

**Rémy Cointreau atteint des records historiques**

Chiffre d'affaires : +27,3% en organique (soit +29,4% par rapport à 2019-20)

Objectifs annuels confirmés

Rémy Cointreau a réalisé en 2021-22 un chiffre d'affaires de 1312,9 millions d'euros, en hausse de +27,3% en organique<sup>1</sup>, intégrant une progression de +9,2% de l'effet mix-prix et une augmentation exceptionnelle des volumes de +18,2%. Le Groupe a ainsi généré une croissance organique de +29,4% par rapport à 2019-20. Fort d'un positionnement unique sur le segment des spiritueux d'exception et d'une capacité d'investissement renforcée, le Groupe a pleinement bénéficié de l'essor des nouvelles tendances de consommation et saisi l'ensemble de ces nouvelles opportunités de croissance (notamment la montée en gamme et le développement de la mixologie).

En données publiées, le chiffre d'affaires a progressé de +30,0%, traduisant un effet périmètre positif de +0,2% (acquisitions de Brillet et de Telmont), et une évolution favorable des devises (+2,4%). Cette performance intègre, comme annoncé, une baisse du chiffre d'affaires de -9,4% en organique au 4<sup>ème</sup> trimestre, reflétant la volonté du Groupe de maîtriser ses stocks stratégiques avant de réaliser une hausse importante de ses prix le 1<sup>er</sup> avril 2022 et un effet calendaire défavorable lié au nouvel an chinois (environ -3 points). Le 4<sup>ème</sup> trimestre a notamment enregistré une progression de +4,2% en organique par rapport à 2019-20.

L'ensemble des régions ont contribué à la très bonne performance organique de Rémy Cointreau. La région **Amériques** a généré une excellente croissance de +30,0%, soit +54,2% par rapport à l'année 2019-20. La région **APAC**<sup>2</sup> a enregistré une très forte croissance de +25,8%, représentant une hausse des ventes de +19,8% par rapport à 2019-20. Enfin, la région **EMEA**<sup>3</sup> a bénéficié de la reprise économique et du bon dynamisme du canal *on-trade*. En progression de +22,4%, la région est désormais en bonne voie pour renouer rapidement avec ses niveaux d'activité de 2019-20 (-3,5%).

**Répartition du chiffre d'affaires par division :**

<i>En M€ (avril 2021- mars 2022)</i>	2021-22	2020-21	Variation publiée	Variation organique	Variation organique (vs. 2019-20)
Cognac	948,3	735,0	+29,0%	+26,3%	+30,7%
Liqueurs & Spiritueux	333,2	248,3	+34,2%	+31,7%	+27,5%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>1 281,5</b>	<b>983,3</b>	<b>+30,3%</b>	<b>+27,7%</b>	<b>+29,9%</b>
Marques Partenaires	31,3	26,9	+16,3%	+15,2%	+13,5%
<b>Total</b>	<b>1 312,9</b>	<b>1 010,2</b>	<b>+30,0%</b>	<b>+27,3%</b>	<b>+29,4%</b>

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

<sup>2</sup> Asie Pacifique

<sup>3</sup> Europe, Moyen-Orient et Afrique

## Cognac

---

La division **Cognac** a enregistré une croissance remarquable de +26,3% en organique en 2021-22 (dont un effet mix-prix de +13,8%), soit une progression de +30,7% par rapport à 2019-20. Au 4<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires a, comme annoncé, reculé de -16,7% (quasi stable par rapport à 2019-20), affecté par une gestion stricte des stocks stratégiques avant la forte hausse des prix du 1<sup>er</sup> avril 2022 et un effet calendaire négatif d'environ -4 points (nouvel an chinois). Si la tendance sous-jacente demeure robuste aux Etats-Unis et en Europe, celle-ci a été temporairement affectée en Chine par des mesures de confinement. Toutefois, les effets sur le chiffre d'affaires sont limités en raison d'un niveau d'activité traditionnellement faible en cette période. Par ailleurs, le niveau des stocks demeure sain.

Au cours du quatrième trimestre, **Rémy Martin** a lancé sa nouvelle édition limitée, l'Étape. Ce cognac Fine Champagne est le fruit d'une collaboration entre Rémy Martin et 19 partenaires viticulteurs de l'AFC, tous fortement impliqués dans une agriculture durable. Avec cette nouvelle édition, la marque souhaite incarner sa volonté de préserver ses terroirs et l'engagement collectif en faveur de "L'Exception Durable". Rémy Martin a par ailleurs été consacré pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive "Hot Brands" 2021 par le média américain Shanken Impact qui met en exergue les marques les plus dynamiques du marché américain.

