

Troisième trimestre 2021-22

Paris, le 25 janvier 2022

Poursuite d'une croissance forte, supérieure aux prévisions

Chiffre d'affaires : +21,0% en organique au 3^{ème} trimestre

Objectifs annuels confirmés

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de **1 085,8 millions d'euros au cours des 9 premiers mois, en progression de +38,1% en organique**¹. En données publiées, le chiffre d'affaires a progressé de +39,1%, intégrant un effet périmètre positif de +0,3% (acquisitions de Brillet et de Telmont), et une évolution favorable des devises (+0,7%). **La forte croissance du 3^{ème} trimestre (+21,0% en organique)** par rapport à une base de comparaison élevée, reflète la poursuite d'un excellent momentum dans l'ensemble des régions.

La division **Cognac** a continué de bénéficier d'une demande soutenue au 3^{ème} trimestre (+19,4% en organique), enregistrant une progression de +38,5% en organique au cours des 9 premiers mois. La division **Liqueurs & Spiritueux** a également généré une forte progression de +39,1% en organique sur 9 mois (dont +27,3% en organique au 3^{ème} trimestre).

L'ensemble des régions ont contribué à la très bonne performance de Rémy Cointreau au 3^{ème} trimestre. La région **Amériques** a généré une forte croissance en dépit d'une base de comparaison élevée. La région **APAC**² a enregistré une excellente croissance portée par la Chine et le nord de l'Asie. Enfin, la très forte performance de la zone **EMEA**³ au 3^{ème} trimestre confirme la reprise enregistrée au 1^{er} semestre.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

En M€ (Avril-décembre)	9 mois 2021/22	9 mois 2020/21	Variation 9M 21/22 vs. 9M 20/21		Variation 9M 21/22 vs. 9M 19/20
			Publiée	Organique	Organique
Cognac	797,3	572,5	39,3%	38,5%	38,4%
Liqueurs & Spiritueux	262,8	187,2	40,4%	39,1%	30,6%
S/total Marques Groupe	1060,1	759,6	39,6%	38,6%	36,4%
Marques Partenaires	25,7	21,2	21,3%	20,1%	13,1%
Total	1085,8	780,9	39,1%	38,1%	35,7%

¹ Toutes références à "la croissance organique" dans le présent communiqué correspondent à la croissance du chiffre d'affaires à devises et périmètre constants

² Asie Pacifique

³ Europe, Moyen-Orient et Afrique

Cognac

La division **Cognac** a enregistré une excellente performance de +38,5% en organique au cours des 9 premiers mois, grâce à une demande toujours très soutenue au 3^{ème} trimestre (+19,4% en organique par rapport à une base de comparaison élevée). Aux Etats-Unis, les tendances de consommation demeurent fortes. Le Groupe a poursuivi sa stratégie de valeur et ses marques haut de gamme (Louis XIII, Rémy Martin XO, 1738 Accord Royal) ont surperformé. En Chine, le Groupe a généré une croissance remarquable portée par le succès de Club, le dynamisme du e-commerce (notamment lors du *Double-Eleven* et du *Double-Twelve*) et un effet calendaire favorable (nouvel an chinois) se traduisant par un effet positif (environ +2,5 pts de croissance additionnelle pour le Cognac au 3^{ème} trimestre).

Rémy Martin a dévoilé sa nouvelle plateforme de communication pour sa qualité XO en Chine, incarnée par le chanteur et acteur Yifeng Li. Animée tout au long du 4^{ème} trimestre par de nombreuses initiatives marketing, elle permettra de renforcer la notoriété et le capital de la marque auprès d'une nouvelle génération de clients, afin d'accroître ses parts de marché sur le segment haut de gamme. Rémy Martin a par ailleurs lancé une édition spéciale de Rémy Martin Club avec le Collectif Scale en novembre dernier à Shenzhen. Ce premier lancement en Chine sera suivi du reste de l'Asie (Japon, Taïwan et Hong-Kong), de la Russie et du Mexique.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a augmenté de +39,1% en organique au cours des 9 premiers mois, intégrant une progression de +27,3% en organique au 3^{ème} trimestre. Aux Etats-Unis, la **Maison Cointreau** continue de bénéficier d'une très bonne dynamique encouragée par sa collaboration avec l'actrice Jessica Alba. Le gin **The Botanist** poursuit sa progression sur le canal *on-trade*, porté par de nouveaux référencements et ses initiatives marketing pour accroître sa notoriété. En Chine, l'excellente croissance du **pôle Whisky** témoigne de la forte attractivité dont il bénéficie dans les régions du Nord et de l'Est tandis que le gin **The Botanist** continue de profiter du développement du segment haut de gamme de sa catégorie. Enfin, en Europe, le Groupe enregistre une forte croissance soutenue par **Cointreau** qui gagne des parts de marché (notamment au Royaume-Uni) et **The Botanist** qui a réalisé de nombreuses initiatives marketing pour accroître sa visibilité.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une progression de +20,1% en organique sur 9 mois (dont +14,3% au 3^{ème} trimestre), bénéficiant de tendances favorables en Europe notamment au Royaume-Uni et au Bénélux.

