

Chiffre d'affaires en baisse de -16,1% en organique¹ au T2 2024-25
Objectifs 2024-25 ajustés

- Forte baisse des ventes en **Amériques**, toujours pénalisées par des ajustements de stocks ; amélioration séquentielle des *depletions*² aux Etats-Unis (T2 24-25 vs. T1 24-25) mais en deçà des attentes
- Recul des ventes en **APAC**³, reflétant notamment une base de comparaison élevée et un durcissement des conditions de marché en Chine ; bonne résilience de RM Club et du canal e-commerce
- Légère amélioration séquentielle des ventes en **EMEA**⁴ malgré une consommation toujours contrastée
- **Objectifs 2024-25 ajustés** :
 - Chiffre d'affaires : baisse à deux chiffres en organique (contre « reprise graduelle au cours de l'année » précédemment)
 - Marge ROC : dégradation organique partiellement compensée par un plan de réduction des coûts de plus de 50 M€ (contre « protection de la rentabilité » précédemment)
- **Plan stratégique 2029-30 confirmé**

Au premier semestre 2024-25, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 533,7 millions d'euros, en baisse de -15,9% en organique. En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -16,2%, incluant un effet négatif des devises de -0,3%, principalement lié à l'évolution du renminbi chinois.

Au premier semestre, la région **Amériques** a enregistré une baisse de -22,8% en organique, toujours pénalisée par des effets de déstockage. La région **APAC** affiche un recul de -8,0%, affectée par une base de comparaison élevée (les ventes sont en progression de +42,2%⁵ par rapport au S1 2019-20) et un marché plus difficile en Chine ainsi qu'un faible niveau de consommation en Asie du Sud-Est. Enfin, les ventes de la région **EMEA** ont reculé de -18,8% en organique, reflétant une consommation toujours contrastée.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

En M€ (avril-septembre 2024)	S1 2024-25	S1 2023-24	Variation publiée	Variation organique ⁵	
				vs. S1 23-24	vs. S1 19-20
Cognac	341,5	416,1	-17,9%	-17,5%	-10,4%
Liqueurs & Spiritueux	181,7	206,7	-12,1%	-12,0%	+38,0%
S/total Marques Groupe	523,2	622,7	-16,0%	-15,7%	+2,0%
Marques Partenaires	10,5	14,0	-24,7%	-25,0%	-18,3%
Total	533,7	636,7	-16,2%	-15,9%	+1,5%

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 Ventes des grossistes vers les détaillants

³ Asie-Pacifique

⁴ Europe, Moyen-Orient et Afrique

⁵ A taux de change constant (taux 2023-24)

Cognac

Le chiffre d'affaires de la division **Cognac** a reculé de -20,7% en organique au 2^{ème} trimestre.

En **APAC**, la **Chine** enregistre un recul limité de ses ventes malgré une base de comparaison élevée (trois années consécutives de croissance significative) et un environnement de marché complexe. Si le Groupe a bénéficié de la progression des ventes de Rémy Martin CLUB, la performance globale a été pénalisée par le ralentissement du segment haut de gamme. Le e-commerce a continué de se démarquer par sa résilience et a enregistré une croissance de plus de +10%. En parallèle, le chiffre d'affaires de l'**Asie du Sud Est** a affiché une forte baisse, pénalisée par l'intense activité promotionnelle du marché.

En **Amériques** et plus particulièrement aux **Etats-Unis**, les ventes restent pénalisées par la poursuite des ajustements de stocks, dans un marché affecté par la normalisation de la consommation et des taux d'intérêt élevés et, confronté à une forte activité promotionnelle. Si les *depletions* soulignent une amélioration séquentielle au 2^{ème} trimestre par rapport au 1^{er} trimestre, celles-ci demeurent encore très en-dessous des attentes.

La région **EMEA** a enregistré un recul marqué de ses ventes affectée par un marché très promotionnel en Europe et des effets de déstockages en **Afrique** (notamment liés à un changement de distribution au Nigéria).

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a reculé de -4,9% en organique au 2^{ème} trimestre, soulignant toutefois une amélioration séquentielle par rapport au 1^{er} trimestre.

En **Amériques**, notamment aux **Etats-Unis**, les ventes sont en baisse et soulignent une décorrélation par rapport à la résilience des *depletions*, dans un contexte marqué par la volonté des grossistes d'optimiser leurs stocks globaux.

La région **EMEA** a enregistré une légère croissance de ses ventes grâce aux nombreuses activations réalisées cet été autour des marques *Cointreau* et *Metaxa*. L'Allemagne, la France, la Grèce et l'Espagne ont surperformé.

Enfin, la région **APAC** a enregistré une baisse de son chiffre d'affaires, affectée par la faiblesse de la consommation en **Asie du Sud Est** et la persistance des ajustements de stocks de la catégorie whisky en **Chine**. A l'inverse, le Japon a continué de bénéficier de la forte croissance de *Bruichladdich* et de *Cointreau*.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -25,4% en organique au 2^{ème} trimestre.

Perspectives

Le manque de visibilité persistant relatif au calendrier de reprise aux Etats-Unis, associé à la détérioration des conditions de marché en Chine conduisent Rémy Cointreau à mettre à jour ses hypothèses en 2024-25 :

- **Amériques** : pas de reprise de la croissance avant le quatrième trimestre 2024-25, au plus tôt
- **APAC** : détérioration séquentielle des ventes au second semestre par rapport au premier semestre
- **EMEA** : poursuite d'une consommation en demi-teinte au second semestre

Dans cet environnement économique dégradé, Rémy Cointreau demeure déterminé à protéger, autant que possible, sa marge opérationnelle courante (en organique), grâce à la poursuite d'un contrôle strict de ses coûts et à la mise en œuvre d'un nouveau plan de réduction des coûts de plus de 50 millions d'euros.

