



RÉMY COINTREAU

10 juin 2009

**Résultat annuel consolidé  
(Exercice clos au 31 mars 2009)**

**Une remarquable résilience pour un exercice historique**

**Résultat courant : -12,9%**  
**Résultat avant impôts : + 4,2%**  
**Ratio Dette nette / EBITDA : 2,99**

L'exercice clos au 31 mars 2009 a été marqué par un événement majeur, déterminant pour la stratégie à long terme du groupe : Rémy Cointreau est en effet sorti de la *Joint Venture* de distribution Maxxium le 30 mars 2009. Le nouveau réseau de distribution a été, comme prévu, immédiatement opérationnel dans 38 marchés dans le monde.

Cette sortie s'est traduite par le versement d'une indemnité à Maxxium de 224 millions d'euros, et par la cession de sa participation dans la JV pour un montant de 60,4 millions d'euros. Le chiffre d'affaires de l'exercice a enregistré une baisse (organique) de 11,6%, liée à l'environnement économique, à l'important mouvement de déstockage constaté sur les marchés depuis plusieurs mois, mais aussi aux stocks repris en direct par le groupe à Maxxium. Cette transition a également engendré des surcoûts temporaires d'environ 12 millions d'euros.

Dans ce contexte, Rémy Cointreau a démontré une très bonne résistance à la crise actuelle grâce à la bonne exécution de cette transition, à la dynamique de ses marques et à la qualité de ses produits.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 137,0 millions d'euros, en recul de 12,9%, en ligne avec les prévisions. La marge opérationnelle a toutefois été maintenue à 19,2% (21,9% pour les marques du groupe contre 22,2% l'an passé). Le résultat avant impôts, bénéficiant pleinement de l'amélioration des frais financiers, affiche quant à lui une croissance de 6,6% (organique 4,2%). Le résultat net, part du groupe, s'établit à 86,1 millions d'euros.

L'endettement net du groupe, après décaissement de l'indemnité Maxxium, est de 531,9 millions d'euros, en augmentation de 20,6%. L'ensemble de ces éléments permet au groupe d'atteindre un ratio A (Dette/Ebitda) de 2,99, confirmant ainsi sa solidité financière.

**Chiffres clés**

(millions €)	2009	2008	Variation %	
	au 31 mars	au 31 mars	publiée	organique*
Chiffre d'affaires	714,1	817,8	(12,7)	(11,6)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>137,0</b>	<b>159,6</b>	<b>(14,2)</b>	<b>(12,9)</b>
Marge opérationnelle courante %	19,2	19,5	-	-
Autres produits et charges opérationnelles	14,9	(0,6)	-	-
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>120,6</b>	<b>113,2</b>	<b>6,6</b>	<b>4,2</b>
Résultat net des activités poursuivies	86,1	93,8	(8,2)	(10,2)
Résultat net - part du groupe	86,1	98,4	(12,5)	(14,3)

\* La performance organique est calculée hors effet de change

## Evolution du résultat opérationnel courant par activité

(millions €)	2009 au 31 mars	2008 au 31 mars	Variation % organique	Marge % 2009
Cognac	75,1	93,5	(19,8)	24,1
Liqueurs & spiritueux	53,2	53,2	1,5	27,1
Champagne	10,8	12,4	(3,2)	8,6
<b>S/total marques groupe</b>	<b>139,1</b>	<b>159,1</b>	<b>(11,4)</b>	<b>21,9</b>
Marques Partenaires	(2,1)	0,5	n/s	n/s
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>137,0</b>	<b>159,6</b>	<b>(12,9)</b>	<b>19,2</b>

**Cognac** – L'activité enregistre, pour ces 12 mois, un recul (organique) de 13,6% à 311,9 millions d'euros. Le résultat opérationnel courant s'établit à 75,1 millions d'euros, soit une marge opérationnelle de 24,1%. Les hausses de prix soutenues n'ont pas totalement compensé les baisses de volume constatées aux Etats-Unis, en Russie ou résultant de l'impact (déstockages) de la sortie de Maxxium. En Europe, les tendances sont globalement positives. En Chine, Rémy Martin demeure en croissance à deux chiffres. Les investissements publicitaires ont été accrus, très ciblés sur l'Asie.

