délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet de procéder à des augmentations de capital réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise ;
- 12) Réduction de capital non motivée par des pertes ;
- 13) Modification de l'article 32 des statuts ;
- 14) Pouvoirs en vue de l'accomplissement des formalités requises.

PROJETS DE RÉSOLUTIONS

Partie relevant de la compétence d'une Assemblée Générale Ordinaire

PREMIÈRE RÉSOLUTION (Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 30 juin 2006) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration ainsi que des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice clos le 30 juin 2006 et après que lui ont été présentés le compte de résultat, le bilan et les annexes afférents à cet exercice, approuve tels que présentés ces comptes de résultat, bilan, annexes et toutes les opérations qui y sont traduites.

DEUXIÈME RÉSOLUTION (Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 30 juin 2006) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration ainsi que des rapports des Commissaires aux Comptes concernant l'exercice clos le 30 juin 2006 et après que lui ont été présentés le compte de résultat consolidé, le bilan consolidé et les annexes afférents à cet exercice, approuve tels que présentés ces comptes de résultat consolidé, bilan consolidé, annexes et toutes les opérations qui y sont traduites.

TROISIÈME RÉSOLUTION (Affectation du résultat de l'exercice clos le 30 juin 2006 et distribution de dividendes) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport des Commissaires aux Comptes :

- › constate que le bénéfice pour l'exercice clos le 30 juin 2006 s'élève à 56 193 655,94 euros ;
- › constate que le report à nouveau est de 364 691 170,04 euros ;
- › constate que le bénéfice distribuable de l'exercice, après affectation à la réserve légale à hauteur d'un montant de 2 809 682,80 euros, s'élève ainsi à 418 075 143,18 euros ;
- › décide de verser aux actionnaires, à titre de dividende, une somme de 2,52 euros par action, soit un montant total de 237 034 826,28 euros, correspondant à l'intégralité du bénéfice de l'exercice et à une somme de 180 841 170,34 euros, prélevée sur le compte "Report à nouveau" ; et
- › décide d'affecter le solde du bénéfice distribuable au report à nouveau pour un montant de 181 040 316,90 euros.

Un premier acompte sur dividende de 1,12 euro par action ayant été versé le 5 juillet 2006, le solde d'un montant de 1,40 euro par action sera mis en paiement le 15 novembre 2006.

Le dividende ouvre droit à compter du 1^{er} janvier 2006 à la réfaction de 40 % applicable aux personnes physiques résidentes fiscales en France, soit 1,008 euro par action.

L'Assemblée Générale décide que le montant du dividende correspondant aux actions autodétenues, ou à celles ayant fait l'objet d'une annulation, à la date de la mise en paiement sera affecté au compte de "Report à nouveau".

Il est rappelé que les dividendes distribués au titre des trois exercices précédents ont été les suivants :

Exercice	Nombre d'actions	Dividende distribué	Avoir fiscal ⁽²⁾	Dividende global
2002	70 484 081	1,80 €	0,90 €	2,70 €
2003	70 484 081	1,96 €	0,98 €	2,94 €
2004/2005 ⁽¹⁾	93 672 230	3,22 €	-	3,22 €

(1) L'exercice précédent a couru du 1^{er} janvier 2004 au 30 juin 2005.

(2) L'avoir fiscal a été retenu au seul taux de 50 % pour les besoins du présent tableau.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

QUATRIÈME RÉSOLUTION (*Approbat*ion des conventions réglementées) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions visées à l'article L.225-38 du Code de commerce, approuve les conventions visées dans ce rapport et intervenues ou dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

CINQUIÈME RÉSOLUTION (*Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. François Gérard*) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir constaté que le mandat d'Administrateur de M. François Gérard arrive à échéance, décide de renouveler son mandat pour une durée de quatre années qui prendra fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale qui statuera en 2010 sur les comptes de l'exercice écoulé.

SIXIÈME RÉSOLUTION (*Fixation des jetons de présence alloués au Conseil d'Administration*) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, décide de porter à la somme de 600 000 euros le montant global des jetons de présence du Conseil d'Administration au de titre l'exercice en cours.

SEPTIÈME RÉSOLUTION (*Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet d'acheter, de conserver ou de transférer des actions de la Société*) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration, autorise le Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, à opérer sur les actions de la Société, dans le cadre des dispositions des articles L.225-209 et suivants du Code de commerce.

La Société pourra procéder à des opérations sur ses propres actions ayant notamment pour finalité :

- i)** attribution d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la Société et de son Groupe, selon toute formule permise par la loi, notamment par l'attribution d'options d'achat d'actions aux salariés et mandataires sociaux de la Société et de son Groupe ou dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion de l'entreprise ;
- ii)** la couverture de ses engagements au titre d'options avec règlement en espèces portant sur l'évolution positive du cours de bourse de l'action de la Société, consenties aux salariés et mandataires sociaux de la Société et de son Groupe ;
- iii)** l'attribution gratuite d'actions à des salariés et/ou mandataires sociaux dans le cadre des articles L.225-197-1 et suivants du Code de commerce ;
- iv)** la remise de titres lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- v)** leur remise à titre de paiement ou d'échange notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe ;
- vi)** le cas échéant, leur annulation ; ou
- vii)** l'animation du marché secondaire ou de la liquidité de l'action de la Société par un prestataire de services d'investissement au moyen d'un contrat de liquidité conforme à une Charte de Déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers, dans les conditions et selon les modalités fixées par la réglementation et les pratiques de marché reconnues.

