



Paris, 5 juin 2014

Résultats annuels consolidés 2013-14

2013-14 : Une année de transition
 Résultat opérationnel courant en ligne avec les objectifs
 Retour à la croissance en 2014-15

Au 31 mars 2014, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 1 031,6 M€, en baisse organique de 10,7% par rapport à l'exercice précédent. Ce repli reflète essentiellement la volonté du groupe de réduire les niveaux de stocks dans les circuits de distribution en Chine, dans un contexte de consommation dégradée. En revanche, le groupe maintient une bonne dynamique aux Etats-Unis et une progression de ses ventes en Europe.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 150,2 M€, en baisse de 38,8% (-40,8% en organique), en ligne avec l'objectif précisé le 17 avril 2014, lors de la publication du chiffre d'affaires annuel. Au-delà d'un comparatif élevé (+18,1% de croissance sur l'exercice 2012-13), ce recul reflète l'effort de déstockage en Chine, un mix géographique défavorable et le maintien d'une politique d'investissement soutenue derrière les marques et de renforcement du réseau. Ainsi, la marge opérationnelle courante s'établit à 14,6% contre 20,6% au 31 mars 2013.

Le résultat net hors éléments non récurrents s'établit à 80,2 M€, en baisse de 46,9%. Bien qu'en progression, le ratio de dette nette/EBITDA reste modéré à 2,09 au 31 mars 2014.

Chiffres clés

Millions d'euros (M€)	2014	2013	Variation	
	au 31 mars	au 31 mars	publiée	organique ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires	1 031,6	1 193,3	(13,5%)	(10,7%)
Résultat opérationnel courant	150,2	245,4	(38,8%)	(40,8%)
Marge opérationnelle courante	14,6%	20,6%	-	-
Résultat net part du groupe	62,4	130,4	(52,2%)	-
Résultat net hors éléments non récurrents	80,2	151,5	(46,9%)	-
Marge nette hors éléments non récurrents	7,8%	12,7%	-	-
Ratio dette nette /EBITDA	2,09	0,99	-	-
Résultat net par action hors éléments non récurrents	1,63	3,10	(47,4%)	-
Résultat net part du groupe par action	1,27	2,67	(52,4%)	-

(1) à taux de change comparables

Résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	2014	2013	Variation	
	au 31 mars	au 31 mars	publiée	organique ⁽¹⁾
Rémy Martin	125,4	216,6	(42,1%)	(43,9%)
Marge %	22,8%	30,1%		
Liqueurs & Spiritueux	37,1	44,8	(17,1%)	(21,2%)
Marge %	15,6%	18,9%		
S/total marques du Groupe	162,6	261,4	(37,8%)	(40,0%)
Marge %	20,6%	27,3%		
Marques partenaires	8,7	4,2	+105,1%	+123,7%
Marge %	3,6%	1,8%		
Frais holding	(21,0)	(20,3)	+3,8%	+3,9%
Total	150,2	245,4	(38,8%)	(40,8%)
Marge %	14,6%	20,6%		

(1) à taux de change comparables

Les données ci-dessous sont exprimées en millions d'euros (M€) et les variations sont données en organique (1)

Rémy Martin

Le chiffre d'affaires de 551,2 M€, en repli de 20,8%, reflète essentiellement la faiblesse de nos ventes en Chine dans un contexte de mutation du marché des spiritueux. Cette situation ne doit pas masquer le dynamisme de la marque aux Etats-Unis, au Japon, en Russie et en Afrique.

Le résultat opérationnel courant atteint 125,4 M€, en baisse de 43,9%. Au-delà d'un mix géographique défavorable et le maintien des investissements marketing à un niveau soutenu, la rentabilité de la division a été sur-pénalisée par les efforts de déstockage en Chine. Néanmoins, comme le confirme l'effet prix positif de 22 M€, le groupe a veillé à maintenir une politique de valeur cohérente avec sa stratégie long-terme. A fin mars 2014, la marge opérationnelle courante se situe à 22,8% contre 30,1% à fin mars 2013.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de 237,3 M€ enregistre une croissance de 3,3%. Cette performance reflète un léger recul des ventes de Cointreau (ajustement des expéditions aux Etats-Unis au 4e trimestre), mais une croissance à deux chiffres de Metaxa et Mount Gay. La croissance de St Rémy a été soutenue par des innovations réussies, Passoa pénalisée par un environnement compétitif en Europe et Bruichladdich a poursuivi son développement au sein du réseau du groupe.

Le résultat opérationnel courant atteint 37,1 M€ à fin mars 2014. Cette baisse de 21,2% résulte d'un environnement concurrentiel en Europe, mais également d'une accélération des investissements publi-promotionnels sur le 2^{ème} semestre. La marge opérationnelle courante s'établit à 15,6% contre 18,9% à fin mars 2013.

Marques Partenaires

Le chiffre d'affaires a progressé de 6,1% à 243,1 M€ (dont 103 M€ sur les marques du groupe Edrington aux Etats-Unis), grâce aux performances des marques de Scotch Whisky et de Champagne distribuées aux Etats-Unis, ainsi que celles des spiritueux distribuées en Belgique et en République Tchèque.

Le résultat opérationnel s'élève à 8,7 M€ à fin mars 2014 (dont 3 M€ sur les marques du groupe Edrington aux Etats-Unis), contre 4,2 M€ sur l'exercice précédent.

