



Pernod Ricard

Dossier de Presse  
Economique et Financier

“ LUXURY IN  
A BOTTLE ”

FEVRIER 2008

**Florence Taron**

Responsable des Relations Presse  
Tel : +33 (0)1 41 00 40 88  
florence.taron@pernod-ricard.com

**Francisco de la Vega**

Directeur de la Communication  
Tel : +33 (0)1 41 00 40 96  
francisco.delavega@pernod-ricard.com

**PERNOD RICARD**

12, place des Etats-Unis  
75783 Paris Cedex 16  
Tel: +33 (0)1 41 00 41 00  
Fax: +33 (0)1 41 00 40 85  
www.pernod-ricard.com



# SOMMAIRE

<b>Fiche 1</b>	Pernod Ricard, le luxe en bouteille . . . . .	P. 3
<b>Fiche 2</b>	Les 15 marques stratégiques . . . . .	P. 5
<b>Fiche 3</b>	Nous vendons nos marques avec nos hommes . . . . .	P. 6
<b>Fiche 4</b>	Un leader des vins et spiritueux . . . . .	P. 7
<b>Fiche 5</b>	Chiffres-clés . . . . .	P. 8
<b>Fiche 6</b>	Une organisation décentralisée efficace . . . . .	P.11
<b>Fiche 7</b>	D'une dimension essentiellement européenne à une stature mondiale . . . . .	P. 13
<b>Fiche 8</b>	Pernod Ricard en Bourse . . . . .	P. 15
<b>Fiche 9</b>	Biographie des dirigeants . . . . .	P. 16



Né du rapprochement de Ricard et Pernod en 1975, Pernod Ricard s'est développé tant par croissance interne que par croissance externe. L'acquisition d'une partie de Seagram (2001) et celle d'Allied Domecq (2005) ont fait du Groupe le **numéro deux mondial des vins et spiritueux**, avec un chiffre d'affaires annuel de 6 443 Millions d'Euros en 2006/07. Au 1<sup>er</sup> semestre 2007/08 (1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre 2007), le chiffre d'affaires s'élève à 3 713 Millions d'Euros en croissance de 5,9%.

La force de Pernod Ricard repose sur trois piliers :

- Un **portefeuille unique de marques mondiales prestigieuses** avec des marques leaders dans chaque catégorie.
- Une **parfaite maîtrise de la distribution** dans le monde entier en vendant ses marques avec ses hommes. C'est un facteur clef de succès pour saisir les opportunités de croissance rapide qu'offrent les pays émergents : Chine, Inde, Russie, Brésil, Mexique. Les dirigeants des filiales du Groupe ont tous une âme d'entrepreneur et savent prendre les initiatives nécessaires à l'optimisation locale de la stratégie internationale.
- Une **culture marketing**, basée sur l'histoire et le respect des marques. Martell et Jameson ont été créées au XVIII<sup>e</sup> siècle, Chivas Regal, Ballantine's, The Glenlivet, Mumm et Perrier-Jouët au XIX<sup>e</sup> siècle. Elles ont traversé les différentes époques avec réussite, grâce à la constance de leur qualité et à la force de leur personnalité. Elles sont les ambassadeurs d'un art de vivre, d'une culture : l'Écosse et l'Irlande pour les whiskies, la France pour le cognac et les champagnes.

Pernod Ricard s'appuie sur une **organisation décentralisée** composée de Propriétaires de Marques et de Filiales de Distribution, qui représente près de 18 000 collaborateurs répartis dans 70 pays.

Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une **consommation responsable** de ses produits.



Pernod Ricard

# Pernod Ricard, le luxe en bouteille

Pernod Ricard est doté d'un portefeuille de références exceptionnelles qui en font l'un des grands acteurs de l'univers des marques de prestige.

Pernod Ricard occupe aujourd'hui le **second rang mondial sur le segment des spiritueux Premium** <sup>(1)</sup> et le **premier rang sur le segment Ultra Premium** <sup>(2)</sup>. La très forte progression des ventes des produits Premium et Ultra-Premium est tirée par les États-Unis et les pays émergents comme la Chine ou la Russie...

La stratégie de Premiumisation répond aux attentes des consommateurs désireux de boire moins, mais des produits de meilleure qualité. En même temps, cette stratégie représente un formidable accélérateur de croissance des ventes et de développement des marges.

(1) Produits dont le prix est supérieur ou égal à 26 dollars la bouteille

(2) Produits dont le prix est supérieur ou égal à 84 dollars la bouteille

Du Premium à l'Ultra Premium

**Premium Standard**  
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES > 17 US \$\*  
VINS > 5 US \$\*

**Premium**  
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES > 26 US \$\*  
VINS > 10 US \$\*

**Super Premium**  
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES > 42 US \$\*  
VINS > 15 US \$\*

**Ultra Premium**  
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES > 84 US \$\*  
VINS > 20 US \$\*

\* Prix pour une bouteille de 75 cl



Fiche 2

Les 15 marques stratégiques

Spiritueux

n°2 mondial avec 78 millions de caisses <sup>1, 2</sup>

Anis



Ricard  
(5,7 Mc<sup>1</sup>)