L'acquisition, la cession, le transfert ou l'échange de ces actions pourront être effectués par tous moyens autorisés par la réglementation en vigueur. Ces moyens incluent notamment les opérations de gré à gré, les cessions de blocs, les ventes à réméré et l'utilisation de tout instrument financier dérivé, négocié sur un marché réglementé ou de gré à gré et la mise en place de stratégies optionnelles (achat et vente d'options d'achat et de vente et toutes combinaisons de celles-ci). Ces opérations pourront être réalisées aux périodes que le Conseil d'Administration appréciera. La part du programme de rachat pouvant être effectuée par négociation de blocs pourra atteindre la totalité du programme.

Ces opérations pourront être effectuées à tout moment, y compris en période d'offre publique, dans les limites permises par la réglementation applicable, dans les limites exposées ci-après :

- i)** Prix maximum d'achat : 250 euros
- ii)** Montant maximum d'achats autorisé : 2 351 535 750 euros

En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites ainsi qu'en cas de division ou de regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Les achats d'actions propres réalisés par la Société devront porter sur un nombre d'actions tel que :

- i)** le nombre d'actions propres que la Société achète pendant la durée du programme de rachat n'excède pas 10 % des actions composant le capital de la Société à quelque moment que ce soit, ce pourcentage s'appliquant à un capital ajusté en fonction des opérations l'affectant postérieurement à la présente Assemblée Générale, soit, à titre indicatif, au 20 septembre 2006, 9 406 143 actions ; et
- ii)** le nombre d'actions propres que la Société détiendra à quelque moment que ce soit ne dépasse pas 10 % des actions composant le capital de la Société.

En vue de mettre en œuvre la présente autorisation, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les limites fixées par les statuts et par la loi, à l'effet de :

- i)** passer tous ordres en bourse ou hors marché ;
- ii)** conclure tous accords en vue notamment de la tenue des registres d'achats et de ventes d'actions ;
- iii)** effectuer toutes déclarations et formalités auprès de l'Autorité des marchés financiers, et de tout autre organisme ; et
- iv)** remplir toutes autres formalités et, d'une manière générale, faire tout ce qui est nécessaire.

Le Conseil d'Administration devra informer l'Assemblée Générale des opérations réalisées en application de la présente résolution.

La présente autorisation, consentie pour une durée de 18 mois à compter de la présente Assemblée, prive d'effet à compter de ce jour pour sa partie non utilisée l'autorisation accordée par l'Assemblée Générale mixte du 10 novembre 2005.

Partie relevant de la compétence d'une Assemblée Générale Extraordinaire

HUITIÈME RÉSOLUTION (*Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet de réduire le capital par annulation d'actions précédemment rachetées*) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et statuant conformément aux articles L.225-209 et suivants du Code de commerce :

- 1) autorise le Conseil d'Administration à réduire le capital social par l'annulation, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 10 % du capital autorisée par la loi, de tout ou partie des actions de la Société détenues par la Société ou acquises par cette dernière dans le cadre des programmes d'achat d'actions autorisés par l'Assemblée Générale des actionnaires au terme de la septième résolution ci-dessus ;
- 2) décide que l'excédent du prix d'achat des actions annulées sur leur valeur nominale sera imputé sur le poste "Primes d'émission" ou sur tout poste de réserves disponibles, y compris la réserve légale, celle-ci dans la limite de 10 % de la réduction de capital réalisée ; et
- 3) confère au Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les limites fixées par les statuts et par la loi, tous pouvoirs pour réaliser, sur ses seules décisions, l'annulation des actions ainsi acquises, procéder à la réduction de capital en résultant et à l'imputation précitée, ainsi que pour modifier en conséquence l'article 6 des statuts.

La présente délégation, consentie pour une période de 24 mois à compter de la présente Assemblée, annule et remplace l'autorisation accordée par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005.

NEUVIÈME RÉSOLUTION (*Autorisation à donner au Conseil d'Administration à l'effet de consentir aux salariés et dirigeants de la Société des options donnant droit à la souscription d'actions de la Société à émettre ou à l'achat d'actions existantes de la Société*) - L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et statuant conformément aux dispositions des articles L.225-177 et suivants du Code de commerce :

- 1) autorise le Conseil d'Administration, à consentir, en une ou plusieurs fois, sur ses seules décisions, au bénéfice des salariés et dirigeants sociaux, ou de certains d'entre eux, de la Société et des sociétés et groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions visées à l'article L.225-180 du Code de commerce, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre ou à l'achat d'actions existantes ;
- 2) décide que le nombre total des options ne pourra donner droit à la souscription ou à l'achat d'un nombre d'actions supérieur à 5 % du capital social actuel de la Société ;

