Chiffre d’affaires 1er Trimestre 2026/27

Datum	15.10.2026
Subjekt	Pernod Ricard
Kontakt	Contacts Pernod Ricard Joelle Ferran Global VP, Investors Relations & Financial Communication Tel: +33 (0) 1 70 93 25 37 Edward Mayle Directeur Relation Investisseurs Tel: +33 (0) 1 70 93 17 13 Ines Lo Franco Responsable des Relations Investisseurs Tel: +33 (0) 6 49 10 33 54 Emmanuel Vouin Head of External Engagement Tel: +33 (0) 1 70 93 16 34
Region	Francúzsko
Kategorie	Ekonomika, Firmy, Potravinársky priemysel

AMELIORATION SEQUENTIELLE AU T1, DANS UN ENVIRONNEMENT CONTRASTECHIFFRE D’AFFAIRES T1 ORGANIQUE -0,9% ET PUBLIE -6,3%.

Le chiffre d’affaires du premier trimestre de l’exercice 2026/27 s’élève à 2 234 M€. L’effet périmètre de -127 M€ est principalement lié à la cession d’Imperial Blue et des Vins, et l’effet de change de -3 M€ est principalement lié à la roupie indienne et à la livre turque.

Le chiffre d’affaires recule de -10% aux États-Unis et de -25% en Chine, ces deux marchés étant affectés, comme attendu, par des ajustements de stocks.

Les ventes aux distributeurs (*depletions*) en Chine sont de retour à la croissance, confirmant l’optimisme prudent des distributeurs à l’approche du *Mid-Autumn Festival*, comme indiqué lors des résultats annuels.

Hors États-Unis et Chine, le chiffre d’affaires du Reste du Monde progresse de +4%, avec notamment une forte performance sur les marchés de la région Asie-Reste du Monde, et des résultats plus modérés en Europe et en Amérique latine.

L’environnement mondial demeure volatil et incertain, notamment en raison de la poursuite des conflits en Europe et au Moyen-Orient et des pressions sur le coût de la vie dans certains marchés. Nous observons une amélioration de la dynamique et une croissance du chiffre d’affaires dans plusieurs marchés clés, illustrant la force de notre portefeuille diversifié de marques premium, l’étendue et l’équilibre de notre empreinte géographique ainsi que notre capacité à nous adapter rapidement à l’évolution des conditions de marché.

Les volumes renouent avec la croissance au T1, à +6%, avec une progression de +2% des volumes des Marques Stratégiques Internationales.

Par région, dont les marchés clés :

- **Amériques -9%**
- **États-Unis -10%**
    - Marché total des spiritueux en recul d’environ -2% et celui des spiritueux en bouteille

d’environ -4%, avec une légère amélioration des tendances sous-jacentes au cours de l’été
    - Notre écart de *sell-out* par rapport au marché des spiritueux en bouteille s’est légèrement amélioré par rapport au T4 2025/26, à environ -2 points
    - Le chiffre d’affaires a été impacté, comme attendu, par des ajustements de stocks
    - La performance du *sell-out* de Jameson et Kahlúa est supérieure à celle de leurs concurrents respectifs, avec une nette amélioration de la performance de Skrewball et un fort rebond de Malibu
    - Les dernières innovations comptent notamment Malibu Pink et le whiskey à base de beurre de cacahuète et confiture Skrewball en petit format, ainsi que l’extension de la gamme de whiskey irlandais Jameson avec Jameson Distiller’s Batch
- **Canada :** léger recul, la dynamique toujours positive mais plus modérée des *RTD* (boissons prêt-à-boire) ne compensant pas entièrement la pression sur les spiritueux
- **Brésil :** recul, principalement lié au séquencement des ventes
- **Mexique :** fort recul, en raison de la faiblesse persistante de la demande consommateur

