



RÉMY COINTREAU

Paris, le 26 novembre 2015

Exercice 2015-16
Résultats du premier semestre
(avril 2015 – septembre 2015)

Des performances semestrielles conformes aux objectifs annuels

A fin septembre 2015, le chiffre d'affaires consolidé du groupe atteint 500,7 M€, en croissance publiée de 6,1%, mais en repli organique de 5,9%. Cette tendance s'explique essentiellement par des effets techniques ayant pesé sur les expéditions, notamment dans le cadre de la mise en place du plan stratégique 2019-20 du groupe.

Le groupe affiche un **résultat opérationnel courant (ROC) de 107,0 M€, en croissance publiée de 4,7%**, aidée par des effets de change positifs sur la période. En organique, le recul de 7,3% du ROC s'explique principalement par l'impact de la baisse largement technique des volumes, et du mix défavorable. L'évolution de la structure des investissements publi-promotionnels et le contrôle strict des frais administratifs ont néanmoins permis une quasi-stabilité de la marge opérationnelle courante à 21,4%. **Hors éléments non-récurrents, le résultat net part du groupe est en croissance publiée de 7,1% à 68,6 M€,** et la marge nette progresse de 10bps à 13,7%.

Chiffres clés

Millions d'euros (M€)	au 30 sept. 2015	au 30 sept. 2014	Variation	
	Publié	Publié	Publiée	Organique
Chiffre d'affaires	500,7	471,8	6,1%	(5,9%)
Résultat opérationnel courant	107,0	102,1	4,7%	(7,3%)
Marge opérationnelle courante	21,4%	21,6%	-	-
Résultat net part du groupe	66,3	62,7	5,7%	(9,8%)
Marge nette part du groupe	13,2%	13,3%	-	-
Résultat net hors éléments non récurrents	68,6	64,0	7,1%	(8,0%)
Marge nette hors éléments non récurrents	13,7%	13,6%	-	-
BPA part du groupe	1,37	1,30	5,4%	-
BPA hors éléments non récurrents	1,41	1,33	6,8%	-
Ratio dette nette /EBITDA	2,53	3,14	-	-

Résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	au 30 sept.2015	au 30 sept 2014	Variation	
	Publié	Publié	Publiée	Organique
Rémy Martin	85,9	78,0	+10,1%	(5,8%)
<i>Marge %</i>	27,4%	28,2%		
Liqueurs & Spiritueux	24,1	25,9	(7,1%)	(4,8%)
<i>Marge %</i>	18,5%	19,8%		
S/total marques du Groupe	109,9	103,9	+5,8%	(5,5%)
<i>Marge %</i>	24,8%	25,5%		
Marques partenaires	3,3	3,8	(12,7%)	(26,4%)
<i>Marge %</i>	5,8%	6,0%		
Frais holding	(6,3)	(5,6)	+12,8%	12,6%
Total	107,0	102,1	+4,7%	(7,3%)
<i>Marge %</i>	21,4%	21,6%		

Les variations ci-dessous sont données en organique.

Rémy Martin

Les ventes de **Rémy Martin** (-3,1% à 313,1 M€) sont le résultat d'une excellente performance des zones Amériques (soutenue par le succès de *1738 Accord Royal* aux Etats-Unis) et EMEA (portée par une stratégie d'expansion en Afrique, et une bonne dynamique de consommation en Allemagne et au Royaume-Uni), d'une part. Et d'autre part, d'un recul de l'Asie-Pacifique, où la mise en place du plan stratégique (amélioration du mix-produit et adaptation du réseau de distribution en Chine) et la prudence des grossistes chinois ont pesé sur les expéditions.