Après ses campagnes « 100 Years », **Louis XIII** a dévoilé son nouvel opus « Believe in time » qui rend une nouvelle fois hommage à sa valeur première, le Temps. Cette campagne met en lumière la collaboration de trois femmes talentueuses, la chanteuse Américaine Solange Knowles, la créatrice de mode chinoise Guo Pei et la réalisatrice franco-sénégalaise Mati Diop.

## Liqueurs & Spiritueux

---

Avec une croissance organique de +31,7% (dont +24,6% en volume) en 2021-22, la division **Liqueurs & Spiritueux**, réaffirme son rôle majeur dans la réalisation du plan stratégique. Véritable second pilier de croissance pour le Groupe, la division dépasse largement son niveau d'activité de 2019-20 (+27,5%). Au 4<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires a progressé de +9,3% en organique, soit +16,7% par rapport à 2019-20.

Au cours du dernier trimestre, la **Maison Cointreau** a continué de bénéficier de l'engouement des consommateurs pour les cocktails aux Etats-Unis, notamment *The Original Margarita*, mise à l'honneur dans sa nouvelle collaboration avec l'ancien joueur de football américain Drew Brees. **The Botanist** a également poursuivi sa forte progression sur le canal *on-trade*. Il a notamment franchi une nouvelle étape de son développement avec le lancement d'une campagne d'envergure à l'occasion du *Super Bowl*. En Chine, le succès des Whiskies **Bruichladdich** ne se dément pas. Profitant de sa forte attractivité auprès des nouvelles générations, la Maison de Whisky a multiplié ses initiatives afin d'accroître sa notoriété et éduquer les consommateurs sur ses origines, son terroir et sa dégustation. Enfin, en Europe, le Groupe enregistre une forte croissance soutenue par **Cointreau et Metaxa**. Les whiskies **Bruichladdich** ont continué de renforcer leur visibilité avec le lancement d'une nouvelle campagne au Royaume-Unis, *We also make whisky*.

## Marques Partenaires

---

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une progression de +15,2% en organique en 2021-22 (dont -3,3% au 4<sup>ème</sup> trimestre). Cette performance traduit une progression de +13,5% par rapport à l'année 2019-20 (dont +15,5% par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019-20).

## Perspectives 2021-22 : objectifs annuels confirmés

---

Fort d'un chiffre d'affaires annuel conforme à ses prévisions, Rémy Cointreau réitère ses prévisions d'une **croissance organique très forte de son Résultat Opérationnel Courant**. Celle-ci sera, comme prévu, uniquement portée par la croissance exceptionnelle du premier semestre.

En effet, Rémy Cointreau a significativement augmenté ses investissements en marketing et communication au second semestre et géré de manière stricte ses stocks stratégiques au 4<sup>ème</sup> trimestre. En outre, le second semestre est marqué par une base de comparaison élevée.

En conséquence, Rémy Cointreau confirme sa prévision d'une amélioration organique de sa **marge opérationnelle courante** en 2021-22.

Le Groupe prévoit pour l'année un effet périmètre de -2,4M€ et prévoit désormais un effet favorable de ses devises (environ 5,0 millions d'euros) sur son Résultat Opérationnel Courant.

Malgré un environnement économique et géopolitique complexe, Rémy Cointreau aborde l'année 2022-23 avec confiance. Le Groupe est aujourd'hui parfaitement positionné pour profiter des nouvelles tendances de consommation. Son positionnement haut de gamme, la forte désirabilité de ses marques et la rareté de ses eaux-de-vie et spiritueux vieilliss lui confèrent un excellent *pricing power*. Le Groupe prévoit notamment un fort démarrage de son activité au 1<sup>er</sup> trimestre malgré une base de comparaison très élevée et un contexte toujours marqué par la pandémie en Chine.