- 3) décide que :
 - i) conformément à l'article L.225-177 du Code de commerce, en cas d'octroi d'options de souscription, le prix de souscription des actions par les bénéficiaires sera déterminé par le Conseil d'Administration le jour où les options seront consenties, ce prix ne pouvant être inférieur à la moyenne des cours de clôture constatés aux vingt séances de bourse précédant le jour où les options sont consenties ;
 - ii) conformément à l'article L.225-179 du Code de commerce, en cas d'octroi d'options d'achat, le prix d'achat des actions par les bénéficiaires sera fixé par le Conseil d'Administration le jour où les options seront consenties, ce prix ne pouvant être inférieur ni à la moyenne des cours de clôture constatés aux vingt séances de bourse précédant le jour où les options sont consenties, ni au cours moyen d'achat des actions détenues par la Société conformément aux articles L.225-208 et L.225-209 du Code de commerce ;
- 4) décide que le délai d'exercice des options ne pourra excéder 10 ans à compter de la date d'attribution des options par le Conseil d'Administration ;
- 5) prend acte que la présente autorisation emporte, au profit des bénéficiaires des options, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'option.
L'augmentation de capital résultant des levées d'options de souscription d'actions sera définitivement réalisée du seul fait de la déclaration de levée d'option, accompagnée du bulletin de souscription et du paiement en numéraire ou par compensation avec des créances de la somme correspondante ;
- 6) décide que le prix et/ou le nombre des actions à souscrire et/ou à acheter pourront être ajustés pour tenir compte des opérations financières effectuées par la Société ;
- 7) délègue tous pouvoirs au Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les limites fixées par les statuts et par la loi, pour mettre en œuvre la présente résolution et déterminer, dans les limites légales ou réglementaires, toutes les autres conditions et modalités de l'attribution des options et de leur levée, et notamment pour :
 - i) fixer la ou les périodes d'exercice des options dans la limite visée ci-dessus, fixer le prix de souscription ou d'achat des actions suivant les modalités déterminées ci-dessus, arrêter la liste des bénéficiaires des options, fixer éventuellement le nombre d'options offertes à chacun d'eux et décider l'interdiction éventuelle de revente immédiate des actions qui seront achetées et/ou souscrites ;
 - ii) prévoir la faculté de suspendre temporairement les levées d'options, en cas de réalisation d'opérations financières ou sur titres ;
 - iii) imputer, s'il le juge opportun, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes afférentes à ces augmentations et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation ;
 - iv) procéder à la modification corrélative des statuts et, d'une manière générale, faire tout ce qui sera utile et nécessaire à la mise en œuvre de la présente autorisation.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

Lors de la première réunion suivant la clôture de chaque exercice, le Conseil d'Administration constatera, s'il y a lieu, le nombre et le montant des actions émises pendant l'exercice, apportera les modifications nécessaires aux statuts, et effectuera les formalités de publicité.

Conformément aux dispositions de l'article L.225-184 du Code de commerce, le Conseil d'Administration, dans un rapport spécial, informera chaque année les actionnaires, lors de l'Assemblée Générale Ordinaire, des opérations réalisées dans le cadre de la présente résolution.

La présente autorisation, consentie pour une durée de 38 mois à compter de la présente Assemblée, annule et remplace pour sa partie non utilisée l'autorisation accordée par l'Assemblée Générale du 17 mai 2004.

DIXIÈME RÉSOLUTION (*Délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet d'émettre des bons de souscription d'actions en cas d'offre publique visant la Société*) - L'Assemblée Générale Extraordinaire, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Ordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et statuant conformément aux articles L.233-32 II et L.233-33 du Code de commerce :

- 1) délègue au Conseil d'Administration la compétence de décider, en cas d'offre publique visant la Société, l'émission, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il appréciera, de bons permettant de souscrire, à des conditions préférentielles, à une ou plusieurs actions de la Société et leur attribution gratuite à tous les actionnaires de la Société ayant cette qualité avant l'expiration de la période d'offre publique, ainsi que de fixer les conditions d'exercice et les autres caractéristiques desdits bons ;
- 2) décide que le montant nominal maximum des actions ordinaires qui pourraient ainsi être émises par exercice de ces bons ne pourra pas dépasser un plafond de 145 000 000 euros, étant précisé que ce plafond est fixé indépendamment de tout autre plafond relatif aux émissions de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société autorisées par l'Assemblée Générale, et le nombre maximum de bons qui pourraient être émis ne pourra dépasser le nombre d'actions composant le capital social lors de l'émission des bons ;
- 3) décide que la présente délégation ne pourra être utilisée qu'en cas d'offre publique visant la Société ;
- 4) décide que le Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation dans les limites fixées par les statuts et par la loi, aura tous pouvoirs pour mettre en œuvre, dans les conditions prévues par la loi, la présente délégation de compétence.

La présente délégation est consentie pour une durée de 18 mois à compter de la présente Assemblée.