**Liqueurs & Spiritueux** – L'ensemble de l'activité a réalisé un résultat opérationnel courant de 53,2 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 196 millions d'euros, soit une marge opérationnelle à 27,1% (25,1% l'année précédente). Cette performance est le reflet d'une politique de prix soutenue, d'une amélioration du mix produit et de la rationalisation des investissements marketing. Cointreau a été plus affecté en raison du poids des Etats-Unis dans son activité. Metaxa, Mount Gay Rum et Passoa, moins présents dans le *on trade*, ont bien résisté à la conjoncture.

**Champagne** – La stratégie de valeur poursuivie par le groupe a limité le recul des ventes de ses champagnes (-9,2%) pour un chiffre d'affaires de 125,9 millions d'euros. Le résultat opérationnel courant s'établit à 10,8 millions d'euros, soit une marge opérationnelle (organique) de 9,3%, grâce aux hausses de prix et à la diminution des investissements publicitaires, et ce après absorption de la hausse du prix du raisin.

**Marques Partenaires** – L'arrêt de deux contrats de distribution aux Etats-Unis a entraîné une baisse de près de 20% du chiffre d'affaires.

## Résultats consolidés

**Le chiffre d'affaires** de 714,1 millions d'euros est en baisse de 11,6% (10,4% pour les marques du groupe).

**Le résultat opérationnel courant** s'élève à 137,0 millions d'euros, en baisse de 12,9%, tandis que la marge opérationnelle est restée stable à 19,2% (21,9% pour les marques du groupe).

**Le résultat opérationnel** s'établit à 151,9 millions d'euros. Après prise en compte d'un produit net de 14,9 millions dont 13,6 millions sont directement liés à la sortie de Maxxium. En septembre 2008, le groupe avait ajusté la provision pour indemnité de sortie (reprise de 37,0 millions d'euros) et constaté une charge de dépréciation sur titres de 16,0 millions d'euros.

**Le résultat financier net** de (31,3) millions d'euros est en amélioration significative (+14,5 millions d'euros en publié) par rapport à l'année précédente. L'exercice 2007/08 avait enregistré une charge exceptionnelle de 10,5 millions d'euros due à la prime de remboursement anticipé de l'obligation 6,50%. La dette moyenne a baissé de près de 12%, alors que le taux d'intérêt moyen a augmenté de 1,4 points en raison de l'accroissement du coût de financement des stocks de la coopérative et de couvertures de taux moins favorables.

**Le résultat avant impôts** s'établit à 120,6 millions d'euros, en augmentation de 6,6% (organique 4,2%).

**Le résultat des activités poursuivies** s'inscrit à 86,1 millions d'euros après impôt. Ce résultat tient compte d'une charge d'impôt au taux effectif de 31,1% en progression par rapport à l'année précédente (25,5%) du fait de la non déductibilité de la dépréciation des titres Maxxium.

**Le résultat net part du groupe** s'établit à 86,1 millions d'euros, en recul (organique) de 14,3%, en ligne avec les prévisions.

**La dette financière nette** s'établit à 531,9 millions d'euros, en augmentation de 91 millions d'euros. Elle inclut le paiement de l'indemnité de sortie de Maxxium (224 millions) net de la reprise des titres de Maxxium (60,4 millions), soit une sortie nette de 163,6 millions d'euros. La bonne évolution de l'endettement permet le respect du covenant bancaire ( $Dette/Ebitda < 3,50$ ) de son crédit syndiqué qui est de 2,99. Les ressources financières confirmées de Rémy Cointreau s'élèvent à 812,4 millions d'euros.

**Les capitaux propres** s'établissent à 970,7 millions d'euros, en augmentation de 59 millions d'euros par rapport à l'exercice précédent.

Un dividende de 1,30 euros sera proposé au vote des actionnaires, avec l'option d'un paiement en actions à hauteur de 50% du dividende ou d'un paiement intégral en numéraire lors de l'assemblée générale des actionnaires qui aura lieu le 28 juillet 2009.

## Perspectives

Dans un environnement économique incertain, Rémy Cointreau a décidé de maintenir le cap de sa stratégie de valeur, s'appuyant désormais sur un réseau de distribution largement restructuré et contrôlé, et poursuivant avec discernement sa politique de hausses de prix pour ses marques premium.

Le groupe juge toutefois prudent de ne pas communiquer, à ce stade, de prévision de résultat compte tenu du manque de visibilité qu'impose la conjoncture dans ses principaux marchés.

Rémy Cointreau reste confiant dans sa capacité à traverser avec succès cette période de conjoncture défavorable, grâce à la puissance de ses marques, à la dynamique permise par ses nouvelles ressources commerciales, et à la qualité des financements dont il dispose.

### *Contacts*

*Analystes: Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50*

*Presse: Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15*