

Diageo		Pernod Ricard
1. Grootste mondiale sterke drankproducent. Omzet: 12,7 miljard euro.	RANGLIJST	2. Pernod Ricard is een stuk kleiner. Omzet: 8,2 miljard euro.
Sterke dranken, bier en wijn. Bekende merken zijn Johnny Walker whisky, Smirnoff wodka en Guinness bier.	BUSINESS	Sterke dranken en wijn. Merken als Absolut wodka, Perrier-Jouët champagne en Jacob's Creek wijn.
Groei door prijs en volume. De omzet groeide met 5 procent. Net als bij Pernod Ricard flink minder dan vorig jaar.	RECENTE KWARTAALCIJFERS	Groei door prijs. De omzet van de 14 belangrijkste merken steeg 7%. Niet door hogere verkoop, maar door hogere prijzen.
Hoog. De ebitda (winst voor rente, belasting en afschrijvingen) -marge ligt op ruim 36 procent.	WINSTGEVENDHEID	Laag. Door flink hogere marketinguitgaven is de ebitda-marge een stuk lager: 28 procent.
Ruim. Door weinig schuld ruimte voor overnames. Bijvoorbeeld voor tequila, waar Diageo wil groeien.	HUISHOUDING	Strak. De financiële huishouding is verbeterd, maar er staat nog altijd relatief veel schuld op de balans.
Overnames. Dit jaar overgenomen drankhuizen in Brazilië, Turkije en China moeten groei aanjagen.	KRACHT	Opkomende markten. Hoge groei zorgt ervoor dat de omzet uit opkomende markten richting 50 procent kruipt.
Azië. Focus op ontwikkelde landen als Zuid-Korea zorgt voor achterblijvende groei in Azië vergeleken met Pernod Ricard.	ACHILLESHIEL	Schuld. Het kostte Pernod Ricard veel moeite om de in 2008 voor 5 miljard euro overgenomen Vin & Spirit te verteren.
Dividendophoger. Al meer dan 10 jaar op rij. Dit jaar verwachten analisten 48 pence [2,5%]. In 2015 ligt dit mogelijk een vijfde hoger.	DIVIDEND	Ja. Dividend was in het verleden wel wisselvalliger. Dit jaar wordt 1,74 euro [2%] verwacht. In 2015 ligt het volgens analisten een derde hoger.
Prijzig. Beleggers betalen 18 keer de verwachte winst voor 2013. De winst per aandeel stijgt volgens analisten in 2015 met een kwart.	WAARDERING	Prijzig. Beleggers betalen 17 keer de verwachte winst van 2013. De winst per aandeel stijgt in 2015 naar verwachting met een derde.
De aanwezigheid op Aziatische groeimarkt is minder dan bij Pernod Ricard. Diageo zet hier meer dividend en hogere marges tegenover.	CONCLUSIE	Hoge marketingkosten zorgen voor sterke merken, maar ook voor lagere marges. Analisten voorzien de komende jaren meer winstgroei dan bij Diageo.