Whiskies

Ballantine's  
(5,9 Mc<sup>1</sup>)



Chivas Regal  
(4,1 Mc<sup>1</sup>)



Jameson  
(2,3 Mc<sup>1</sup>)



The Glenlivet  
(0,5 Mc<sup>1</sup>)



Cognac



Martell  
(1,6 Mc<sup>1</sup>)

Liqueurs



Malibu  
(3,5 Mc<sup>1</sup>)



Kahlúa  
(2,2 Mc<sup>1</sup>)

Alcools Blancs

Beefeater  
(2,4 Mc<sup>1</sup>)



Stolichnaya<sup>4</sup>  
(3,1 Mc<sup>1</sup>)



Havana club  
(2,8 Mc<sup>1</sup>)



Vins et Champagnes

n°4 mondial avec 24 millions de caisses <sup>1, 3</sup>

Vins



Jacob's Creek  
(7,8 Mc<sup>1</sup>)



Montana  
(1,4 Mc<sup>1</sup>)

Champagnes

Mumm  
(0,6 Mc<sup>1</sup>)



Perrier-Jouët  
(0,2 Mc<sup>1</sup>)



<sup>1</sup> Données 2006/2007 en millions de caisses de 9 litres

<sup>2</sup> Source : IWSR 2006 – Spiritueux “ Western Style ”, excluant les boissons “ prêt à boire ” ( “ Ready To Drink ” ), les vins et les apéritifs à base de vin

<sup>3</sup> Source IWSR 2006 – Vin de qualité dont le prix est supérieur à 3US \$ la bouteille

<sup>4</sup> Stolichnaya droits de distribution



Fiche 3

# Nous vendons nos marques à travers notre propre réseau de distribution

- **Leader sur le marché des spiritueux avec une présence dans 70 pays**



\* Source: IWSR 2006 – Spiritueux "Western style", excluant les boissons « prêt à boire » (« Ready To Drink »), les vins et les apéritifs à base de vin

**Pernod Ricard occupe la première ou la seconde place des fabricants internationaux de spiritueux :**

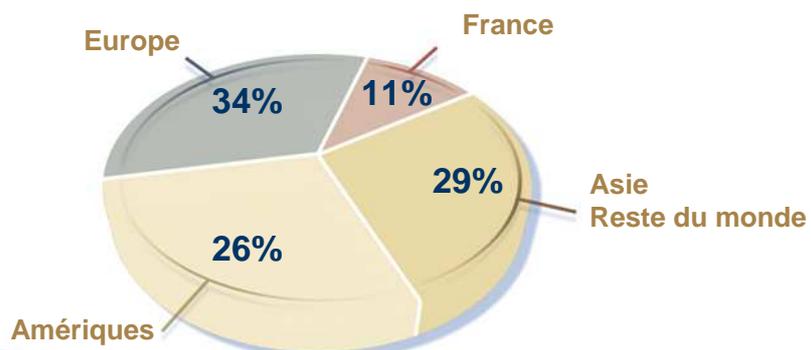
- **dans les pays développés\* :**

- numéro 1 en France, en Irlande et au Japon,
- numéro 2 au Canada, en Espagne, en Grèce, en Italie et au Royaume Uni.

- **dans les pays en développement\* :**

- numéro 1 en Argentine, en Chine, en Inde, au Mexique, en Russie et en Corée du Sud (ex-aequo),
- numéro 2 au Brésil.