Perspectives 2021-22 : objectifs annuels confirmés

Pour l'année 2021-22, Rémy Cointreau réitère sa confiance dans sa capacité à surperformer le marché des spiritueux d'exception et anticipe **une croissance organique forte de son chiffre d'affaires**, principalement liée à la performance du premier semestre.

Rémy Cointreau vise également **une croissance organique très forte de son Résultat Opérationnel Courant**. Celle-ci sera uniquement portée par la croissance exceptionnelle du premier semestre.

En effet, dans un contexte marqué par des bases de comparaison élevées, le Groupe confirme sa volonté d'augmenter significativement ses investissements en marketing et communication au second semestre, afin d'accompagner ses marques dans le rebond et d'accroître leur potentiel de croissance à moyen terme. Par ailleurs, Rémy Cointreau réaffirme sa volonté de maîtriser ses stocks stratégiques au 4^{ème} trimestre.

En conséquence, Rémy Cointreau anticipe une amélioration organique de sa **marge opérationnelle courante**.

Le Groupe anticipe pour l'année un effet périmètre de -2,4M€ et prévoit désormais un impact neutre de ses devises sur son Résultat Opérationnel Courant.

Contacts

Celia d'Everlange – +33 6 03 65 46 78

Annexes

Chiffre d'affaires du T1 2021-22 (avril-juin 2021)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	21-22	21-22	21-22	21-22	20-21	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	199,6	-12,1	0,1	211,6	98,7	102,3%	114,4%
Liqueurs & Spiritueux	85,3	-3,8	1,3	87,8	46,1	84,9%	90,5%
S/total Marques Groupe	284,9	-15,9	1,4	299,5	144,8	96,8%	106,8%
Marques Partenaires	8,2	0	0	8,2	5,3	55,6%	55,3%
Total	293,1	-15,9	1,4	307,6	150,1	95,3%	105,0%

Chiffre d'affaires du T2 2021-22 (juillet-septembre 2021)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	21-22	21-22	21-22	21-22	20-21	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	265,0	2,8	-0,1	262,3	206,8	28,2%	26,9%
Liqueurs & Spiritueux	78,8	1,3	0,7	76,8	66,0	19,5%	16,5%
S/total Marques Groupe	343,8	4,1	0,6	339,1	272,7	26,1%	24,3%
Marques Partenaires	8,4	0,1	0	8,3	8,1	4,3%	2,9%
Total	352,2	4,3	0,6	347,4	280,8	25,4%	23,7%

Chiffre d'affaires du S1 2021-22 (avril-septembre 2021)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	21-22	21-22	21-22	21-22	20-21	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	464,6	-9,3	0	473,9	305,4	52,1%	55,2%
Liqueurs & Spiritueux	164,1	-2,5	1,9	164,7	112,1	46,4%	46,9%
S/total Marques Groupe	628,7	-11,8	2,0	638,6	417,5	50,6%	52,9%
Marques Partenaires	16,6	0,1	0	16,5	13,3	24,6%	23,6%
Total	645,3	-11,7	2,0	655,0	430,8	49,8%	52,0%

Chiffre d'affaires du T3 2021-22 (octobre-décembre 2021)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	21-22	21-22	21-22	21-22	20-21	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	332,7	13,8	-	318,9	267,0	24,6%	19,4%
Liqueurs & Spiritueux	98,7	3,0	-	95,6	75,1	31,4%	27,3%
S/total Marques Groupe	431,4	16,9	-	414,5	342,1	26,1%	21,1%
Marques Partenaires	9,1	0,1	-	9,0	7,9	15,7%	14,3%
Total	440,5	17,0	-	423,5	350,0	25,9%	21,0%

Chiffre d'affaires des 9 mois 2021-22 (avril-décembre 2021)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	21-22	21-22	21-22	21-22	20-21	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	797,3	4,5	0,0	792,8	572,5	39,3%	38,5%
Liqueurs & Spiritueux	262,8	0,6	1,9	260,3	187,2	40,4%	39,1%
S/total Marques Groupe	1060,1	5,1	2,0	1053,0	759,6	39,6%	38,6%
Marques Partenaires	25,7	0,2	0,0	25,5	21,2	21,3%	20,1%
Total	1085,8	5,3	2,0	1078,5	780,9	39,1%	38,1%

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.

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