ONZIÈME RÉSOLUTION (*Délégation de compétence au Conseil d'Administration à l'effet de procéder à des augmentations de capital réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise*)

- L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes et statuant conformément aux articles L.225-129-6 et L.225-138-1 du Code de commerce et des articles L.443-1 et suivants du Code du travail :

- 1) délègue au Conseil d'Administration la compétence nécessaire à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, sur ses seules décisions, tant en France qu'à l'étranger, à l'augmentation du capital social de la Société par l'émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société (autres que des actions de préférence) réservées aux adhérents à un plan d'épargne d'entreprise ;
- 2) décide que les bénéficiaires de ces augmentations de capital seront, directement ou par l'intermédiaire d'un fonds commun de placement d'entreprise ou toutes autres structures ou entités permises par les dispositions légales ou réglementaires applicables, les adhérents à un plan d'épargne d'entreprise de la Société et des sociétés ou groupements qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 du Code de commerce et qui remplissent, en outre, les conditions éventuellement fixées par le Conseil d'Administration ;
- 3) décide de supprimer, en faveur des bénéficiaires susvisés, le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société émises en application de la présente résolution ;
- 4) délègue en outre au Conseil d'Administration la compétence nécessaire à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, sur ses seules décisions, au profit des bénéficiaires susvisés, à des attributions gratuites d'actions ou d'autres valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société (autres que des actions de préférence), étant entendu que (i) l'avantage total résultant de ces attributions ne pourra pas excéder, selon la modalité choisie, les limites légales ou réglementaires applicables aux termes des articles L.443-5 et L.443-7 du Code du travail, et (ii) les actionnaires de la Société renoncent à tout droit (notamment d'attribution) sur les titres susceptibles d'être émis gratuitement en application de la présente résolution ;
- 5) décide que le nombre total d'actions qui pourront être émises, immédiatement et/ou à terme, en vertu de la présente délégation, ne pourra être supérieur à 2 % du capital social de la Société à l'issue de la présente Assemblée, étant précisé que ce plafond est fixé de manière indépendante. En conséquence, le montant nominal des émissions réalisées en vertu de la présente résolution ne s'imputera sur aucun autre plafond relatif aux émissions de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société autorisées par l'Assemblée Générale ;
- 6) décide que le prix des actions nouvelles à émettre, en application de la présente résolution, ne pourra être ni (i) inférieur de plus de 20 % (ou 30 % lorsque la durée d'indisponibilité prévue par le plan en application de l'article L.443-6 du Code du travail est supérieure ou égale à dix ans) à la moyenne des premiers cours cotés de l'action lors des vingt séances de bourse précédant la décision fixant la date d'ouverture de la période de souscription, ni (ii) supérieur à cette moyenne ;

- 7)** décide que le Conseil d'Administration aura tous pouvoirs, avec faculté de subdélégation dans les limites fixées par les statuts et par la loi, pour mettre en œuvre la présente résolution, notamment à l'effet de :
- i)** arrêter les caractéristiques, montant et modalités de toute émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès aux actions ordinaires de la Société ;
 - ii)** arrêter la liste des sociétés dont les salariés seront bénéficiaires des émissions réalisées en vertu de la présente résolution ainsi que les conditions, notamment d'ancienneté, que devront remplir les bénéficiaires des augmentations de capital ainsi réalisées ;
 - iii)** déterminer que les souscriptions pourront être effectuées directement par les bénéficiaires ou par l'intermédiaire d'organismes collectifs ;
 - iv)** prendre toutes mesures pour la réalisation des augmentations de capital, et le cas échéant, des attributions gratuites d'actions ou d'autres titres donnant accès au capital ; et
 - v)** conclure tous accords, établir tous documents, constater la réalisation des augmentations de capital, modifier, le cas échéant, les statuts en conséquence, accomplir ou faire accomplir tous les actes, formalités, déclarations auprès de tous organismes et, plus généralement, tout ce qui sera nécessaire.

La présente délégation, consentie pour une durée de 26 mois à compter de la présente Assemblée, annule et remplace l'autorisation accordée par l'Assemblée Générale du 10 novembre 2005.

DOUZIÈME RÉOLUTION (*Réduction de capital non motivée par des pertes*) – L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration et du rapport des Commissaires aux Comptes :

- i)** constate qu'aux termes d'une délibération en date du 20 septembre 2006, le Conseil d'Administration de la Société a décidé, en application des dispositions de l'article 1844-5, alinéa 3, du Code civil, la dissolution sans liquidation de la société Santa Lina, sous la seule réserve qu'à l'expiration du délai d'opposition des créanciers prévu par l'article 8, alinéa 2, du décret n° 78-704 du 3 juillet 1978, les créanciers n'aient pas fait opposition à la dissolution ou, en cas d'oppositions, que celles-ci aient été rejetées en première instance ou que le remboursement des créances ait été effectué ou les garanties constituées ;
- ii)** constate que, conformément aux dispositions de l'article 5 du décret n° 67-236 du 23 mars 1967, la Société, en sa qualité d'actionnaire unique de Santa Lina, a déposé au greffe du tribunal de commerce de Paris une déclaration de dissolution sans liquidation de la société Santa Lina et, en application de l'article 287 du décret n° 67-236 du 23 mars 1967, a publié l'avis relatif à la dissolution de la société Santa Lina dans un journal habilité à recevoir les annonces légales en date du 7 octobre 2006 ;
- iii)** constate, en conséquence, que le délai d'opposition des créanciers prévu par l'article 8, alinéa 2, du décret n° 78-704 du 3 juillet 1978 a expiré le 6 novembre 2006 à minuit, sans qu'aucun créancier n'ait formé opposition à la dissolution et que, conformément aux dispositions de l'article 1844-5 du Code civil, la transmission universelle du patrimoine de Santa Lina à la Société a été réalisée ce jour ;