- **Répartition géographique du chiffre d'affaires semestriel 2007/08**

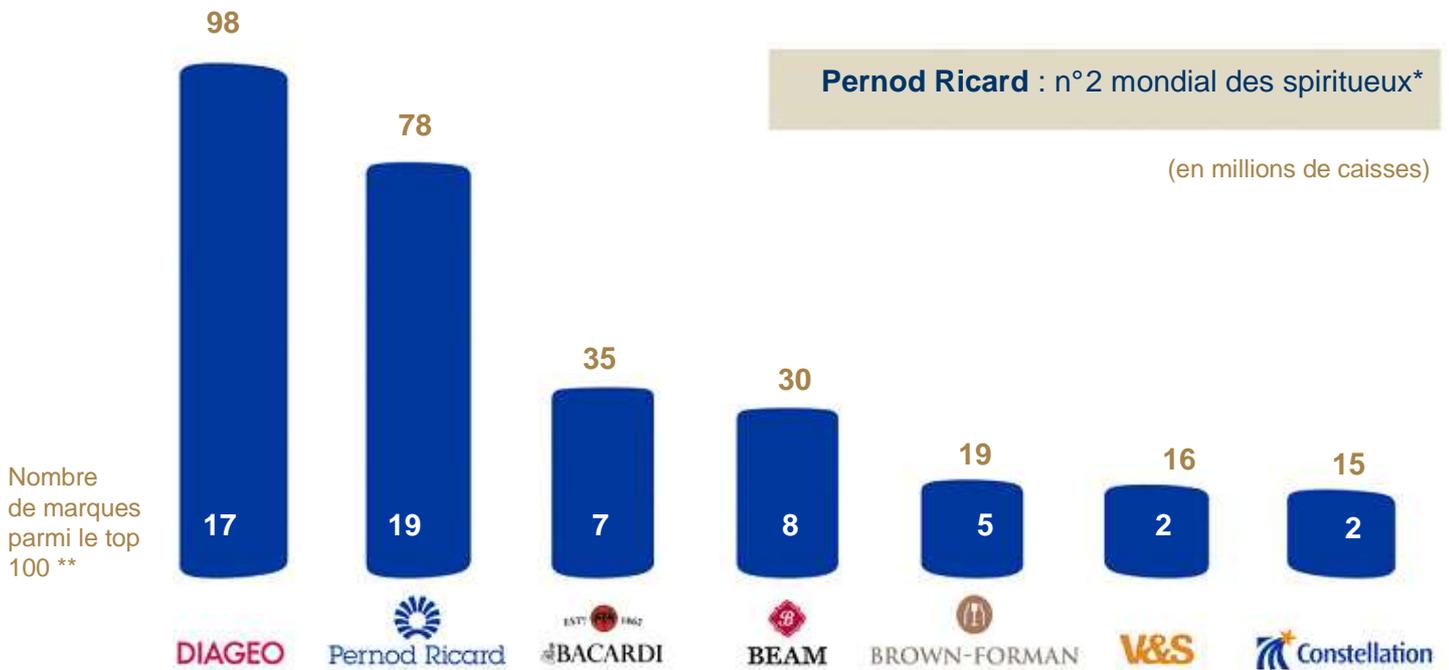


Fiche 4

# Un leader des vins et spiritueux

**Pernod Ricard : n°2 mondial des spiritueux\***

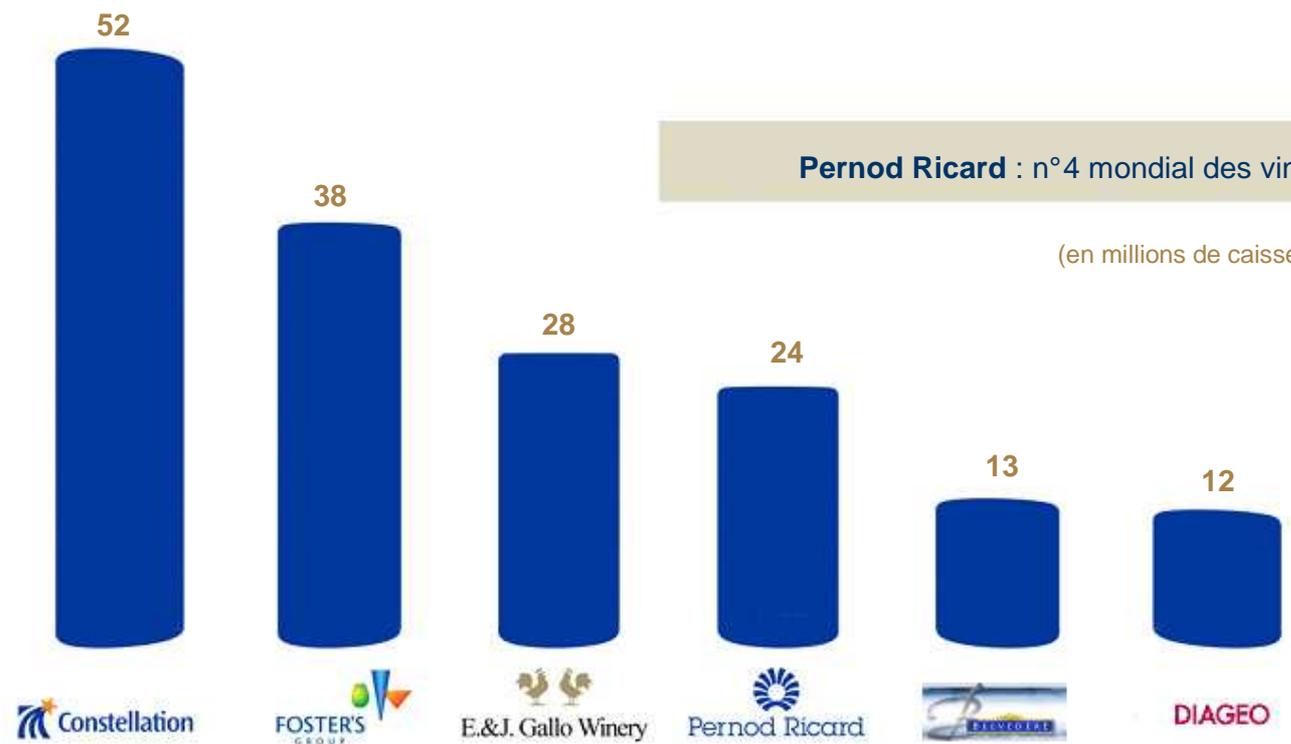
(en millions de caisses)



\* Source : IWSR 2006 – Spiritueux de “ Style Occidental ”, excluant les boissons « prêt à boire » (Ready To Drink), les vins et les apéritifs à base de vin.  
 \*\* Source : Impact 2006.

**Pernod Ricard : n°4 mondial des vins**

(en millions de caisses)



Source : IWSR 2006 – Vin de qualité dont le prix est supérieur à 3 US\$ la bouteille.