## 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%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>284,9</b>	<b>-15,9</b>	<b>+1,4</b>	<b>299,5</b>	<b>144,8</b>	<b>+96,8%</b>	<b>+106,8%</b>
Marques Partenaires	8,2	-	-	8,2	5,3	+55,6%	+55,3%
<b>Total</b>	<b>293,1</b>	<b>-15,9</b>	<b>+1,4</b>	<b>307,6</b>	<b>150,1</b>	<b>+95,3%</b>	<b>+105,0%</b>

### 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%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>343,8</b>	<b>+4,1</b>	<b>+0,6</b>	<b>339,1</b>	<b>272,7</b>	<b>+26,1%</b>	<b>+24,3%</b>
Marques Partenaires	8,4	+0,1	-	8,3	8,1	+4,3%	+2,9%
<b>Total</b>	<b>352,2</b>	<b>+4,3</b>	<b>+0,6</b>	<b>347,4</b>	<b>280,8</b>	<b>+25,4%</b>	<b>+23,7%</b>

### 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	-	473,9	305,4	+52,1%	+55,2%
Liqueurs & Spiritueux	164,1	-2,5	+1,9	164,7	112,1	+46,4%	+46,9%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>628,7</b>	<b>-11,8</b>	<b>+2,0</b>	<b>638,6</b>	<b>417,5</b>	<b>+50,6%</b>	<b>+52,9%</b>
Marques Partenaires	16,6	0,1	-	16,5	13,3	+24,6%	+23,6%
<b>Total</b>	<b>645,3</b>	<b>-11,7</b>	<b>+2,0</b>	<b>655,0</b>	<b>430,8</b>	<b>+49,8%</b>	<b>+52,0%</b>

### 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%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>431,4</b>	<b>+16,9</b>	<b>-</b>	<b>414,5</b>	<b>342,1</b>	<b>+26,1%</b>	<b>+21,1%</b>
Marques Partenaires	9,1	+0,1	-	9,0	7,9	+15,7%	+14,3%
<b>Total</b>	<b>440,5</b>	<b>+17,0</b>	<b>-</b>	<b>423,5</b>	<b>350,0</b>	<b>+25,9%</b>	<b>+21,0%</b>

### 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	-	792,8	572,5	+39,3%	+38,5%
Liqueurs & Spiritueux	262,8	+0,6	+1,9	260,3	187,2	+40,4%	+39,1%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>1060,1</b>	<b>+5,1</b>	<b>+2,0</b>	<b>1053,0</b>	<b>759,6</b>	<b>+39,6%</b>	<b>+38,6%</b>
Marques Partenaires	25,7	+0,2	-	25,5	21,2	+21,3%	+20,1%
<b>Total</b>	<b>1085,8</b>	<b>+5,3</b>	<b>+2,0</b>	<b>1078,5</b>	<b>780,9</b>	<b>+39,1%</b>	<b>+38,1%</b>

### Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre 2021-22 (janvier-mars 2022)

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	151,0	+15,5	-	135,4	162,5	-7,1%	-16,7%
Liqueurs & Spiritueux	70,5	+3,6	-	66,9	61,2	+15,3%	+9,3%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>221,5</b>	<b>+19,1</b>	-	<b>202,3</b>	<b>223,7</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-9,6%</b>
Marques Partenaires	5,6	+0,1	-	5,5	5,7	-2,2%	-3,3%
<b>Total</b>	<b>227,0</b>	<b>+19,2</b>	-	<b>207,8</b>	<b>229,4</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-9,4%</b>

### Chiffre d'affaires du 2<sup>nd</sup> semestre 2021-22 (octobre 2021-mars 2022)

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	483,7	+29,4	-	454,3	429,6	+12,6%	+5,8%
Liqueurs & Spiritueux	169,2	+6,6	-	162,5	136,2	+24,2%	+19,2%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>652,8</b>	<b>+36,0</b>	-	<b>616,8</b>	<b>565,8</b>	<b>+15,4%</b>	<b>+9,0%</b>
Marques Partenaires	14,7	+0,2	-	14,5	13,6	+8,2%	+6,9%
<b>Total</b>	<b>667,6</b>	<b>+36,1</b>	-	<b>631,3</b>	<b>579,4</b>	<b>+15,2%</b>	<b>+9,0%</b>

### Chiffre d'affaires annuel 2021-22 (avril 2021-mars 2022)

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	948,3	+20,1	-	928,2	735,0	+29,0%	+26,3%
Liqueurs & Spiritueux	333,2	+4,1	+1,9	327,1	248,3	+34,2%	+31,7%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>1 281,5</b>	<b>+24,2</b>	<b>+2,0</b>	<b>1 255,3</b>	<b>983,3</b>	<b>+30,3%</b>	<b>+27,7%</b>
Marques Partenaires	31,3	+0,3	-	31,0	26,9	+16,3%	+15,2%
<b>Total</b>	<b>1312,9</b>	<b>+24,5</b>	<b>+2,0</b>	<b>1 286,4</b>	<b>1 010,2</b>	<b>+30,0%</b>	<b>+27,3%</b>

### 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](http://www.remy-cointreau.com)*