Les frais de holding sont en progression contenue de 3,9% et représentent 2,0% du chiffre d'affaires (contre 1,7% sur l'exercice précédent).

Résultats consolidés

Le **résultat opérationnel courant** est en recul de 40,8% en organique, mais de 38,8% en publié, en raison d'un gain de change de 5,0 M€. Le cours comptable moyen €/USD s'est détérioré à 1,34 sur la période contre 1,29 au 31 mars 2013. En revanche, la politique de couverture du groupe a obtenu un cours moyen d'encaissement de 1,31 contre 1,35 sur l'exercice précédent. Pour rappel, le dollar a représenté 83% du montant des devises étrangères à couvrir en 2013-14.

Le **résultat opérationnel** s'élève à 145,3 M€ après prise en compte d'une charge nette non-récurrente de 4,9 M€, principalement relative à l'opération Larsen.

Le **résultat financier** est une charge de 26,2 M€, en augmentation de 6,2 M€ par rapport à la période précédente. Cette hausse est essentiellement liée à des variations sur les instruments de couverture de change et de taux.

La **charge d'impôt** s'élève à 45,8 M€ soit un taux effectif de 38,5%, contre 33,1% à fin mars 2013. Cette augmentation provient essentiellement d'un mix géographique défavorable, avec un poids plus important du résultat généré en France où le taux effectif d'imposition s'est accru, ainsi que de la reprise technique d'impôts différés actifs.

La **quote-part du résultat des entreprises associées** correspond à la participation du groupe dans Dynasty. Au 31 mars 2014, Dynasty n'avait toujours pas publié ses comptes 2012 et 2013. Au cours de l'exercice, Rémy Cointreau a procédé à une évaluation de sa participation à la suite de laquelle une dépréciation de 10,9 M€ a été comptabilisée (enregistrée au 1^{er} semestre). En deux ans, la valorisation de la participation de 27% du groupe dans Dynasty est passée de 58,8 M€ à 29,4 M€.

Le **résultat net part du groupe** s'inscrit en baisse de 52,2% en publié, à 62,4 M€.

Hors éléments non récurrents, le résultat net ressort à 80,2 M€ en recul publié de 46,9% avec un bénéfice par action de 1,63€ contre 3,10€.

La **dette nette** s'établit à 413,5 M€ en hausse de 148,0 M€ sur l'exercice. Cette augmentation provient essentiellement de la baisse de l'EBITDA, de la volonté du groupe de maintenir ses investissements stratégiques et du programme de rachat d'actions de 75,9 M€ mené entre le 4 décembre 2013 et le 29 janvier 2014.

Le **ratio bancaire « dette nette/EBITDA »** progresse ainsi à 2,09 à fin mars 2014 (0,99 à fin mars 2013), mais reste dans le bas de la fourchette du secteur des spiritueux.

Le **retour sur capitaux employés (ROCE)** du groupe, qui s'établit à 17,1% à fin mars 2014 (contre 30,3% à fin mars 2013), demeure à un niveau élevé. Le repli du ROCE reflète le double effet d'une baisse des profits du groupe et une augmentation des capitaux employés (hausse des investissements stratégiques d'eaux de vie et de capex).

Un dividende de 1,27 euro par action, avec une option en numéraire ou en actions (à hauteur de 0.90 euro en numéraire et 0,37 euro en actions), sera proposé au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 24 juillet 2014.

Événements financiers récents

Le 25 mars 2014, le groupe a annoncé l'annulation des 1 283 053 actions (représentant 2,6% du capital social) acquises au prix moyen de 59,2 euros, au cours du programme de rachat mis en œuvre le 5 décembre 2013 et terminé le 29 janvier 2014.

Le 31 mars 2014, le contrat de distribution des marques du groupe Edrington aux États-Unis est arrivé à échéance après plus de quinze ans de fructueuse collaboration.

Événement après clôture

Rémy Cointreau a signé un amendement et une extension de son crédit revolving de 255 M€ à un coût moindre et à une maturité prolongée à avril 2019.

Perspectives

Dans un environnement qui reste incertain (mutation du marché chinois des spiritueux et macro-économie faible en Europe de l'Ouest), le groupe aborde l'exercice 2014-15 avec confiance : sa gestion prudente sur le pilotage des stocks et déterminée sur les politiques de prix lui permet de se fixer un objectif de croissance organique de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant en 2014-15. Cet objectif s'entend sur la base d'un proforma de la division Marques Partenaires (c'est-à-dire hors impact de la fin du contrat de distribution des marques d'Edrington aux États-Unis).

Rémy Cointreau reste convaincu de la pertinence de sa stratégie de valeur et du positionnement haut de gamme de ses marques, dans un contexte mondial de forte demande pour les spiritueux authentiques et de qualité.

Ainsi, le groupe poursuivra avec détermination ses investissements marketing, ses innovations créatives, ainsi que l'expansion de son réseau de distribution, tout en maintenant une gestion rigoureuse de ses coûts. Tous ces éléments rendent le groupe confiant dans sa capacité à retrouver une croissance profitable et régulière, à terme.

Contacts: Laetitia Delaye (analystes): 01 44 13 45 25

Joëlle Jézéquel (presse): 01 44 13 45 15

L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site www.remy-cointreau.fr