- **Compte de résultat annuel (1er juillet – 30 juin)**

M€	2005 - 2006	2006 - 2007	Δ
Chiffre d'affaires (HDT)	6 066	6 443	+6,2%
Marge brute*	3 578	3 827	+6,9%
Frais de distribution	(213)	(240)	+12,5%
Investissements Publi-Promo	(1 035)	(1 101)	+6,3%
Contribution après Publi-Promo	2 330	2 486	+6,7%
Frais commerciaux et généraux**	(1 075)	(1 039)	-3,4%
Résultat opérationnel courant	1 255	1 447	+15,3%
Résultat des activités non courantes	(126)	20	n/a
Résultat opérationnel	1 129	1 467	+29,9%
Résultat financier courant	(350)	(341)	-2,5%
Eléments financiers non courants	(60)	(10)	n/a
Résultat des activités cédées	57	-	n/a
Impôt sur les sociétés	(108)	(260)	n/a
Résultat des sociétés mises en équivalence	2	1	n/a
Droit des tiers	(30)	(25)	n/a
Résultat net part du Groupe	639	831	+30,0%

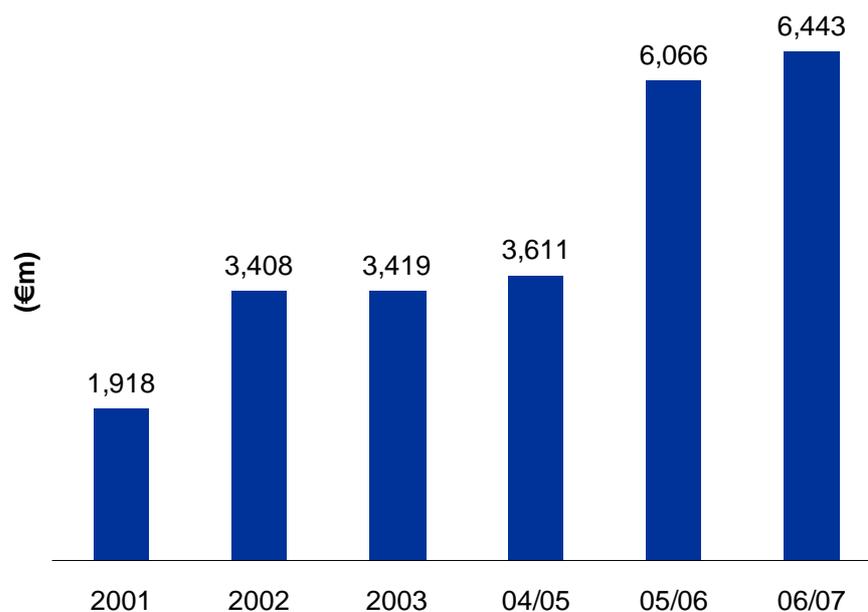
Année fiscale du 1er juillet au 30 juin depuis le 1er juillet 2005 après un exercice exceptionnel de 18 mois (01/01/2004 au 30/06/2005)