- iv)** constate que parmi les éléments d'actifs transférés par Santa Lina dans le cadre de la transmission universelle de son patrimoine figurent 3 209 032 actions de la Société que cette dernière n'entend pas conserver ;
- v)** décide d'annuler ces 3 209 032 actions par voie de réduction de capital d'un montant de 9 947 999,20 euros correspondant à la valeur nominale de ces actions, portant le capital de la Société de 291 590 460,90 euros à 281 642 461,70 euros et ramenant le nombre d'actions de la Société de 94 061 439 à 90 852 407 ;
- vi)** décide d'imputer sur le poste "prime de conversion" un montant correspondant à la différence entre la valeur comptable des 3 209 032 actions de la Société qui ont été transférées à cette dernière dans le cadre de la dissolution sans liquidation de Santa Lina et la valeur nominale desdites actions, soit une somme de 462 036 427,36 euros ; et
- vii)** confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration, avec faculté de subdélégation au Directeur Général ou, en accord avec ce dernier, à un ou plusieurs Directeurs Généraux Délégués, aux seules fins de :
 - › constater la réduction de capital décidée en vertu de la présente résolution ;
 - › modifier les statuts en conséquence ; et
 - › plus généralement, procéder à toutes opérations et formalités rendues nécessaires par la réalisation de cette réduction de capital.

TREIZIÈME RÉOLUTION (*Modification de l'article 32 des statuts*) – L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les assemblées générales extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration, décide de modifier les statuts de la Société comme suit :

Le premier alinéa de l'article 32 III. sera désormais rédigé comme suit :

"III. 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 dont disposent les actionnaires présents ou représentés. Le mandataire d'un actionnaire dispose des voix de son mandat dans les mêmes conditions et la même limite."

Après ce premier alinéa de l'article 32 III. il sera inséré un nouvel alinéa rédigé comme suit :

"Pour l'application de cette limitation, il sera fait masse, pour chaque membre de l'Assemblée, des droits de vote dont il dispose ainsi que de ceux assimilés aux siens au sens de l'article L.233-9 du Code de commerce."

Le reste de l'article demeure inchangé.

QUATORZIÈME RÉOLUTION (*Pouvoirs en vue de l'accomplissement des formalités requises*) – 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 légales ou autres qu'il appartiendra.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

Rapports Spéciaux

des Commissaires aux Comptes

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS ACHETÉES

Assemblée Générale Mixte Annuelle du 7 novembre 2006 - 8^e résolution

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société Pernod Ricard et en exécution de la mission prévue à l'article L.225-209 du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre Société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L.225-209 du Code de commerce.

Cette autorisation d'achat est proposée par ailleurs à l'approbation de votre Assemblée Générale au terme de la septième résolution et serait donnée pour une période de 18 mois.

Votre Conseil d'Administration vous demande de lui déléguer, pour une période de 24 mois, au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre Société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de 24 mois, les actions ainsi achetées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction de capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre Assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre Société, de ses propres actions.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'OUVERTURE D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DES SALARIÉS ET DES DIRIGANTS

Assemblée Générale Mixte Annuelle du 7 novembre 2006 - 9^e résolution

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-177 du Code de commerce et par l'article 174-19 du décret du 23 mars 1967, nous avons établi le présent rapport sur l'ouverture d'options de souscription et/ou d'achat d'actions au bénéfice des salariés et dirigeants.

Il appartient à votre Conseil d'Administration d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription et/ou d'achat d'actions ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription et/ou d'achat. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription et/ou d'achat.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription et/ou d'achat sont mentionnées dans le rapport de votre Conseil d'Administration, qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes, de nature à éclairer les actionnaires et qu'elles n'apparaissent pas manifestement inappropriées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'ÉMISSION DE BONS DE SOUSCRIPTION D' ACTIONS EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE VISANT LA SOCIÉTÉ

Assemblée Générale Mixte Annuelle du 7 novembre 2006 - 10^e résolution

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes et en exécution de la mission prévue par l'article L.228-92 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'émission à titre gratuit de bons de souscription d'actions en cas d'offre publique visant la Société, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, dans le cadre de l'article L.233-32 II du Code de commerce, la compétence à l'effet de :

- ▶ décider l'émission de bons soumis au régime des articles L.233-32 II et L.233-33 du Code de Commerce permettant de souscrire, à des conditions préférentielles, à une ou plusieurs actions de la Société et à leur attribution gratuite à tous les actionnaires de la Société ayant cette qualité avant l'expiration de la période d'offre publique.
- ▶ fixer les conditions d'exercice et les caractéristiques des dits bons.

