



RÉMY COINTREAU

Paris, le 16 avril 2009

Chiffre d'affaires 12 mois 2008/2009

(Exercice clos au 31 mars 2009)

Sortie de Maxxium réussie Un quatrième trimestre peu significatif

Pour son dernier exercice au sein de la *Joint Venture* de distribution Maxxium, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 714,0 millions d'euros, enregistrant une baisse (organique) de -10,5% pour les marques du groupe et de -11,6% au global, en ligne avec les prévisions de janvier dernier.

Trois éléments principaux permettent d'analyser cette évolution :

- Une réduction de stocks, significative mais ponctuelle, liée à la transition vers le nouveau réseau de distribution, qui a accentué la baisse de l'activité au quatrième trimestre.
- Un effet de périmètre, également lié à la sortie de Maxxium, qui diminue le chiffre d'affaires comptable en raison de la reprise de stocks détenus par Maxxium au 31 mars 2009.
- Enfin, la poursuite de l'important mouvement de déstockage constaté dans le marché depuis plusieurs mois chez la plupart des grossistes et distributeurs - notamment aux Etats-Unis et en Russie.

Le développement des ventes est resté positif en Asie, sans pour autant compenser les effets du fort ralentissement de l'économie mondiale sur les trois derniers mois de l'exercice, en particulier aux Etats-Unis et en Russie. L'ensemble de ces effets rend l'évolution de ce quatrième trimestre peu significative par rapport à une base 2007/08 élevée (+16%).

Jean-Marie Laborde, directeur général du groupe, déclare:

«Nos équipes, en coordination avec celles de nos nouveaux partenaires et de Maxxium, ont assuré avec succès la transition du groupe vers son nouveau réseau de distribution. Notre organisation, au plus près des marchés, confère désormais à Rémy Cointreau l'efficacité et la réactivité nécessaires à l'accomplissement de sa stratégie de valeur et de positionnement haut de gamme. Elle lui permet aujourd'hui de contrôler directement plus de 80% de son chiffre d'affaires, grâce à ses propres filiales ou JV à 50/50. Plus que jamais, dans un environnement difficile, le choix opéré par le groupe renforce ses ambitions».

Répartition des ventes par activité :

(millions €)	12 mois au 31/03/09	12 mois au 31/03/08	Variation % publiée organique*	
Cognac	312,1	362,3	- 13,9	- 13,5
Liqueurs & Spiritueux	195,8	211,7	- 7,5	- 6,0
Champagne	125,7	142,4	- 11,7	- 9,3
S/Marques Groupe	633,6	716,4	- 11,6	- 10,5
Marques Partenaires	80,4	101,4	- 20,7	- 19,6
Total Groupe	714,0	817,8	- 12,7	- 11,6

* à taux de change comparables

Cognac – L'activité enregistre, pour les 12 mois de l'exercice, un recul de -13,5%. Cette baisse provient principalement de l'impact de la sortie de Maxxium sur le T4, des Etats-Unis et de la Russie. En Asie, les ventes des qualités supérieures de Rémy Martin restent toujours bien orientées (croissance à deux chiffres en Chine). En Europe, la France et l'Allemagne demeurent en progression, contrairement au Benelux et au Royaume-Uni.

Liqueurs & Spiritueux – Metaxa et Passoa en Europe, ainsi que Mount Gay Rum aux Etats-Unis, affichent des croissances sur leurs marchés respectifs. Le ralentissement des ventes de Cointreau se poursuit dans un marché Nord américain très morose, particulièrement en hors domicile. Cointreau continue de croître en France.

Champagne – La stratégie de valeur poursuivie par le groupe a permis de limiter le recul de ses ventes (-9,3%), sur une base comparable élevée (+15,4% en 2008). Cette évolution est largement imputable à l'environnement difficile, constaté au cours du second semestre, aux Etats-Unis et en Europe. La croissance en Asie et au Royaume-Uni est restée satisfaisante.

Marques Partenaires – La décision de réduire le poids de cette activité de distribution aux Etats-Unis (vodka et vins californiens) entraîne une baisse de près de 20% de son chiffre d'affaires sur l'année.

Comme annoncé en janvier, le groupe confirme sa prévision d'une baisse organique d'environ 15% de son résultat opérationnel courant annuel, principalement due aux investissements de mise en œuvre du nouveau réseau, afin de préparer la sortie de Maxxium. La bonne évolution de l'endettement permet, comme prévu, le respect du covenant bancaire (*Dettes/Ebitda*) de son crédit syndiqué.

Au regard de la conjoncture économique actuelle, Rémy Cointreau bénéficiera pleinement de la mise en place de son nouveau réseau de distribution, opérationnel depuis le 1er avril. Dans un contexte de réinvestissement pour l'avenir, le groupe se donne ainsi les moyens de reprendre sa croissance.

Contacts :

Analystes : Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse : Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15