



RÉMY COINTREAU

Paris, le 18 juillet 2019

Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2019-20

(avril 2019 – juin 2019)

Un début d'année en ligne avec nos attentes
Marques du Groupe en croissance de +3,3%*
Accélération attendue dès le 2^{ème} trimestre

Le chiffre d'affaires de Rémy Cointreau s'élève à **223,2 millions d'euros** au cours du 1^{er} trimestre de l'exercice 2019-20, en croissance publiée de 0,4%. La croissance organique (*) a, comme anticipé, connu une légère baisse (-3,0%) suite au désengagement volontaire des Marques Partenaires et aux effets techniques ponctuels liés aux hausses de prix du début de l'exercice. Les effets devises favorables (+3,4%) ont néanmoins compensé ce repli.

Les **Marques du Groupe poursuivent leur croissance (+3,3%*)** : la **Maison Rémy Martin** progresse de +5,5%*, portée par ses qualités les plus haut de gamme, en cohérence avec la stratégie long-terme du groupe. La qualité VSOP résiste bien aux hausses de prix significatives passées en début d'exercice. Si la division **Liqueurs & Spiritueux** (-2,6%*) connaît un début d'année essentiellement perturbé par les évolutions du réseau de distribution en Europe, elle enregistre néanmoins une progression prometteuse aux Etats-Unis.

Toutes les zones sont en croissance pour les **Marques du Groupe**, en particulier les pays d'Asie du Sud Est, le Japon et l'Afrique qui signent d'excellentes performances. La zone Amériques a bien absorbé les hausses de prix de ce début d'année et sa croissance devrait réaccélérer lors des prochains trimestres.

Répartition des ventes par division :

(€ millions)	3 mois au 30/06/19	3 mois au 30/06/18	Variation	
			Publiée	Organique(*)
Maison Rémy Martin	161,1	147,0	9,6%	5,5%
Liqueurs & Spiritueux	55,3	55,3	0,1%	(2,6%)
S/total Marques Groupe	216,5	202,3	7,0%	3,3%
Marques Partenaires	6,7	20,0	(66,4%)	(66,6%)
Total	223,2	222,2	0,4%	(3,0%)

(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

Maison Rémy Martin

La **Maison Rémy Martin** poursuit sa croissance au 1^{er} trimestre (+5,5% en organique), malgré l'impact défavorable des effets de phasage relatifs aux hausses de prix, en particulier aux Etats-Unis. Les tendances restent toujours très favorables pour les qualités les plus haut de gamme de la Maison, en particulier dans les pays d'Asie du Sud Est, au Japon et en Afrique.

Les marques de la Maison ont déployé plusieurs initiatives créatives au 1^{er} trimestre : **LOUIS XIII** a lancé l'édition limitée « Black Pearl AHD », en hommage à André Hériard Dubreuil, l'ancien président visionnaire de la Maison Rémy Martin, né il y a 100 ans. Et **Rémy Martin** a lancé l'édition limitée « XO Steaven Richard » au moment de la Shanghai Design Week, dont Rémy Martin est partenaire. C'est aussi à cette occasion que l'œuvre au Centaure de Steaven Richard, ferronnier d'art, spécialement créée pour la marque, a été dévoilée en avant-première mondiale.

Liqueurs & Spiritueux

L'évolution des ventes de la division Liqueurs & Spiritueux au 1^{er} trimestre (-2,6% en organique) s'explique principalement par les changements du réseau de distribution en Europe opérés le 1^{er} avril 2019.

La **Maison Cointreau** profite d'une vraie accélération de ses ventes aux Etats-Unis, mais reste pénalisée en Europe par l'évolution de la distribution dans certains de ses marchés historiques. De la même manière, les ventes de la **Maison Metaxa** sont en repli suite aux changements de distributeurs en Europe Centrale et en Allemagne. **Mount Gay** et **St-Rémy** consolident également sur ce début d'année, tandis que le gin **The Botanist** réalise un nouveau trimestre en forte progression, porté par son développement aux Etats-Unis et dans le *Travel Retail*. Enfin, le pôle **Whisky** poursuit son expansion rapide en Asie-Pacifique et dans le Travel Retail, tandis que les Amériques consolident après la très forte croissance de l'exercice précédent.

Marques Partenaires

Le repli des ventes de Marques Partenaires s'accélère (-66,6% en organique), avec la fin de contrats de distribution en République Tchèque, en Slovaquie et aux Etats-Unis.

Perspectives 2019-20

Rémy Cointreau anticipe que l'année 2019-20 se déroule dans le cadre des objectifs moyen terme du groupe. Pour rappel, l'année intégrera la fin de contrats de distribution de marques partenaires (en République Tchèque, Slovaquie et Etats-Unis) dont l'impact est estimé à 56 M€ sur le chiffre d'affaires et à 5 M€ sur le Résultat Opérationnel Courant.

Contact : *Laetitia Delaye* — +33 7 87 25 36 01

(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

Annexes :

Chiffre d'affaires et croissance organique par activité

Ventes du 1er trimestre 2019-2020 (Avril-Juin 2019)

En millions d'euros	Publié 19-20	Devises 19-20	Organique 19-20 (*)	Publié 18-19	Variatio n Publiée A/C-1	Variation Organique (*) B/C-1
	A		B	C		
Rémy Martin	161,1	6,0	155,1	147,0	9,6%	5,5%
Liqueurs & Spiritueux	55,3	1,5	53,9	55,3	0,1%	(2,6%)
S/total Marques Groupe	216,5	7,5	209,0	202,3	7,0%	3,3%
Marques Partenaires	6,7	0,0	6,7	20,0	(66,4%)	(66,6%)
Total	223,2	7,5	215,6	222,2	0,4%	(3,0%)

Définitions des indicateurs alternatifs de performance

Le processus de gestion de Rémy Cointreau repose sur les indicateurs alternatifs de performance suivants, choisis pour la planification et le reporting. La direction du groupe estime que ces indicateurs fournissent des renseignements supplémentaires utiles pour les utilisateurs des états financiers pour comprendre la performance du groupe. Ces indicateurs alternatifs de performance doivent être considérés comme complémentaires de ceux figurant dans les états financiers consolidés et des mouvements qui en découlent.

Croissance organique du chiffre d'affaires

La croissance organique est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change ainsi que des acquisitions et cessions.

L'impact des taux de change est calculé en convertissant le chiffre d'affaires de l'exercice en cours aux taux de change moyens de l'exercice précédent.

Pour les acquisitions de l'exercice en cours, le chiffre d'affaires de l'entité acquise est exclu des calculs de croissance organique. Pour les acquisitions de l'exercice précédent, le chiffre d'affaires de l'entité acquise est inclus dans l'exercice précédent, mais n'est inclus dans le calcul de la croissance organique sur l'exercice en cours qu'à partir de la date anniversaire d'acquisition.

Dans le cas d'une cession d'importance significative, on utilise les données après application d'IFRS 5 (qui reclasse systématiquement le chiffre d'affaires de l'entité cédée en « résultat net des activités cédées ou en cours de cession » pour l'exercice en cours et l'exercice précédent).

Cet indicateur permet de se concentrer sur la performance du groupe commune aux deux exercices, performance que le management local est plus directement en mesure d'influencer.

(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants