



RÉMY COINTREAU

20 Juillet 2006

Exercice 2006-2007
Chiffre d'affaires du premier trimestre
(avril-juin 2006)

Rémy Cointreau a réalisé, au premier trimestre 2006/07, un chiffre d'affaires de 149,3 millions d'euros, en progression organique de 2,5 %. Le périmètre du groupe exclut désormais l'activité de distribution de la filiale Bols Hungary, cédée à CEDC le 12 juillet dernier. La croissance publiée de l'ensemble des activités est de + 3,8 %.

Evolution des activités :

(millions €)	3 mois au 30/06/06	3 mois au 30/06/05**	Variation Publiée	% organique *
Cognac	64,7	61,1	+ 5,9	+ 4,2
Liqueurs & Spiritueux	44,6	42,5	+ 4,9	+ 3,8
Champagne	19,5	17,0	+ 14,7	+ 15,2
Marques partenaires	20,5	23,3	- 12,0	- 13,3
Total	149,3	143,9	+ 3,8	+ 2,5

* à structure et taux de change comparables

** les chiffres d'affaires "nouveau périmètre" pour chaque trimestre de l'exercice précédent figurent en annexe du communiqué

Cognac – Rémy Martin enregistre une bonne croissance de ses ventes par rapport au premier trimestre de 2005/06 qui était en forte progression. L'excellent développement des qualités supérieures Fine Champagne en Asie (Chine) et en Europe (Russie), confirment le potentiel élevé de ces catégories sur ces marchés.

Liqueurs & Spiritueux – Les ventes de l'activité ont progressé dans toutes les zones géographiques, avec une dynamique accélérée aux Etats-Unis pour Cointreau, et en Europe pour Passoa et St Rémy.

Champagnes – Remarquable progression de Piper-Heidsieck et de Charles Heidsieck, qui contribue principalement à la hausse de 15% par rapport au premier trimestre 2005/06. La performance de Piper-Heidsieck en Asie, notamment au Japon, est excellente.

Marques partenaires – La croissance des scotch whiskies aux Etats-Unis s'est ralentie alors que les vins californiens (Merryvale) progressent fortement. La baisse de l'activité au premier trimestre s'explique essentiellement par la reprise par Maxxium, en octobre dernier, de contrats de distribution sur le marché hors taxe en Allemagne, auparavant gérés par la filiale du groupe.

Ces performances de début d'exercice s'inscrivent dans la droite ligne de la stratégie de valeur de Rémy Cointreau et de l'objectif d'une nouvelle croissance organique à deux chiffres de son résultat opérationnel pour 2006/07.

Contacts :

Analystes: Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse: Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15

Annexe

Exercice 2005-2006 Chiffre d'affaires pro-forma au 31 mars 2006 par trimestre

(en millions d'euros)

1^{er} Trimestre	Cognac	61.1
	Liqueurs et Spiritueux	42.5
	Champagnes	17.0
	Marques partenaires	23.3
	TOTAL	143.9
2^{me} Trimestre	Cognac	90.2
	Liqueurs et Spiritueux	54.8
	Champagnes	31.7
	Marques partenaires	32.7
	TOTAL	209.4
3^{me} Trimestre	Cognac	101.2
	Liqueurs et Spiritueux	63.5
	Champagnes	52.7
	Marques partenaires	38.8
	TOTAL	256.2
4^{me} Trimestre	Cognac	70.0
	Liqueurs et Spiritueux	51.6
	Champagnes	20.8
	Marques partenaires	28.8
	TOTAL	171.2
12 mois	Cognac	322.5
	Liqueurs et Spiritueux	212.4
	Champagnes	122.2
	Marques partenaires	123.5
	TOTAL	780.6