Le montant nominal maximal des actions ordinaires qui pourraient être ainsi émises ne pourra dépasser le plafond de 145 000 000 euros et le nombre maximal de bons qui pourraient être émis ne pourra excéder le nombre d'actions composant le capital social lors de l'émission des bons. La présente délégation qui serait consentie pour une période de 18 mois, ne pourra être utilisée qu'en cas d'offre publique visant la Société.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France qui requiert la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'Administration relatif à cette opération.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données dans le rapport du Conseil d'Administration portant sur l'opération envisagée d'émission de bons de souscription d'actions en cas d'offre publique visant la Société.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'utilisation de cette délégation par votre Conseil d'Administration.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AUX ADHÉRENTS À UN PLAN D'ÉPARGNE D'ENTREPRISE

Assemblée Générale Mixte Annuelle du 7 novembre 2006 - 11^e résolution

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société Pernod Ricard et en exécution de la mission prévue par les articles L.225-135, L.225-138 et L.228-92 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur la proposition de délégation à votre Conseil d'Administration de la compétence de décider, en une ou plusieurs fois, l'augmentation du capital social par émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital (autres que des actions de préférence), avec suppression du droit préférentiel de souscription, réservée aux adhérents à un plan d'épargne entreprise, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer. Le nombre d'actions qui pourraient être émises dans le cadre de la onzième résolution est limité à 2 % du capital social à l'issue de la présente Assemblée.

Cette augmentation est soumise à votre approbation en application des dispositions des articles L.225-129-6 du Code de commerce et L.443-5 du Code du travail.

Votre Conseil d'Administration vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, avec faculté de subdélégation, pour une durée de 26 mois, la compétence pour décider une ou plusieurs augmentations du capital social et de renoncer à votre droit préférentiel de souscription. Le cas échéant, il lui appartiendra de fixer les conditions définitives de cette opération.

Il appartient à votre Conseil d'Administration d'établir un rapport conformément aux articles 154 et 155 du décret du 23 mars 1967. Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant l'émission, données dans ce rapport.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier le contenu du rapport du Conseil d'Administration relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital qui serait décidée nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital, à émettre, données dans le rapport du Conseil d'Administration.

Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital serait réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire, le cas échéant, lors de l'usage de cette autorisation par votre Conseil d'Administration.

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

→ **Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée**

Informations sur le document de référence

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DE CAPITAL

Assemblée Générale Mixte Annuelle du 7 novembre 2006 - 12^e résolution

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société Pernod Ricard et en exécution de la mission prévue à l'article L.225-204 du Code de commerce, en cas de réduction du capital, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et les conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières. Nos travaux ont consisté notamment à vérifier que la réduction du capital ne ramène pas le montant du capital à des chiffres inférieurs au minimum légal et qu'elle ne peut porter atteinte à l'égalité des actionnaires.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de cette opération qui réduira le capital de votre Société de 291 590 460,90 euros à 281 642 461,70 euros.

Neuilly-sur-Seine et La Défense, le 6 octobre 2006

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Alain Pons

Alain Penanguer

MAZARS & GUÉRARD

Frédéric Allilaire

Informations sur le document de référence

→ **262 Responsable du document de référence**

- 262 Nom du responsable du présent document
- 262 Attestation du responsable du présent document
- 262 Responsables de l'information

263 Index du rapport financier

264 Table de concordance

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

→ **Informations sur le document de référence**

Responsable

du document de référence

NOM DU RESPONSABLE DU PRÉSENT DOCUMENT

La responsabilité du présent document est assumée par M. Patrick Ricard, Président-Directeur Général de Pernod Ricard SA ("Pernod Ricard" ou la "Société"), société anonyme au capital de 291 590 460,90 euros dont le Siège Social est situé au 12, place des États-Unis, 75116 Paris, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le numéro 582 041 943.

ATTESTATION DU RESPONSABLE DU PRÉSENT DOCUMENT

À ma connaissance, les données du présent document de référence 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 la Société ainsi que sur les droits attachés aux instruments financiers offerts. Elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Par ailleurs, la Société a obtenu de ses contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux dans laquelle ils indiquent avoir procédé, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations, portant sur la situation financière et les comptes, présentées ou incorporées par référence dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de référence.

Patrick Ricard
Président-Directeur Général

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour l'exercice clos au 31 décembre 2003, arrêtés par le Conseil d'Administration, ont été certifiés sans réserve par les Commissaires aux Comptes de la Société. Concernant les comptes annuels de l'exercice, leur rapport attire l'attention sur la note 1.1 de l'Annexe qui expose le changement de méthode relatif à la comptabilisation des engagements de retraite et avantages assimilés. Concernant les comptes consolidés de l'exercice, leur rapport attire l'attention sur la note 1.2 de l'Annexe qui expose les changements relatifs à la comptabilisation des engagements de retraite et avantages assimilés, à la présentation des OCEANE et à la méthode de calcul du résultat dilué par action.

