



RÉMY COINTREAU

21 Juillet 2011

Exercice 2011-2012
Forte croissance des ventes au premier trimestre
(avril-juin 2011)

Rémy Cointreau réalise au premier trimestre un chiffre d'affaires de 198,6 millions d'euros. La croissance organique s'établit à 22,5% par rapport à la même période de l'année précédente, déjà en forte progression.

Les performances sont bonnes dans toutes les régions du monde. L'Asie, les Etats-Unis et l'Europe montrent des progressions à deux chiffres. La croissance soutenue des activités témoigne de l'efficacité du réseau de distribution et de la pertinence des investissements marketing importants. Le Groupe profite aussi d'un changement d'attitude plus positif de distributeurs sur certains marchés. Il est à noter que le 1^{er} trimestre est traditionnellement peu significatif. Rémy Cointreau a renforcé sa présence au Japon en ouvrant une filiale de distribution, opérationnelle depuis avril 2011.

Répartition par activité

(millions €)	3 mois	3 mois	Variation %	
	30 juin 2011	30 juin 2010	publiée	organique*
Cognac	112,0	90,9	23,2	31,8
Liqueurs & Spiritueux	44,5	42,1	5,7	7,8
S/total Marques groupe	156,5	133,0	17,6	24,2
Marques partenaires**	42,1	37,9	11,3	16,6
Total	198,6	170,9	16,2	22,5

* à taux de change comparables

** après reclassement de l'activité Champagne

Cognac – l'activité cognac a enregistré une croissance organique de + 31,8% de ses ventes au premier trimestre. Le cognac Rémy Martin confirme un vrai dynamisme commercial avec des volumes en hausse et une belle dynamique des prix accompagnée d'un effet de montée en gamme. Dans toutes les régions, les qualités supérieures ont enregistré les plus fortes croissances.

Liqueurs & Spiritueux – L'ensemble de l'activité est en croissance. Cointreau, Mount Gay Rum et St Rémy affichent de belles progressions, notamment aux Etats-Unis et en Europe. Metaxa, sur un comparatif faible, reprend en Europe le chemin de la stabilité, après deux années de baisse de son chiffre d'affaires.

Marques partenaires – La progression de + 16,6% en organique du chiffre d'affaires des Marques Partenaires provient du bon développement des ventes, principalement des scotch whiskies aux Etats-Unis.

Le 31 mai 2011, le Groupe a annoncé un accord sur la cession de l'intégralité des titres de la société Piper-Heidsieck - Compagnie Champenoise au groupe EPI. La réalisation est intervenue le 8 juillet dernier. Rémy Cointreau conserve la distribution mondiale des marques Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck ainsi que de Piper Sonoma aux Etats-Unis. A ce titre, le chiffre d'affaires des marques du Champagne est classé en Marques Partenaires.

Dans un 1^{er} trimestre de faible importance pour le marché du Champagne, ces marques réalisent de belles progressions aux Etats-Unis et en Asie, mais montrent des résultats plus contrastés en Europe.

L'assemblée générale du 26 juillet 2011 proposera un dividende de 1.30€ par action et un dividende exceptionnel de 1 €. Le paiement en numéraire sera effectué le 3 octobre 2011.

L'évolution des parités euro/dollar, comme en témoigne l'effet de change négatif de -6,3%, est défavorable sur ce trimestre.

Si l'amélioration des marchés est sensible, l'environnement économique global reste toujours instable. La performance de ce début d'exercice s'inscrit donc dans la droite ligne de la stratégie de valeur à long terme de Rémy Cointreau. Le groupe dispose, avec ses marques haut de gamme et son réseau de distribution, de tous les moyens d'assurer une croissance régulière et rentable.

Contacts :

Analystes: Frédéric Pflanz – 01 44 13 44 34

Presse: Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15