



RÉMY COINTREAU

Paris, le 18 juillet 2014

Exercice 2014-15 Chiffre d'affaires du premier trimestre (avril – juin 2014)

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 214,8 millions d'euros, soit -5,7% en organique (**), au cours du premier trimestre de son exercice. Cette performance confirme l'amélioration séquentielle observée depuis le trimestre précédent. Sur la période, le groupe a poursuivi ses efforts de déstockage en Asie, en adéquation avec les tendances de consommation observées sur ce marché.

La variation des ventes en données publiées intègre également les effets de change (négatifs de 8,2 millions d'euros) et l'impact de la fin du contrat Edrington aux Etats-Unis (pour 27,0 millions d'euros).

Répartition des ventes par division:

(€ millions)	3 mois au 30/6/14	3 mois au 30/6/13		Variation	
	Publié	Publié	Pro forma (*)	Publiée	Organique (**)
Rémy Martin	120,8	149,3	149,3	-19,1%	-15,3%
Liqueurs & Spiritueux	62,6	57,8	57,8	8,3%	11,3%
S/total marques Groupe	183,4	207,1	207,1	-11,4%	-7,9%
Marques Partenaires	31,4	56,6	29,6	-44,5%	9,1%
Total	214,8	263,7	236,6	-18,5%	-5,7%

(*) Pro forma pour la fin du contrat de distribution avec Edrington aux Etats-Unis (effectif depuis le 1/4/14)

(**) La croissance organique est calculée sur la base du chiffre d'affaires pro forma et à changes constants

Rémy Martin (-15,3% en organique)

Au premier trimestre, le niveau des ventes de la maison **Rémy Martin** s'explique par : 1) la poursuite du déstockage en Asie; 2) un comparable très élevé aux Etats-Unis, qui masque la bonne dynamique de nos qualités supérieures sur ce marché et; 3) un environnement macro-économique et concurrentiel toujours difficile, en Europe de l'Ouest en particulier.

Liqueurs & Spiritueux (+11,3% en organique)

La division enregistre un bon début d'exercice, grâce au dynamisme de ses grandes marques :

Cointreau, dont les tendances de consommation aux Etats-Unis restent solides, a bénéficié d'un phasage favorable de ses expéditions sur ce trimestre. La marque est également portée par de belles performances en Asie (au Japon notamment), en Europe Centrale & de l'Est et dans le Travel Retail.

Metaxa poursuit sa dynamique commerciale, soutenue par les marchés d'Europe de l'Est et le succès de sa nouvelle qualité haut de gamme « 12 Stars ».

La stratégie mise en place chez **Bruichladdich** depuis deux ans commence à porter ses fruits, avec un doublement des ventes au premier trimestre.

Marques Partenaires (+9,1% en organique **)

Suite à la fin du contrat avec Edrington aux Etats-Unis (depuis le 1^{er} Avril 2014), les principaux partenariats de distribution du groupe sont désormais les champagnes Charles Heidsieck et Piper-Heidsieck, certains spiritueux du groupe William Grant & Sons et les vodkas Russian Standard.

La croissance organique de la division est restée solide au premier trimestre, grâce à la bonne performance des spiritueux distribués en Europe et dans le Travel Retail.

Dividende

L'assemblée générale du 24 juillet 2014 proposera un dividende de 1,27€ par action, avec une partie en numéraire pour €0,90 et une partie optionnelle (numéraire ou action) pour €0,37. Le paiement sera effectué à partir du 1^{er} octobre 2014.

Perspectives 2014-15

Au terme de ce premier trimestre, Rémy Cointreau confirme son objectif de croissance organique (**) de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant en 2014-15. Pour rappel, cet objectif s'entend sur la base d'un pro forma 2013-14 (hors impact de la fin du contrat de distribution avec Edrington aux Etats-Unis) et à changes constants.

Contacts:

Analystes : Laetitia Delaye — 01 44 13 45 25

Presse : Joëlle Jézéquel — 01 44 13 45 15