

Chiffre d'affaires en croissance de +5,7%<sup>1</sup>

Objectif ROC organique 2025-26 relevé :

mise à jour des impacts relatifs aux droits de douane en Chine et aux Etats-Unis

- **Cognac : +1,3% en organique**
  - Très forte croissance des ventes aux Etats-Unis soutenue par une base de comparaison très favorable
  - Recul limité des ventes en Chine : conditions de marché difficiles et non-accessibilité du *duty free* chinois ; ventes en légère progression hors *duty free*
- **Liqueurs & Spiritueux : +17,3% en organique**
  - Forte croissance des ventes aux Etats-Unis, soutenue par *Cointreau* et *The Botanist*
  - Reprise de la croissance en EMEA<sup>2</sup> portée par *Cointreau*, *Metaxa* et *Mount Gay*
- **Objectif ROC organique 2025-26 relevé :**
  - Retour à la croissance organique du chiffre d'affaires : *mid-single-digit* (inchangé)
  - ROC organique : recul de *mid-to-high-single-digit* (contre baisse de *mid-to-high-teens* précédemment)

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 220,8 millions d'euros au premier trimestre 2025-26, en progression de +5,7% en organique. En données publiées, le chiffre d'affaires a augmenté de +1,8%, affecté par un effet défavorable des devises de -4,0%, principalement lié à l'évolution du dollar et du renminbi.

La région Amériques a enregistré une forte croissance à deux chiffres de ses ventes, portée par une base de comparaison très favorable. Les ventes de la région APAC affichent, comme anticipé, un léger recul, pénalisées par des conditions de marché complexes en Chine et par la non-accessibilité du *duty free* chinois. Enfin, la région EMEA enregistre une baisse des ventes, reflétant principalement la forte pression concurrentielle et une demande atone pour la division Cognac. A l'inverse, les Liqueurs & Spiritueux ont bénéficié d'un bon momentum en amont de la période estivale.

#### Répartition du chiffre d'affaires par division

En M€ (avril-juin 2025)	T1 2025-26	T1 2024-25	Variation publiée	Variation organique	
				vs. T1 2024-25	vs. T1 2019-20 <sup>3</sup>
Cognac	131,3	135,5	-3,1%	+1,3%	-16,4%
Liqueurs & Spiritueux	86,2	75,8	+13,6%	+17,3%	+58,4%
S/total Marques Groupe	217,5	211,3	+2,9%	+7,0%	+2,6%
Marques Partenaires	3,3	5,7	-41,6%	-41,7%	-49,2%
Total	220,8	217,0	+1,8%	+5,7%	+1,1%

<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> Europe, Moyen-Orient et Afrique

<sup>3</sup> A taux de change constant (taux 2024-25)

## Cognac

---

Le chiffre d'affaires de la division Cognac a progressé de +1,3% en organique au premier trimestre.

Comme attendu, cette performance reflète principalement la forte progression des ventes de la région **Amériques** et plus particulièrement celle des Etats-Unis. Les ventes ont bénéficié d'une base de comparaison très favorable.

A contrario, la région **APAC** enregistre un léger recul des ventes, affectée par des conditions de marché difficiles en Chine (notamment sur le segment haut de gamme) et par la non-accessibilité du *duty free* chinois. Cette performance souligne, toutefois, une relative bonne résilience (ventes en légère progression hors *duty free*) grâce à la surperformance de Rémy Martin CLUB et la bonne dynamique du e-commerce, dans le sillage des nombreuses activations réalisées lors du Festival 6/18.

Enfin, la région **EMEA** a affiché un recul marqué de ses ventes toujours pénalisée par une forte intensité promotionnelle et par la prudence des consommateurs dans un contexte économique volatil.

## Liqueurs & Spiritueux

---

Le chiffre d'affaires de la division Liqueurs & Spiritueux a progressé de +17,3% en organique au premier trimestre.

La région **Amériques**, notamment les **Etats-Unis**, a généré une progression significative des ventes, soutenue par une base de comparaison très favorable et la surperformance de *Cointreau* et *The Botanist*. Au cours du trimestre, *Cointreau* a dévoilé sa nouvelle campagne satirique *Any Tequila*, incarnée par Aubrey Plaza et centrée sur la Margarita, premier cocktail aux Etats-Unis. En parallèle, *The Botanist* a déployé sa nouvelle campagne mondiale *All we need is now*, qui intègre par ailleurs une évolution notable de son identité de marque.

Les ventes de la région **EMEA** ont bénéficié d'un bon momentum soutenues par *Cointreau*, *Metaxa* et *Mount Gay*. Au cours du trimestre, *Metaxa* a lancé ses deux premières gammes de *Ready to drink* en canette. Ce lancement s'est accompagné d'une nouvelle campagne marketing intitulée *Get your cocktails ON*. En parallèle, *Telmont* a complété sa gamme de vins biologiques avec la création de la cuvée *Réserve de la Terre – Rosé*, élaborée exclusivement à partir de raisins issus de l'agriculture biologique, une étape supplémentaire dans la conversion totale de la marque vers une viticulture biologique et régénérative.

Enfin, la région **APAC** a enregistré une forte croissance du chiffre d'affaires grâce à l'excellente performance de la **Chine et du reste de l'Asie** (*Cointreau* et *Bruichladdich*).

## Marques Partenaires

---

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -41,7% en organique au premier trimestre.

