

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2022-23

Paris, le 26 juillet 2022

Très bon début d'année
 Chiffre d'affaires : +27,0% en organique
 Objectifs annuels confirmés

Au 1^{er} trimestre 2022-23, Rémy Cointreau a réalisé un **chiffre d'affaires de 409,9 millions d'euros, en hausse de +27,0% en organique¹** (par rapport à une base de comparaison exceptionnellement élevée de +105,0% au T1 2021-22). Cette performance traduit une **progression forte de l'effet mix-prix (+14,5%)**, en ligne avec la stratégie de valeur du Groupe, et une **augmentation significative des volumes (+12,5%)**, intégrant un effet de phasage favorable des expéditions aux Etats-Unis. **En données publiées, le chiffre d'affaires a progressé de +39,9%**, incluant un effet très positif des devises (+12,9%), principalement lié à l'évolution du dollar américain et du renminbi chinois.

Au cours du trimestre, le Groupe a bénéficié d'une excellente dynamique aux Etats-Unis et de la poursuite de la reprise dans la région EMEA. En Chine, l'activité, pénalisée par les mesures de confinement en avril-mai, a enregistré un fort rebond au mois de juin.

Toutes les marques ont contribué à la très bonne performance du Groupe. La division **Cognac** a réalisé un excellent début d'année (+31,5% en organique). La division **Liqueurs & Spiritueux** affiche également une forte progression de +19,4% en organique.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

<i>En M€ (avril- juin 2022)</i>	T1 2022-23	T1 2021-22	Variation publiée	Variation organique
Cognac	292,3	199,6	+46,4%	+31,5%
Liqueurs & Spiritueux	109,7	85,3	+28,7%	+19,4%
S/total Marques Groupe	402,0	284,9	+41,1%	+27,9%
Marques Partenaires	7,9	8,2	-3,1%	-3,8%
Total	409,9	293,1	+39,9%	+27,0%

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

Cognac

La division **Cognac** a réalisé un excellent début d'année. Le chiffre d'affaires a progressé de +31,5% en organique, porté par les Amériques et la région EMEA. Aux **Etats-Unis**, Rémy Cointreau a continué de bénéficier d'une demande soutenue pour ses qualités supérieures et intermédiaires (Louis XIII, Rémy Martin XO et 1738 Accord Royal). Cette performance reflète également des effets de phasage de ses expéditions alors que le quatrième trimestre 2021-22 avait été marqué par la volonté du Groupe de maîtriser ses stocks stratégiques. Au sein de la zone **EMEA**, la plupart des régions ont enregistré une forte progression, portée par la surperformance des produits haut de gamme, Louis XIII et Rémy Martin XO. En **Chine**, les ventes ont été temporairement affectées par des mesures strictes de confinement jusqu'au mois de mai. Toutefois, l'activité a bénéficié d'une forte reprise des ventes au mois de juin et d'une excellente croissance de l'e-commerce (notamment sur T-Mall et JD.com à l'occasion du festival 6.18). Les effets de la pandémie en Chine sur la performance globale de la division sont limités, en raison du niveau d'activité traditionnellement faible en cette période. Dans l'ensemble, le niveau mondial des stocks demeure extrêmement sain.

Plus récemment, fort du succès rencontré par la campagne *Team Up For Excellence* en 2021, Rémy Martin 1738 Accord Royal et l'artiste Usher se sont à nouveau associés pour une nouvelle campagne : *A Taste of Passion*. Celle-ci présentera en édition limitée la toute première bouteille/NFT utilisant l'intelligence artificielle pour proposer une expérience immersive multisensorielle inédite : utiliser le propre vocabulaire musical d'Usher pour décrire son expérience olfactive lors de la dégustation d'un 1738 Accord Royal et retranscrire sa perception en une représentation avant-gardiste (rendre visible l'invisible). Cette édition limitée sera disponible en tant que NFT sur BlockBar.com dès le 29 juillet prochain.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a progressé de +19,4% en organique au 1^{er} trimestre. **Aux Etats-Unis**, la Maison Cointreau et les Whiskies Bruichladdich continuent de bénéficier d'une très bonne dynamique, tandis que le gin The Botanist récolte les fruits de sa récente campagne lors du *Super Bowl* en gagnant de nouveaux référencement. **En Europe**, la Maison Cointreau enregistre une croissance exceptionnelle. La marque, qui vient de réaliser une refonte majeure de sa bouteille iconique (*l'Unique*), a dévoilé son nouveau flacon en France. Celui-ci sera déployé cet été en Europe, puis au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Asie. Le trimestre a été également marqué par le lancement très réussi de la nouvelle campagne de Metaxa « *Taste the unexpected* » visant à accroître sa notoriété et à cibler un nouveau moment de consommation : l'apéritif. Enfin, le brandy St-Rémy enregistre une croissance remarquable, portée par le succès de sa nouvelle référence *St-Rémy Signature* qui capitalise sur sa versatilité et sa parfaite adéquation au monde du bar. La marque bénéficie également des nombreuses initiatives réalisées au cours de ces derniers mois pour initier les consommateurs aux spécificités du brandy français.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -3,8% en organique au 1^{er} trimestre, impactées par une base de comparaison élevée en Europe.

Perspectives 2022-23 : objectifs annuels confirmés

Parfaitement positionné pour profiter des nouvelles tendances de consommation et conforté par son avance sur son plan stratégique, **Rémy Cointreau aborde l'année 2022-23 avec confiance.**

Le Groupe entend poursuivre la mise en œuvre de sa stratégie, centrée sur le développement de ses marques à moyen terme et portée par une **politique d'investissement soutenue en marketing et communication**. Il réaffirme sa volonté de continuer de gagner des parts de marché au sein du secteur des spiritueux d'exception et anticipe **une nouvelle année de forte croissance.**

Bénéficiant d'un excellent *pricing power*, **l'amélioration de la Marge Opérationnelle Courante** sera portée par une solide **résilience de sa marge brute** en dépit d'un environnement inflationniste et par un **strict contrôle de ses coûts de structure.**

Le Groupe prévoit pour l'année un **effet favorable de ses devises** sur :

- **le chiffre d'affaires** : entre 90M€ et 100M€ (contre 70-80M€ précédemment)
- **le Résultat Opérationnel Courant** : entre 50M€ et 60M€ (contre 30-40M€ précédemment)

Contacts

Relations investisseurs : Célia d'Everlange / +33 6 03 65 46 78

Relations média : Carina Alfonso Martin / press@remy-cointreau.com

Annexes

Chiffre d'affaires du T1 2022-23 (avril-juin 2022)

En millions d'euros	Publié	Devises	Périmètre	Organique	Publié	Variation	Variation
	22-23	22-23	22-23	22-23	21-22	Publiée	Organique
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	292,3	+29,8	-	262,5	199,6	+46,4%	+31,5%
Liqueurs & Spiritueux	109,7	+7,9	-	101,8	85,3	+28,7%	+19,4%
Marques Groupe	402,0	+37,7	-	364,3	284,9	+41,1%	+27,9%
Marques Partenaires	7,9	+0,1	-	7,9	8,2	-3,1%	-3,8%
Total	409,9	+37,8	-	372,2	293,1	+39,9%	+27,0%

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.

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