En conséquence, Rémy Cointreau ajuste ses objectifs annuels 2024-25 comme suit :

- **Chiffre d'affaires** : nouvelle année de baisse organique à deux chiffres (contre une « reprise graduelle au cours de l'année » précédemment)
- **Marge opérationnelle courante** : dégradation organique, partiellement compensée par un plan de réduction des coûts de plus de 50 M€ (contre « protection de la rentabilité » précédemment)

Rémy Cointreau prévoit pour l'année des effets liés aux taux de change :

- Sur le **Chiffre d'affaires** : compris entre -5M€ et -10M€ (essentiellement au 2nd semestre)
- Sur le **ROC** : compris entre +3M€ et +7M€ (essentiellement au 1^{er} semestre)

Par ailleurs, le Groupe a pris acte de la décision provisoire du Mofcom d'appliquer des droits de douane additionnels à hauteur de 38,1% sur les importations de cognac en Chine, à partir du 11 octobre 2024. Si ces droits provisoires étaient confirmés, l'impact serait marginal pour l'exercice 2024-25 et le Groupe activerait son plan d'actions pour en atténuer les effets à partir de 2025-26.

L'année 2024-25 s'inscrit comme une année de transition qui permettra notamment de finaliser l'ajustement des stocks de la région Amériques et de reprendre, à partir de 2025-26, la trajectoire fixée à l'horizon 2029-30 :

- une croissance moyenne annuelle du chiffre d'affaires de « high single-digit » en organique
- une amélioration organique progressive de la marge opérationnelle courante

Le Groupe réitère ses objectifs financiers pour 2029-30 : une Marge Brute de 72% et une Marge Opérationnelle Courante de 33% (sur la base des taux de change et du périmètre 2019-20).

Contacts

Relations investisseurs : Célia d'Everlange / investor-relations@remy-cointreau.com

Relations média : Mélissa Lévine / press@remy-cointreau.com

A propos de Rémy Cointreau

Il existe, à travers le monde, des clients à la recherche d'expériences exceptionnelles, des clients pour qui la diversité des terroirs rime avec la variété des saveurs. Leur exigence est à la mesure de nos savoir-faire, ces savoir-faire dont nous assurons la transmission, de génération en génération. Le temps que ces clients consacrent à la dégustation de nos produits est un hommage à tous ceux qui se sont mobilisés pour les élaborer. C'est pour ces Femmes et ces Hommes que Rémy Cointreau, Groupe familial français, protège ses terroirs, cultive l'exception de spiritueux multi-centenaires et s'engage à en préserver leur éternelle modernité. Le portefeuille du Groupe compte 14 marques singulières, parmi lesquelles les cognacs Rémy Martin & LOUIS XIII et la liqueur Cointreau. Rémy Cointreau n'a qu'une ambition : devenir le leader mondial des spiritueux d'exception, et s'appuie pour cela sur l'engagement et la créativité de ses 1943 collaborateurs et sur ses filiales de distribution implantées dans les marchés stratégiques du Groupe. Rémy Cointreau est coté sur Euronext Paris.

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue ce jour par Luca Marotta, Directeur Financier à partir de 9h00 (heure de Paris). Le support de présentation sera également disponible sur le site internet (www.remy-cointreau.com), à la section Finance.

Annexes

Chiffre d'affaires du T1 2024-25 (avril-juin 2024)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 24-25 A	Devises 24-25	Périmètre 24-25	Organique 24-25 B	Publié 23-24 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	135,5	-0,6	-	136,1	155,1	-12,6%	-12,2%
Liqueurs & Spiritueux	75,8	0,3	-	75,6	95,0	-20,1%	-20,4%
S/Total Marques Groupe	211,3	-0,4	-	211,7	250,0	-15,5%	-15,3%
Marques Partenaires	5,7	0,0	-	5,7	7,5	-24,3%	-24,6%
Total	217,0	-0,4	-	217,4	257,5	-15,7%	-15,6%

Chiffre d'affaires du T2 2024-25 (juillet-septembre 2024)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 24-25 A	Devises 24-25	Périmètre 24-25	Organique 24-25 B	Publié 23-24 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	206,0	-0,9	-	206,9	261,0	-21,1%	-20,7%
Liqueurs & Spiritueux	105,9	-0,4	-	106,3	111,7	-5,2%	-4,9%
S/Total Marques Groupe	311,9	-1,3	-	313,2	372,7	-16,3%	-16,0%
Marques Partenaires	4,8	0,0	-	4,8	6,4	-25,2%	-25,4%
Total	316,7	-1,3	-	318,0	379,2	-16,5%	-16,1%

Chiffre d'affaires du S1 2024-25 (avril-septembre 2024)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 24-25 A	Devises 24-25	Périmètre 24-25	Organique 24-25 B	Publié 23-24 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	341,5	-1,6	-	343,0	416,1	-17,9%	-17,5%
Liqueurs & Spiritueux	181,7	-0,1	-	181,8	206,7	-12,1%	-12,0%
S/Total Marques Groupe	523,2	-1,7	-	524,9	622,7	-16,0%	-15,7%
Marques Partenaires	10,5	0,0	-	10,5	14,0	-24,7%	-25,0%
Total	533,7	-1,6	-	535,3	636,7	-16,2%	-15,9%

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

Définitions des indicateurs alternatifs de performance

Le processus de gestion de Rémy Cointreau repose sur des indicateurs alternatifs de performance 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.