



RÉMY COINTREAU

Paris, le 18 octobre 2012

Exercice 2012-2013  
**Chiffre d'affaires semestriel à fin septembre 2012**  
**Belle croissance au 1<sup>er</sup> semestre : + 25,5 %**

Rémy Cointreau réalise au premier semestre un chiffre d'affaires de 595,8 millions d'euros, en hausse de +25,5 %. La croissance organique s'établit à +13,3 %. Cette performance, à laquelle contribuent toutes les régions, est d'autant meilleure qu'elle se compare à un premier semestre de l'année précédente déjà en forte croissance.

Sur le deuxième trimestre, les activités du groupe ont affiché une croissance plus mesurée après plusieurs trimestres de fortes hausses, pour Rémy Martin en particulier. Les progressions sont bonnes aux Etats-Unis et en Asie, alors que l'Europe marque le pas.

Le 23 juillet 2012, le groupe a annoncé la signature d'accord en vue de l'acquisition de la société Bruichladdich Distillery Company Ltd. L'opération a été réalisée le 3 septembre dernier. A ce titre, le chiffre d'affaires de Bruichladdich du mois de septembre est classé dans l'activité Liqueurs et Spiritueux.

(millions €)	6 mois	6 mois	Variation %	
	au 30/09/12	au 30/09/11	publiée	organique*
Rémy Martin	376,1	277,3	+35,6	+20,1
Liqueurs & Spiritueux	113,3	103,1	+ 9,9	+ 3,5
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>489,4</b>	380,4	+28,6	<b>+15,6</b>
Marques Partenaires	106,4	94,5	+12,6	+ 4,1
<b>Total</b>	<b>595,8</b>	474,9	+25,5	<b>+13,3</b>

\* A périmètre et à taux de change comparables

**Rémy Martin** – La marque Rémy Martin enregistre une croissance organique de +20,1 %, grâce à la dynamique commerciale en Asie, en Amérique et en Europe. Cette performance se compare à un semestre de l'année précédente déjà élevé. Au deuxième trimestre, Rémy Martin connaît une croissance plus homogène.

Aux Etats-Unis, la tendance positive enregistrée depuis le début de l'exercice se confirme - affichant une croissance à deux chiffres. En Asie, la croissance provient principalement des qualités très supérieures. Les ventes en Europe montrent une situation plus contrastée – la Russie restant très dynamique.

**Liqueurs & Spiritueux** – L'ensemble de l'activité enregistre une hausse de +3,5% en organique sur le semestre. En Europe l'ensemble des Liqueurs & Spiritueux continue de croître. La marque Cointreau progresse aux Etats-Unis et en Europe, en particulier en Allemagne et en Russie. St Rémy et Passoa évoluent positivement. Metaxa, en légère progression, ralentit sur le trimestre et reste affectée par la situation en Grèce.

**Marques Partenaires** – La progression du chiffre d'affaires des marques partenaires (+4,1% en organique) provient principalement du développement des ventes aux Etats-Unis. Les ventes de champagne restent difficiles.

Comme en témoigne l'effet de change positif de +12 %, l'évolution US Dollar/Euro a été favorable pour le groupe sur ce semestre.

Le 3 septembre 2012, le groupe a acquis la société Bruichladdich Distillery Company qui comprend notamment le Single Malt scotch whisky Bruichladdich. Cette acquisition s'inscrit parfaitement dans la stratégie de valeur et de long terme conduite avec succès par le groupe.

Dans un environnement économique mondial plus incertain, notamment en Europe, le Groupe poursuit sa stratégie de valeur et les investissements ciblés derrière ses marques. Rémy Cointreau reste vigilant sur l'évolution de ses grands marchés et maintient sa gestion rigoureuse des coûts.

Le groupe Rémy Cointreau, qui a construit un réseau de distribution performant au service de ses marques haut de gamme, dispose de tous les atouts pour assurer une croissance rentable et confirme son objectif d'améliorer son résultat de façon significative.

***Annexe : répartition des ventes par activités et par trimestre et croissance organique***

*Contacts : Analystes: Frédéric Pflanz – 01 44 13 44 34*

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

## ANNEXE

### REMY COINTREAU - Répartition des ventes par activités et par trimestre et croissance organique

Exercice 2012-2013

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	173,8	50,3	47,6	271,7
Deuxième trimestre	202,3	63,0	58,8	324,1
Total des ventes	376,1	113,3	106,4	595,8

Exercice 2011-2012

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	112,0	44,5	42,1	198,6
Deuxième trimestre	165,3	58,6	52,4	276,3
Total des ventes	277,3	103,1	94,5	474,9

Exercice 2012-2013 versus 2011-2012

<b>croissance organique</b>	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	37,8%	8,5%	5,4%	24,4%
Deuxième trimestre	8,0%	-0,4%	3,1%	5,3%
Total des ventes	20,1%	3,5%	4,1%	13,3%