Chiffres en Normes IFRS

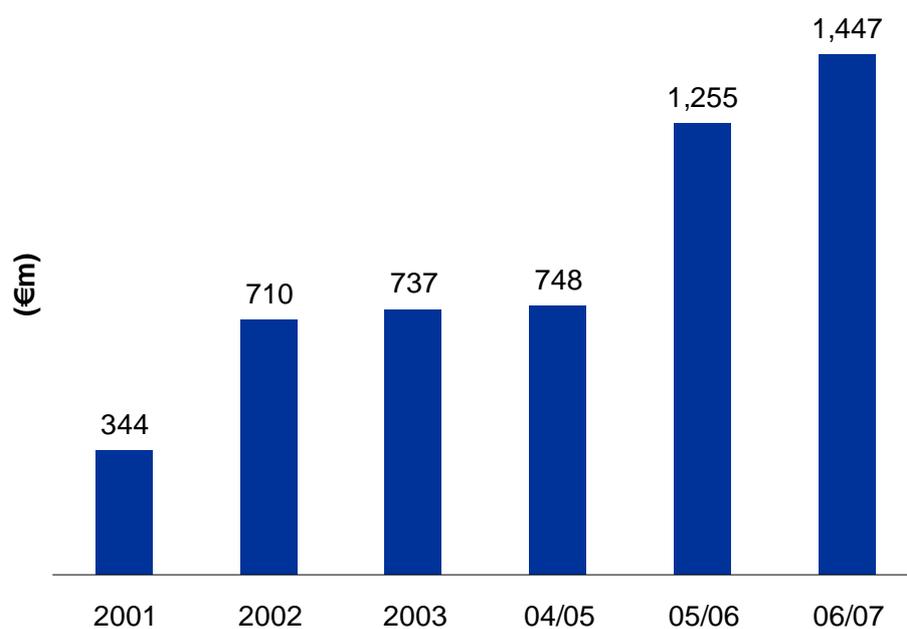
\* après frais de production

\*\* incluent les autres produits et charges

- **Chiffre d'affaires net (vins et spiritueux uniquement)**



- **Résultat Opérationnel Courant (Vins et spiritueux uniquement)**





- **Compte de résultat semestriel (1er juillet – 31 décembre)**

M€	2006 - 2007	2007 - 2008	Δ
<b>Chiffre d'affaires (HDT)</b>	<b>3 507</b>	<b>3 713</b>	<b>+5,9%</b>
Marge brute*	2 088	2 249	+7,7%
Coûts logistiques	(125)	(123)	-1,9%
Marge brute après coûts logistiques	1 963	2 126	+8,3%
Investissements Publi-Promo	(561)	(623)	+11,1%
Contribution après Publi-Promo	1 402	1 503	+7,2%
Frais de structure**	(516)	(538)	+4,2%
Résultat opérationnel courant	886	966	+9,0%
Autres produits & charges opérationnels	(21)	5	NC
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>865</b>	<b>970</b>	<b>+12,2%</b>
Résultat financier courant	(173)	(176)	+1,6%
Éléments financiers non courants	5	(9)	NC
Résultat des activités cédées	-	-	NC
Impôt sur les sociétés	(183)	(184)	+0,6%
Droit des tiers et sociétés mises en équivalence	(14)	(13)	-8,1%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>500</b>	<b>588</b>	<b>+17,7%</b>

Année fiscale du 1er juillet au 30 juin depuis le 1er juillet 2005 après un exercice exceptionnel de 18 mois (01/01/2004 au 30/06/2005)

Chiffres en Normes IFRS

\* après frais de production

\*\* incluent les autres produits et charges



## Fiche 6

# Une organisation décentralisée efficace

Dotée d'une ambition mondiale s'appuyant sur ses racines locales, Pernod Ricard a adopté depuis sa création **un mode d'organisation décentralisé**. Les dirigeants du Groupe sont intimement convaincus que, la décentralisation constitue un facteur déterminant de **motivation** et d'**efficacité**.

### ● La holding, pilote stratégique

- Dans ce système la société holding se concentre sur le **pilotage stratégique** et le **contrôle de l'activité du Groupe**. Ses filiales sont en charge de la prise des décisions opérationnelles sur le terrain.
- Liste des holdings régionales : Pernod Ricard Europe, Pernod Ricard Amériques, Pernod Ricard Asia, Pernod Ricard Pacifique.

*“ Il faut fixer une stratégie globale, puis l'adapter en fonction des besoins locaux et des habitudes de chaque pays. Ce n'est pas à Paris que l'on peut savoir comment réagit un consommateur sud-américain ”*

**Patrick Ricard,**

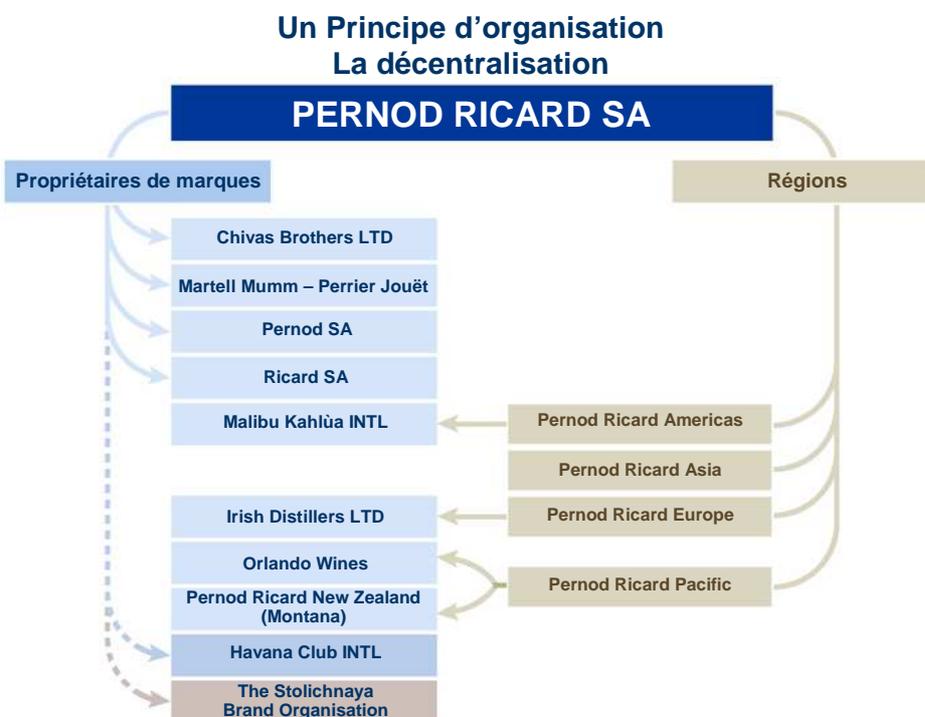
*Entreprendre spécial “ 30<sup>ème</sup> anniversaire ”*

# Une organisation décentralisée efficace

## ● La filiale, arbitre opérationnel

Le Groupe est composé :

- de **sociétés dites "propriétaires de marques"**, responsables **de la production et de la stratégie de leurs marques**, garantissent le savoir-faire des marques,
- et de **sociétés distributrices de ces marques internationales regroupées par régions** qui les commercialisent sur tous les marchés clés et qui peuvent elles-mêmes s'appuyer sur des marques locales puissantes.