- **Asie-Reste du Monde +9%**

- **Inde +19%**
    - Le marché continue de bénéficier de fondamentaux consommateurs dynamiques, avec un chiffre d’affaires porté par une demande soutenue et la poursuite de la premiumisation
    - L’ensemble du portefeuille est en croissance, avec une très forte dynamique à deux chiffres des spiritueux importés, notamment Jameson, Absolut et Ballantine’s, ainsi qu’une forte croissance à deux chiffres des whiskies Seagram’s Royal Stag et Blenders Pride
    - La dynamique positive liée au lancement de la nouvelle gamme de spiritueux *Xclamat!on* se poursuit
    - Forte croissance sous-jacente du chiffre d’affaires, bénéficiant d’une base de comparaison favorable intégrant les changements de politique d’accise entrés en vigueur l’an dernier dans l’État du Maharashtra
    - La société a engagé des travaux préparatoires en vue d’une éventuelle introduction en bourse de Pernod Ricard India sur le marché indien, générant un effet favorable de constitution de stocks dans le circuit de distribution qui soutient également le chiffre d’affaires du T1
    - Toute décision de procéder à cette introduction en bourse reste soumise à l’approbation du Conseil d’Administration
- **Chine -25%**
    - Fort recul du chiffre d’affaires dans un environnement macroéconomique difficile, en raison d’ajustements des stocks des distributeurs
    - L’optimisme prudent des distributeurs à l’approche du *Mid-Autumn Festival* est confirmé et se reflète dans le retour à la croissance des *depletions* sous-jacentes
    - Les *depletions* de Martell dans le *Off-trade* renouent avec la croissance portée par le succès de la campagne du *Mid-Autumn Festival*
    - Les tendances sous-jacentes du reste du portefeuille sont globalement résilientes, notamment soutenues par les fortes performances de The Glenlivet, Royal Salute, Jameson et Olmeca
- Poursuite d’une croissance dynamique au **Japon**, retour à la croissance en **Corée du Sud** et dans le **marché taiwanais**
- Forte performance en Afrique et au Moyen-Orient, portée par la **Turquie**, avec une performance résiliente en **Afrique du Sud**

- **Europe -6%**
    - Début d’année modéré, affecté par le séquencement des ventes dans certains marchés et par des pressions persistantes dans le *On-trade*
    - Léger recul dans certains marchés d’Europe de l’Ouest, tandis que la baisse plus marquée en Allemagne se poursuit
    - En Europe de l’Est, la Pologne est impactée par des négociations commerciales en cours
- **Global Travel Retail -4%**
    - Le conflit au Moyen-Orient continue de peser sur le chiffre d’affaires, en particulier sur les marchés asiatiques du Travel Retail
    - Ailleurs, le chiffre d’affaires dans les Amériques est pénalisé par des effets de séquencement de ventes, tandis que le chiffre d’affaires en Europe est solide, soutenu par une fréquentation élevée des voyageurs

Par marque :

- **Marques Stratégiques Internationales -1%**, avec une forte dynamique pour Jameson, Ballantine’s, Malibu et Perrier-Jouët, ainsi qu’une croissance plus modérée de Chivas Regal et Royal Salute.
- **Marques Stratégiques Locales +6%**, principalement tirées par Royal Stag et Blenders Pride, ainsi que par la solide dynamique d’Olmeca.
- **Marques Specialty -5%**, principalement dû à la performance du marché américain, malgré de bons résultats pour Código et Monkey 47.

PERSPECTIVES 2026/27

Nous anticipons un chiffre d’affaires organique globalement stable sur l’ensemble de l’exercice, dans un environnement contrasté et incertain, avec :

- Un recul aux États-Unis et en Chine, impactés par des ajustements de stocks dès le premier trimestre, tandis qu’une amélioration des tendances sous-jacentes est attendue en Chine ; et
- La poursuite d’une dynamique positive dans le reste du monde, avec notamment le maintien d’une forte croissance en Inde.

Le ratio de frais publi-promotionnels sur chiffre d’affaires sera maintenu à environ 16 %.

Nous préserverons fermement la marge opérationnelle organique, soutenue par un strict contrôle des coûts et l’accélération de la mise en œuvre de nos initiatives d’efficacités opérationnelles, tout en investissant dans la transformation digitale.

Nous anticipons des investissements stratégiques d’environ 700 M€, une gestion rigoureuse du besoin en fonds de roulement opérationnel et le maintien d’une conversion cash d’environ 90 %.

MOYEN TERME 2026/27-2028/29

Compte tenu de la faiblesse actuelle du marché américain, nous anticipons une croissance organique du chiffre d’affaires visant, en moyenne, un niveau proche du bas de la fourchette de +3 % à +6 % sur la période 2026/27 à 2028/29.