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour l'exercice clos au 30 juin 2005, arrêtés par le Conseil d'Administration, ont été certifiés sans réserve par les Commissaires aux Comptes de la Société. Concernant les comptes annuels de l'exercice, leur rapport attire l'attention sur la note de l'Annexe relative au changement de date de clôture. Concernant les comptes consolidés de l'exercice, leur rapport attire l'attention sur la note 1.2 de l'Annexe relative au changement de date de clôture. Dans leur rapport sur les informations pro forma, les Commissaires aux Comptes attirent l'attention sur les réserves mentionnées à la page 208 du document.

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour l'exercice clos au 30 juin 2006, arrêtés par le Conseil d'Administration, ont été certifiés sans réserve par les Commissaires aux Comptes de la Société.

RESPONSABLES DE L'INFORMATION

Francisco de la Vega
Directeur de la Communication
Tél. : +33 (0) 1 41 00 40 96

Denis Fiévet
Directeur, Communication Financière
et Relations Investisseurs
Tél. : +33 (0) 1 41 00 42 02

12, place des États-Unis
75116 Paris

Index du rapport financier

A

absentéisme	74
accords sociaux	78
actionnariat	124
action Pernod Ricard	57 ; 58
administrateurs	131
administrateurs indépendants	132
assemblées générales	120
assurances	168
audit interne	151
autodétention	125
avantages en nature (mandataires sociaux)	144

B

bilan consolidé	172
bilan société mère	224

C

calendrier des communications financières	63
capital	121 ; 124
cessions	165 ; 166
chiffres clés	5 ; 6 ; 155 ; 156
comité d'audit	139
comité des rémunérations	140
comité des nominations	141
comité stratégique	139
commissaires aux comptes	142
compte de résultat consolidé	171
compte de résultat société mère	223
concurrence	159
conseil d'administration	131
consommation d'eau	100
consommation d'énergie	105
consommation de matières premières	98
contrôle interne	149
conventions réglementées	241
cours de Bourse	8 ; 57
couvertures de risques	168
crédit syndiqué	163
contrats significatifs	162

D

développement durable	94
dividendes	239 ; 253
droits de vote	124

E

effectifs	70
engagements financiers	202
environnement	96

F

formation	77
franchissements de seuils	124

H

handicapés	72
historique	8

I

intéressement	147
information sectorielle	155 ; 156 ; 183
implantation géographique	96

J

jetons de présence	141 ; 143
--------------------	-----------

L

litiges commerciaux	161
---------------------	-----

M

mandataires sociaux	131 ; 133 ; 134
marchés	33
marques	17
masse salariale	78

O

objet social	119
OCEANE	123

P

périmètre de consolidation	204
perspectives d'avenir	159
principes et méthodes comptables de la société mère	229
principes et méthodes comptables du Groupe	176
publications	127

R

recherche et développement	82
régimes complémentaires de retraite pour les dirigeants	144
rémunérations des mandataires sociaux	143
responsable de l'information	262
risques financiers	159
risques industriels et environnementaux	167
risques juridiques	160

S

siège social	119
sociétés consolidées	204
stock-options	123 ; 145 ; 146

T

tableau de financement consolidé	175
tableau de financement société mère	226
temps de travail	74

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

→ Informations sur le document de référence

Table de concordance

conformément à l'annexe I du règlement CE 809/2004

INFORMATIONS		PAGES
1. PERSONNES RESPONSABLES		
1.1	Responsable du document de référence	262
1.2	Attestation du responsable du document de référence	262
2. CONTROLEURS LÉGAUX DES COMPTES		
2.1	Contrôleurs légaux des comptes pour la période couverte par les informations financières historiques	142
3. INFORMATIONS FINANCIÈRES SÉLECTIONNÉES		
3.1	Comptes consolidés et Annexe	170 - 219
	Comptes sociaux de Pernod Ricard SA et Annexe	222 - 293
3.2	Information financière pro forma	183
4. FACTEURS DE RISQUE		
	Risques de marché (liquidité, taux, change, portefeuille actions)	159
	Risques particuliers liés à l'activité (dont dépendance à l'égard de fournisseurs, clients, sous-traitants, contrats, procédés de fabrication, etc.)	159 - 160
	Risques juridiques (réglementation particulière, concessions, brevets, licences, litiges significatifs, faits exceptionnels, etc.)	160 - 161
	Risques industriels et liés à l'environnement	167
5. INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ		
5.1	Histoire et évolution de la Société	2 - 11 ; 119 - 120 ; 159
5.2	Investissements	97 ; 195
6. APERÇU DES ACTIVITÉS		
6.1	Principales Activités	17 - 45 ; 155 - 159
6.2	Principaux Marchés	34 - 45
6.3	Événements exceptionnels	
6.4	Dépendance vis-à-vis des brevets, licences, contrats industriels	188
6.5	Source de déclaration concernant la position concurrentielle	159
7. ORGANIGRAMME		
7.1	Description du Groupe	14 ; 204
7.2	Principales filiales	14 ; 204 - 206
8. PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET ÉQUIPEMENTS		
8.1	Immobilisations corporelles importantes existantes ou planifiées	188 - 189
8.2	Environnement	93 - 106
9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RÉSULTAT		
9.1	Situation financière	172 - 173
9.2	Résultat d'exploitation	155 - 160 ; 171
10. TRÉSORERIE ET CAPITAUX		
10.1	Informations sur les capitaux	121 - 126
10.2	Flux de trésorerie	175
10.3	Informations sur les conditions d'emprunt et la structure de financement	163 ; 195 - 198
10.4	Restriction à l'utilisation des capitaux	121 - 122
10.5	OCEANE	123 ; 164
11. RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES		82
12. INFORMATION SUR LES TENDANCES		
12.1	Évolutions récentes	2 - 7
12.2	Perspectives	159