- Les prises de décisions opérationnelles s'effectuent au niveau des propriétaires de marques et des filiales de distribution.
- Les propriétaires de marques développent la stratégie en matière de marketing et les filiales de distribution adaptent cette stratégie aux marchés nationaux, en partenariat avec les propriétaires de marques.
- Les **filiales opérationnelles**, propriétaires de marques ou distributeurs, sont ainsi **autonomes** et **responsables** : elles sont proches de leurs consommateurs et des cultures individuelles de chacune des marques.
- Liste des principales sociétés propriétaires de marques : Ricard, Pernod, Chivas Brothers Ltd, Martell-Mumm-Perrier Jouët, Irish Distillers Ltd, Montana Wines Int, Orlando Wines Int, Malibu-Kalhúa Int, la joint venture Havana Club International et The Stolichnaya Brand Organisation.

*“ Il faut réagir vite sur les marchés. C'est pourquoi les responsables des filiales de Pernod Ricard dans le monde sont des patrons qui agissent comme s'ils dirigeaient leur propre entreprise. ”*

**Patrick Ricard,**

*Entreprendre spécial “ 30<sup>ème</sup> anniversaire ”*



## D'une dimension essentiellement européenne à une stature mondiale

Les 30 années de Pernod Ricard se décomposent en cinq temps forts.

### ● 1975 : Création de Pernod Ricard

Concurrents de toujours sur le marché français, Ricard et Pernod décident, en décembre 1974 d'unir leurs forces pour conquérir des marchés étrangers. Campbell Distillers (scotch whiskies) et JFA Pampryl rejoignent ainsi que le nouveau Groupe.

*“ Avec Pernod Ricard, nous allons pouvoir rapidement développer nos exportations et nos implantations à l'étranger. ”*

Paul Ricard

### ● Années 1980 à 1984 : Premières acquisitions internationales

Pernod Ricard effectue ses premières acquisitions dans le whisky, qui est déjà le spiritueux le plus vendu au monde. Puis il construit un réseau de vente mondial.

- **1981** : Acquisition aux **Etats-Unis** d'**Austin Nichols** (producteur et distributeur du bourbon Wild Turkey)
- **1982** : Prise de contrôle de **SIAS MPA**, premier producteur mondial de préparations aux fruits pour l'industrie agro-alimentaire.

**Pour la 1<sup>ère</sup> fois, le chiffre d'affaires à l'international dépasse les ventes en France.**

- **1984** : Acquisition dans le secteur des boissons non alcoolisées de La Compagnie Française des Produits **Orangina**.

### ● Années 1985 à 1996 : Construction du réseau mondial

- **1985** : Acquisition de **Amaro Ramazzotti** en **Italie**.
- **1988** : Acquisition de l'unique producteur mondial de whiskey **irlandais**, **Irish Distillers**, propriétaire de marques prestigieuses (Jameson, Paddy, Bushmills et Powers).
- **1989** : Acquisition en **Australie** du groupe **Orlando Wyndham** (vins, notamment la marque Jacob's Creek).
- **1991** : Premières réussites en Asie
- **1993** : Pernod Ricard et la **société cubaine** Cubaron créent **Havana Club International**, une joint venture 50/50 pour la commercialisation du rhum Havana Club.

*“ Nous avons racheté des marques, pays par pays, en prenant garde de conserver des racines locales pour satisfaire notre ambition mondiale. ”*

Patrick Ricard,

Entreprenre spécial “ 30<sup>ème</sup> anniversaire ”



## D'une dimension essentiellement européenne à une stature mondiale

### ● **Années 1997 à 2000 : La structuration**

- **1997** : Acquisition de la société **Larios** et prise de participation dans **Jan Becher** (producteur d'amers **tchèque** Becherovka).
- **1999** : Acquisition de la société **Yerevan Brandy Company** (Ararat) et acquisition d'**Agros** et des droits internationaux de Wyborowa.
- **2000** : Acquisition de la tequila **Viuda de Romero** au **Mexique**.

### ● **Années 2001 à 2005 : Les grandes acquisitions (recentrage sur les vins et spiritueux)**

- **2001** : Acquisition de 38% des activités vins & spiritueux de **Seagram** pour 3,2 Mds de \$. Programme de cessions des actifs dans le secteur sans alcool : Orangina, JFA Pampryl et SIAS MPA sont vendus. Chivas Regal, Martell et The Glenlivet étoffent le portefeuille de marques initial.  
**A la suite de l'acquisition d'une partie des actifs spiritueux de Seagram, Pernod Ricard double de taille et devient l'un des trois premiers opérateurs de vins et spiritueux dans le monde.**  
Acquisition de la distillerie de la wodka Wyborowa en **Pologne**.
- **2002** : Accord de partenariat avec Sogrape pour la distribution de Sandeman (Porto)  
Accord de partenariat avec Kirin pour la distribution de Four Roses (Bourbon).  
Poursuite de la vente du secteur sans Alcool (BWG, SIAS, Agros...)
- **2004** : Acquisition de Framingham Winery (vins) en **Nouvelle Zélande**.  
Désengagement de quatre actifs non stratégiques (activité hors spiritueux) : Granger & Bouguet Pau, Crus et Domaines de France, solde des activités d'Orangina, Marmande Production.
- **2005** : Acquisition d'**Allied Domecq** en partenariat avec Fortune Brands pour un montant total de 10,7 Mds d'€. Les marques de spiritueux Ballantine's, Malibu, Kahlúa, Beefeater, Stolichnaya (droits de distribution) et de vins (Montana, Campo Viejo, Graffigna), ainsi que les champagnes Mumm & Perrier-Jouët rejoignent le portefeuille du Groupe.  
Vente du gin Larios et de The Old Bushmills Distillery.