Nous anticipons une progression de la marge opérationnelle organique, soutenue par l’accélération des efficacités opérationnelles à hauteur de 1 Md€ entre 2025/26 et 2027/28, tout en maintenant des

investissements constants au service de nos marques, avec un ratio de frais publi-promotionnels sur chiffre d'affaires d'environ 16 %.

Nous anticipons un renforcement de la génération de cash, avec un objectif de conversion cash d'environ 90 % afin de financer les priorités de notre politique financière, et des investissements stratégiques se normalisant à un niveau maximal d'environ 700 M€.

Nous visons un ratio Dette Nette/ EBITDA inférieur à 3x d'ici 2028/29.

Nous adaptons notre stratégie afin de saisir les opportunités de croissance, ainsi que notre modèle opérationnel pour répondre à l'évolution de l'environnement, notamment grâce à la poursuite de notre transformation digitale, afin de générer des efficacités supplémentaires.

Nous sommes confiants dans l'engagement continu de nos équipes et restons concentrés sur la création d'une croissance durable de la valeur dans le temps.

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

Définitions et rapprochement des indicateurs alternatifs de performance avec les indicateurs IFRS

Le processus de gestion de Pernod Ricard repose sur les indicateurs alternatifs de performance suivants, choisis pour la planification et le reporting. La direction du Groupe estime que ces indicateurs fournissent des renseignements supplémentaires utiles pour les utilisateurs des états financiers pour comprendre la performance du Groupe. Ces indicateurs alternatifs de performance doivent être considérés comme complémentaires des indicateurs IFRS et des mouvements qui en découlent.

Croissance organique

- La croissance organique est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change, des acquisitions et cessions ainsi que des changements dans les principes comptables applicables.
- L'impact des taux de change est calculé en convertissant les résultats de l'exercice en cours aux taux de change de l'exercice précédent.
- Pour les acquisitions de l'exercice en cours, les résultats post-acquisition sont exclus des calculs de croissance interne. Pour les acquisitions de l'exercice précédent, les résultats post-acquisition sont inclus sur l'exercice précédent, mais sont inclus dans le calcul de la croissance organique sur l'exercice en cours seulement à partir de la date anniversaire d'acquisition.
- Lorsqu'une activité, une marque, un droit de distribution de marque ou un accord de marque d'agence a été cédé ou résilié, sur l'exercice précédent, le Groupe, pour le calcul de la croissance interne, exclut les résultats de cette activité sur l'exercice précédent. Pour les cessions ou résiliations de l'exercice en cours, le Groupe exclut les résultats de cette activité sur l'exercice précédent à partir de la date de cession ou résiliation.
- L'impact de l'hyperinflation sur le résultat opérationnel courant réalisé en Turquie et Argentine est exclu de la croissance interne en plafonnant les hausses de prix et coûts unitaires locaux à un maximum de +26% par an, équivalent à +100% sur 3 ans.
- Cet indicateur permet de se concentrer sur la performance du Groupe commune aux deux exercices, performance que le management local est plus directement en mesure d'influencer.

Résultat Opérationnel Courant

Le Résultat opérationnel courant correspond au résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels non courants

Taux de conversion Cash
Le taux de conversion cash est calculée en divisant le « Cash Flow » opérationnel courant par le résultat opérationnel courant.
Le « Cash Flow » opérationnel courant correspond à la capacité d'autofinancement courante avant intérêts financiers et impôts, augmentée de la variation du besoin en fonds de roulement opérationnel courant, de la variation des stocks stratégiques, ainsi que des « Capex ».

Ratio Dette Nette sur EBITDA
L'endettement financier correspond au total de l'endettement financier brut tenant compte des dettes locatives, diminué de la trésorerie et équivalents de trésorerie.
L'EBITDA est calculé à partir du résultat opérationnel courant et en retraitant les dépréciations et les dotations nettes aux amortissements sur actifs immobilisés.

Le ratio dette nette sur EBITDA est calculé à partir de l'EBITDA sur les douze derniers mois glissants et de la Dette Nette convertie aux taux de change moyens des douze derniers mois.

Investissements Stratégiques
Stocks stratégiques vieillis + Investissements Capex

https://www.pernod-ricard.com/fr/media/chiffre-d-affaires-1er-trimestre-202627