## Objectif ROC organique 2025-26 relevé

---

Pour l'année 2025-26, Rémy Cointreau anticipe un **retour à la croissance organique du chiffre d'affaires (*mid-single-digit*)**, principalement portée par un fort rebond « technique » des ventes aux Etats-Unis.

En raison des effets de phasage attendus pour les régions APAC (principalement en Chine) et Amériques (Etats-Unis), le Groupe prévoit un retour à la croissance organique au second semestre.

Par ailleurs, Rémy Cointreau a mis à jour ses hypothèses d'augmentation potentielle des tarifs douaniers à la suite de la signature d'un accord sur les engagements de prix minimum avec les autorités chinoises et des dernières déclarations du Président américain.

Le Groupe anticipe désormais un **impact maximal net total de 45 millions d'euros<sup>4</sup>** (contre 65 millions d'euros précédemment) dont :

- 10 millions d'euros en Chine (contre 40 millions d'euros précédemment)
- 35 millions d'euros aux Etats-Unis (contre 25 millions d'euros précédemment)

Les nouveaux impacts estimés des tarifs douaniers sont moins importants qu'anticipé, le Groupe a donc décidé de réallouer une partie à ses investissements, notamment en Chine.

En tenant compte de ces nouvelles hypothèses, le Groupe prévoit **une baisse organique du ROC d'environ *mid-to-high-single-digit*** (contre une baisse d'environ *mid-to-high-teens* précédemment).

Dans un environnement particulièrement volatil et sur la base de ses estimations à date, le Groupe prévoit pour l'année un **effet défavorable de ses devises** :

- Sur le chiffre d'affaires : entre -50M€ et -60M€ (contre -30M€ et -35M€ précédemment)
- Sur le Résultat Opérationnel Courant : entre -15M€ et -20M€ (contre -10M€ et -15M€ précédemment)

---

<sup>4</sup> Ces estimations sont calculées sur la base des hypothèses suivantes :

- Une augmentation du prix minimum d'importation en Chine telle que définie par l'accord signé avec le MOFCOM
- Des droits de douane sur les importations des Etats-Unis à hauteur de 30% en provenance de l'Union Européenne (contre 20% précédemment) et de 10% depuis le Royaume-Uni et la Barbade (NB : le Groupe a intégré 10% de droits de douane sur l'ensemble des importations des Etats-Unis pour la période avril-juillet 2025)

## RC Ventures prend une participation minoritaire dans JNPR, pionnier français des spiritueux sans alcool

---

Rémy Cointreau Corporate Ventures, fonds de Corporate venture créé par Rémy Cointreau en 2024, annonce avoir pris une participation minoritaire au capital de JNPR, marque française innovante spécialisée dans les spiritueux sans alcool.

Cette prise de participation s'inscrit dans la stratégie de Rémy Cointreau visant à anticiper et tester l'évolution des nouveaux modes de consommation, comme la montée en puissance des alternatives sans alcool, en forte croissance en France et à l'international.

Fondée en 2020 par Valérie de Sutter, JNPR s'est rapidement imposée comme une référence grâce à une gamme étendue de spiritueux sans alcool et notamment la collection JNPR, avec des recettes issues de la distillation, sans aucun sucre, élaborées en France à partir d'ingrédients de haute qualité, en particulier la baie de genièvre "Juniper Berry", l'ingrédient caractéristique du Gin et des produits de cette collection.

Cet investissement permettra à JNPR d'accélérer son développement en France et sur plusieurs marchés internationaux. Dans le cadre de cet accord, Rémy Cointreau Corporate ventures apportera à JNPR son expertise opérationnelle en matière de distribution et de marketing, tout en respectant l'indépendance créative et entrepreneuriale de la fondatrice et de ses équipes.

Ce rapprochement repose également sur des valeurs partagées d'innovation, de qualité, de respect de l'environnement et d'engagement en faveur d'une consommation responsable.

La finalisation de la transaction est intervenue le 24 juillet 2025.

## Contacts

---

**Relations investisseurs :** Célia d'Everlange / [investor-relations@remy-cointreau.com](mailto:investor-relations@remy-cointreau.com)

**Relations média :** Mélissa Lévine / [press@remy-cointreau.com](mailto: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 1 856 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](http://www.remy-cointreau.com)), à la section Finance.

---

## Annexes

### *Chiffre d'affaires du T1 2025-26 (avril-juin 2025)*

<i>En millions d'euros</i>	Publié 25-26 A	Devises 25-26	Périmètre 25-26	Organique 25-26 B	Publié 24-25 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	131,3	-5,9	-	137,2	135,5	-3,1%	+1,3%
Liqueurs & Spiritueux	86,2	-2,7	-	88,9	75,8	+13,6%	+17,3%
<b>S/Total Marques Groupe</b>	<b>217,5</b>	<b>-8,7</b>	<b>-</b>	<b>226,1</b>	<b>211,3</b>	<b>+2,9%</b>	<b>+7,0%</b>
Marques Partenaires	3,3	-	-	3,3	5,7	-41,6%	-41,7%
<b>Total</b>	<b>220,8</b>	<b>-8,7</b>	<b>-</b>	<b>229,5</b>	<b>217,0</b>	<b>+1,8%</b>	<b>+5,7%</b>

*L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site [www.remy-cointreau.com](http://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.