*“ Si nous continuons dans la même voie, dans dix ans, nous devrions être proches du numéro un et, si l'on ajoute un peu de rêve, pourquoi pas les premiers ”*

**Patrick Ricard,**

*Entreprendre spécial “ 30<sup>ème</sup> anniversaire ”*

## ● Caractéristiques de l'action

Eurolist Compartiment A

Codes : Isin : FR0000120693 ; Reuters : PERP.PA ; Bloomberg : RI FP.

Valeur éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

Le titre Pernod Ricard a été introduit en bourse le 01/01/1975.

Il a été intégré à l'indice CAC 40 dès sa création, le 31 décembre **1987**. Après une interruption de 6 ans, il a réintégré l'indice phare de la Bourse de Paris le **11 juillet 2003**.

## ● Cours de l'action

	Cours au 26/02/2008 (clôture)	Plus bas sur un an (clôture)	Plus haut sur un an (clôture)	Variations sur un an
<b>Pernod Ricard</b>	70,48 €	61,65 €	79,97 €	-10,84%
<b>CAC 40</b>	4 973.07 points	4 505.14 points	5 665.94 points	-11,42%

## ● Progression du cours sur un an (en base 100)



### Patrick RICARD - Président-Directeur Général de Pernod Ricard

En 1967 Patrick Ricard rejoint la société Ricard, fondée en 1932 par son père Paul Ricard. Il y occupe successivement des postes dans toutes les fonctions de l'entreprise. A la création de Pernod Ricard, en 1975, il devient Directeur Général puis, en 1978, Président-Directeur Général du Groupe. Il y définit une stratégie ambitieuse de croissance externe afin de diversifier la gamme des produits et accélérer l'internationalisation des activités. Une réussite incontestable puisque les ventes hors de France qui représentaient 17% du chiffre d'affaires en 1975, s'élèvent aujourd'hui à 90%. Ce développement extraordinaire n'a cependant rien changé au principe de fonctionnement instauré dès l'origine : la décentralisation. Ce mode de management maintenu au fil des acquisitions a toujours favorisé l'intégration des équipes et la responsabilisation des managers. Depuis sa création, Pernod Ricard a doublé de taille tous les sept ans, et sa capitalisation boursière a été multipliée par 5 au cours des 5 dernières années. Un parcours exemplaire qui a valu à Patrick Ricard d'être élu en 2006 « Patron européen de l'année » par le magazine américain Fortune. Né en 1945, Patrick Ricard est marié et père de 3 enfants. Ses loisirs sont la chasse et l'opéra. Il est Commandeur de la Légion d'Honneur et Chevalier de l'Ordre National du Mérite.



### Pierre PRINGUET - Directeur Général Délégué de Pernod Ricard

Ancien élève de l'Ecole Polytechnique et Ingénieur du Corps des Mines, Pierre Pringuet débute sa carrière dans la fonction publique. Il entre au cabinet du Ministre Michel Rocard (1981-1985) puis devient Directeur des Industries agricoles et alimentaires au Ministère de l'Agriculture. En 1987, il rejoint Pernod Ricard comme Directeur du Développement. Il participe activement à son expansion internationale, en occupant successivement les fonctions de Directeur Général de la Société pour l'Exportation de Grandes Marques (1987-1996), puis Président-Directeur Général de Pernod Ricard Europe (1997-2000). En 2000, il rejoint Patrick Ricard à la Holding en qualité de co-Directeur Général de Pernod Ricard avec Richard Burrows. En 2005, Pierre Pringuet mène avec succès l'acquisition d'Allied Domecq, puis son intégration. En décembre de la même année, il devient l'unique Directeur Général Délégué du Groupe. Nommé Administrateur de Pernod Ricard dès 2004, Pierre Pringuet est également Président du Comité Sully, association destinée à promouvoir l'industrie agroalimentaire française. Il est Chevalier de la Légion d'Honneur, de l'Ordre National du Mérite et Officier du Mérite Agricole. Né en 1950, Pierre Pringuet est marié et père de deux enfants. Il est amateur de ski, de golf et d'opéra.



### Emmanuel BABEAU - Directeur Général Adjoint Finances de Pernod Ricard

ESCP - Emmanuel Babeau est entré à la Holding de Pernod Ricard en 1993 comme Auditeur Interne puis prend, en 1996, 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 à la Holding. En 2003, il est nommé Directeur Financier Groupe. Depuis septembre 2006, il est Directeur Général Adjoint en charge des Finances.