INFORMATIONS	PAGES
13. PRÉVISIONS OU ESTIMATIONS DU BÉNÉFICE	N/A
14. ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION	
14.1 Membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	131 - 137
14.2 Absence de conflits d'intérêts potentiels	138
15. RÉMUNÉRATIONS ET AVANTAGES	
15.1 Rémunération des dirigeants	143 - 145 ; 236
15.2 Plans d'options de souscription ou autres régimes d'actionnariat salarié	146 - 147
16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES	
16.1 Composition du Conseil d'Administration	131 - 132 ; 135 - 137
16.2 Contrats de service	138
16.3 Comité d'Audit	139 - 140
Comité des Rémunérations	140
Comité des Nominations	141
Comité Stratégique	139
16.4 Rôle et fonctionnement du Conseil d'Administration	138 - 139
16.5 Rapport du Président sur le contrôle interne	149 - 152
16.6 Rapport des Commissaires aux Comptes sur le rapport du Président	153
17. SALARIÉS	
17.1 Ressources humaines	64 - 78
17.2 Tableau des options de souscription ou d'achat d'actions	145 - 146
17.3 Accords d'intéressement et de participation des salariés	147
18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	
18.1 Répartition du capital et des droits de vote	124
18.2 Droits de vote différents	120 ; 124
19. OPÉRATIONS AVEC DES APPARENTÉS	145
20. INFORMATIONS FINANCIÈRES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ	
20.1 Informations financières historiques	238
20.2 Informations financières pro forma	183
20.3 États financiers	170 - 220 ; 222 - 248
20.4 Vérification des informations financières	220 ; 240
20.5 Date des dernières informations financières	266
20.6 Informations financières intermédiaires et autres	N/A
20.7 Politique de distribution des dividendes	58 ; 239
20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	160 - 161
21. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	
21.1 Renseignements de caractère général concernant le capital	121 - 129
21.2 Renseignements de caractère général concernant la société Pernod Ricard	119 - 120
22. CONTRATS SIGNIFICATIFS	162 - 167
23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DÉCLARATIONS D'EXPERTS ET DÉCLARATIONS D'INTÉRÊTS	N/A
24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	127 - 129 ; 266
25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS	237

Renseignements de caractère général
concernant la Société et son capital

Gouvernement d'Entreprise

Rapport du Président sur le Contrôle Interne

Rapport de gestion

Comptes consolidés

Comptes sociaux

Présentation et texte des résolutions
proposées à l'Assemblée

→ **Informations sur le document de référence**



Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 16 octobre 2006, conformément à l'article 212-13 de son Règlement Général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers.

Rapports de gestion, comptes consolidés du Groupe et rapports des Commissaires aux Comptes sur les exercices clos les 30 juin 2005 et 31 décembre 2003

Les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

- › Le rapport de gestion du Groupe, les comptes consolidés du Groupe et le rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés pour l'exercice clos le 30 juin 2005 tels que présentés sur les pages 132 à 163 et 166 à 209 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 10 octobre 2005 sous le n° D.05-1207 ;
- › le rapport de gestion du Groupe, les comptes consolidés du Groupe et le rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés pour l'exercice clos le 31 décembre 2003 tels que présentés sur les pages 47 à 67 et 75 à 111 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 29 avril 2004 sous le n° D.04-0616.

Les informations incluses dans ces deux documents de référence autres que celles citées ci-dessus ont été, le cas échéant, remplacées et/ou mises à jour par des informations incluses dans le présent document de référence.

Des exemplaires du présent document sont disponibles sur simple demande à Pernod Ricard - 12, place des États-Unis, 75116 Paris - France



Pernod Ricard

Société Anonyme au capital de 291 590 460,90 €
Siège social : 12, place des États-Unis - 75116 Paris - Tél. : 33 (0)1 41 00 41 00 - Fax : 33 (0)1 41 00 41 41
RCS Paris B 582 041 943

Crédits photos :

Œuvres d'arts premiers : Musée du Quai Branly (P. Gries) - Chupi : Musée du Quai Branly (H. Dubois)
Bâtiment, jardin, mur végétal : Musée du Quai Branly (N. Borel, D. Marat, I. Andréadis, A. Borgeaud)
Studio photo Pernod Ricard (D. Dewalle, M.-A. Desanges), Corbis, Getty Images.