Le résultat opérationnel courant atteint 85,9 M€ (en repli de 5,8%) et la marge opérationnelle courante ressort à 27,4% contre 28,2% à fin septembre 2014. La baisse modérée de la marge est la conséquence d'un recul des volumes et d'un mix défavorable, lesquels ont été partiellement compensés par une optimisation des investissements publi-promotionnels en Asie-Pacifique.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de 129,9 M€ (en repli de 8,3% par rapport à la période précédente) s'explique par une conjonction de facteurs techniques (comparables élevés sur Cointreau aux Etats-Unis, calendrier des fêtes de Pâques, changements de distributeurs dans certains marchés) et macro-économiques (Russie, Grèce). Le repli des ventes de **Cointreau** masque une excellente dynamique de la demande finale de la marque aux Etats-Unis et un retour à la croissance en Europe de l'Ouest. **Metaxa** est en décroissance significative sur le semestre, pénalisée par le ralentissement de la consommation en Grèce et en Russie, ainsi que celui des achats de la clientèle russe dans le Travel Retail. En revanche, les **Spiritueux d'Islay (Bruichladdich/The Botanist)** ont poursuivi leur croissance à deux chiffres et **Mount Gay** réalise une très belle performance, portée par le succès des qualités supérieures de la marque (*Black Barrel* et *XO*) dans ses principaux marchés.

Le résultat opérationnel courant atteint 24,1 M€, en recul de 4,8%, conséquence de la baisse du chiffre d'affaires, et plus spécifiquement des volumes. La marge opérationnelle courante s'établit à 18,5%, en progression organique de 80 points de base, grâce à des gains de productivité sur les matières premières et les investissements publi-promotionnels.

Marques Partenaires

Le repli (-12,6%) du chiffre d'affaires à 57,8 M€ s'explique essentiellement par la fin du contrat de distribution des marques de champagne (Piper Heidsieck et Charles Heidsieck) aux Etats-Unis.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 3,3 M€ (en baisse de 26,4%) contre 3,8 M€ à fin septembre 2014.

Résultats consolidés

Le résultat opérationnel courant s'élève à 107,0 M€, en croissance publiée de 4,7%, mais en recul de 7,3% en organique.

Le ROC a ainsi bénéficié d'effets de change positifs sur le semestre, qui se sont élevés à 12,3 M€: Le cours comptable moyen €/USD sur la période a été de 1,11 contre 1,35 au 30 septembre 2014. De plus, dans le cadre de sa politique de couverture, le groupe a enregistré un cours moyen d'encaissement de 1,24 contre 1,34 au 30 septembre 2014.

Le résultat opérationnel s'élève à 106,9 M€, après prise en compte de charges opérationnelles non-récurrentes non significatives (0,1 M€) sur le semestre.

Le résultat financier est une charge nette de 15,1 M€, en baisse de 0,3 M€, principalement liée à la réduction de la dette brute sur la période.

La charge d'impôt s'élève à 25,7 M€ soit un taux effectif de 28,0%, quasi-stable par rapport au taux de septembre 2014 (28,2%).

Ainsi, **le résultat net part du groupe** affiche une hausse de 5,7% en publié, à 66,3 M€.

Hors éléments non récurrents, le résultat net part du groupe ressort à 68,6 M€, en croissance publiée de 7,1% et la marge nette progresse de 10bps à 13,7%.

Hors éléments non récurrents, le résultat net par action s'élève à 1,41€ (+6,8% en publié).

La dette nette s'établit à 455,1 M€ en baisse de 11,5 M€ par rapport à mars 2015. Cette réduction s'explique par une hausse de l'EBITDA sur le semestre et une optimisation de la gestion du besoin en fonds de roulement (notamment des stocks et des créances clients).

Le ratio bancaire « dette nette/EBITDA » montre une amélioration à 2,53 à fin septembre 2015 (contre 2,64 à fin mars 2015 et 3,14 à fin septembre 2014), en dépit d'une saisonnalité traditionnellement défavorable au 1^{er} semestre.