### Bruno RAIN - Directeur Général Adjoint Ressources Humaines Pernod Ricard

HEC - Bruno Rain est entré dans le Groupe en 1987 comme Auditeur à la Holding. En 1989, il est nommé Directeur Administratif et Financier de la Segm (actuelle Pernod Ricard Europe), avant de devenir Directeur Financier du Groupe en 1994. Début 1997, il est nommé Président Directeur Général de Pernod Ricard Argentina et devient, trois ans plus tard, Président Directeur Général de Pernod Ricard Larios. Depuis septembre 2006, il est Directeur Général Adjoint en charge des Ressources Humaines.



### Thierry BILLOT - PDG de Pernod Ricard Europe

ESCP - Thierry Billot est entré chez Pernod Ricard en 1982 comme auditeur interne à la holding, puis Responsable des Services Financiers jusqu'en 1985. Nommé Directeur Administratif et Financier de Cusenier en 1985, il retrouve la holding en 1986 en tant que Directeur Financier de Pernod Ricard. En 1992, il est nommé Directeur Général d'Austin Nichols, dont il devient Président-Directeur Général en 1994. En 1996, il devient Président Directeur Général de Pernod. Depuis 2002, il est Président Directeur Général de Pernod Ricard Europe.



## Biographie des dirigeants

### Michel BORD – PDG de Pernod Ricard Amériques

Licencié en Lettres - Président-Directeur Général de Martell au Vénézuéla puis Directeur Général de Seagram au Vénézuéla, Michel Bord est entré dans le Groupe en 1991 comme Directeur Général de PRACSA, filiale de la SEGM en Espagne. En 1997, il est nommé Président-Directeur Général de Pernod Ricard Amérique du Nord. En 2006, il devient Président-Directeur Général de Pernod Ricard Americas.



### Lionel BRETON – PDG de Martell Mumm Perrier-Jouët

Ingénieur de l'Ecole Supérieure Physique Chimie de Paris, DEA de chimie organique – Lionel Breton est entré chez Pernod Ricard en tant que Chef de Groupe Marketing en 1983. Il a ensuite occupé successivement les postes de Directeur Marketing Pernod (1985/1991), Directeur Afrique Asie d'Orangina International (1991/1992), Directeur Général puis Président Directeur Général de San Giorgio Flavors (1992/1996), Directeur Général de Pracs (1996/1997), Directeur Général de Pernod Ricard Larios (1998/2000), puis Directeur Général de SIAS MPA. En 2001, il est nommé Président Directeur Général de Martell.



### Pierre COPPÉRÉ – PDG de Pernod

ESCP – Pierre Coppéré est entré à la SEGM en 1979 comme chef de marché export. Il a été successivement Directeur Commercial de la SEGM en Allemagne, chef de groupe marketing à la SEGM à Paris et Directeur Commercial de Renault Bisquit. Il devient Directeur de la zone Asie du Sud-Est de Pernod Ricard Asie en 1996 et Directeur Général de Périthaï (Thaïlande). En 1997, il est nommé Directeur Général de Polacek et Preco (Pologne, Tchéquie, Hongrie) puis en 1998, Directeur de Pernod Ricard Nederland. Depuis 2001, il est Président Directeur Général de Pernod SA.



### Philippe DRÉANO – PDG de Pernod Ricard Asie

ESSEC - entré chez Pernod Ricard en 1989. En 1991, Philippe Dréano est nommé Directeur régional Export de Pernod International puis à partir de 1994, Directeur Général de Perithaï (Thaïlande). En 1996, il est nommé Directeur Général de Pernod Ricard Japan avant de devenir en 2000 Président Directeur Général de Pernod Ricard Asie.



### Laurent LACASSAGNE – PDG de Pernod Ricard Pacifique

HEC, DECS - Laurent Lacassagne est entré dans le Groupe en 1988 comme auditeur chez Pernod Ricard, avant d'être nommé en 1990 Directeur Administratif et Financier de Besserat de Bellefon, puis de Cusenier. En 1994, il devient Directeur Administratif et Financier de la SEGM, aujourd'hui Pernod Ricard Europe. En janvier 1997, il est nommé Directeur Financier de Pernod Ricard avant de devenir en 2003 Président Directeur Général d'Orlando Wyndham en Australie. En 2006, il devient Président Directeur Général de la Région Pernod Ricard Pacifique.



### Christian PORTA – PDG de Chivas Brothers

ESCP – Christian Porta est entré chez Pernod Ricard en 1988 en qualité d'Auditeur Interne avant de prendre le poste de Chef des Services Financiers. En 1994, il est nommé Directeur Administratif et Financier de Pernod et devient en 1998 Directeur Général de Campbell Distillers. En 1999, il devient Président Directeur Général d'Orlando Wyndham, la filiale australienne du Groupe et depuis 2004 Président Directeur Général de Chivas Brothers.



### Philippe SAVINEL - PDG de Ricard

ESSEC – Philippe Savinel est entré chez Pernod Ricard en 1985 en qualité d'auditeur interne, avant de prendre la responsabilité du Service Plan Budget de la Holding en 1987. En 1989, il est nommé Directeur Financier d'Orangina et en 1993 il rejoint la société Ricard dont il sera successivement le Directeur Financier puis le Directeur National des Ventes à partir de 1997. En 2001, il devient Directeur Général d'Irish Distillers. Depuis mai 2005, il est Président Directeur Général de Ricard SA.