Evènements financiers récents

Le 29 juillet 2015, l'assemblée générale des actionnaires a approuvé le versement d'un dividende ordinaire de 1,53€ par action au titre de l'exercice 2014-15, avec une option permettant un paiement intégral en actions. Le paiement en actions a été effectué le 24 septembre et le solde (en numéraire) a été payé en octobre 2015.

Le 27 octobre 2015, le groupe Rémy Cointreau a annoncé la cession de la société Izarra - Distillerie de la Côte Basque, à Spirited Brands. Rémy Cointreau et Spirited Brands ont également conclu un accord qui confie à Rémy Cointreau la poursuite de la production et de l'embouteillage de la liqueur Izarra.

Perspectives 2015-16

Au terme de ce premier semestre — conforme aux prévisions du groupe — **Rémy Cointreau confirme son objectif** d'une croissance de son résultat opérationnel courant sur l'exercice 2015-16, à devises et périmètre constants.

Contact :

Laetitia Delaye : 01 44 13 45 25

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

ANNEXES

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	au 30 sept. 2015		au 30 sept. 2014	Variation	
	Publié	A devises constantes	Publié	Publiée	Organique
	A	B	C	A/C-1	B/C-1
Chiffre d'affaires					
Rémy Martin	313,1	268,2	276,8	13,1%	(3,1%)
Liqueurs & Spiritueux	129,9	119,9	130,9	(0,8%)	(8,3%)
S/total marques du Groupe	442,9	388,2	407,7	8,6%	(4,8%)
Marques Partenaires	57,8	56,0	64,1	(9,8%)	(12,6%)
Total	500,7	444,2	471,8	6,1%	(5,9%)
Résultat Opérationnel					
Rémy Martin	85,9	73,5	78,0	10,1%	(5,8%)
<i>Marge %</i>	27,4%	27,4%	28,2%		
Liqueurs & Spiritueux	24,1	24,7	25,9	(7,1%)	(4,8%)
<i>Marge %</i>	18,5%	20,6%	19,8%		
S/total marques du Groupe	109,9	98,2	103,9	5,8%	(5,5%)
<i>Marge %</i>	24,8%	25,3%	25,5%		
Marques partenaires	3,3	2,9	3,8	(12,7%)	(26,4%)
<i>Marge %</i>	5,8%	5,0%	6,0%		
Frais holding	(6,3)	(6,3)	(5,6)	12,8%	12,6%
Total	107,0	94,7	102,1	4,7%	(7,3%)
<i>Marge %</i>	21,4%	21,3%	21,6%		

Compte de résultat synthétique

Millions d'euros (M€)	au 30 sept. 2015		au 30 sept. 2014	Variation	
	Publié	A devises constantes	Publié	Publiée	Organique
	A	B	C	A/C-1	B/C-1
Chiffre d'affaires	500,7	444,2	471,8	6,1%	(5,9%)
Marge brute	317,3	283,1	301,0	5,4%	(5,9%)
Résultat opérationnel courant	107,0	94,7	102,1	4,7%	(7,3%)
Marge opérationnelle courante	21,4%	21,3%	21,6%		
Autres produits et charges opérationnels	(0,1)	(0,1)	-		
Résultat opérationnel	106,9	94,6	102,1		
Résultat financier	(15,1)	(16,2)	(15,4)		
Impôts sur les bénéfices	(25,7)	(22,0)	(24,5)		
Taux d'impôt	28,0%	28,0%	28,2%		
Quote-part des entreprises associées	0,3	0,3	0,5		
Minoritaires	(0,1)	(0,1)	-		
Résultat net part du groupe	66,3	56,6	62,7	5,7%	(9,8%)
Marge nette part du groupe	13,2%	12,7%	13,3%		
Résultat net hors éléments non récurrents	68,6	58,8	64,0	7,1%	(8,0%)
Marge nette hors éléments non récurrents	13,7%	13,2%	13,6%	-	-
BPA part du groupe	1,37	-	1,30	5,4%	-
BPA hors éléments non récurrents	1,41	-	1,33	6,8%	-