



RÉMY COINTREAU

Paris, le 20 juillet 2016

Exercice 2016-17
Chiffre d'affaires du premier trimestre
(avril 2016 – juin 2016)

Un début d'année conforme aux prévisions
Objectifs 2016-17 confirmés

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 218,6 millions d'euros au cours du 1^{er} trimestre de l'exercice 2016-17, stable en organique^(*), et en repli de 2,1% en données publiées.

La tendance de ce début d'année est conforme à nos attentes et constitue une bonne performance après un 4^e trimestre 2015-16 en croissance de +10%^(*). La volatilité trimestrielle de nos ventes masque ainsi une nouvelle amélioration de la demande finale de nos produits, tant en volume, qu'en valeur, au cours des derniers mois.

Au plan géographique, la zone Amériques réalise, à nouveau, un très bon 1^{er} trimestre, porté par le cognac, et la zone Europe, Middle East & Africa (EMEA) progresse grâce à ses marchés émergents. L'Asie Pacifique continue d'observer une accélération de ses écoulements (surtout en valeur), mais enregistre, comme attendu, un repli ponctuel de ses ventes au 1^{er} trimestre.

Il est à noter que la contribution du premier trimestre à l'activité annuelle est traditionnellement peu significative.

Répartition des ventes par division:

(€ millions)	3 mois au 30/06/16	3 mois au 30/06/15	Variation	
			Publiée	Organique (*)
Rémy Martin	130,0	134,3	-3,2%	-0,5%
Liqueurs & Spiritueux	58,1	59,8	-2,8%	-0,8%
S/total marques Groupe	188,1	194,1	-3,1%	-0,6%
Marques Partenaires	30,5	29,2	+4,5%	+4,3%
Total	218,6	223,3	-2,1%	+0,0%

(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

Rémy Martin

La variation^(*) des ventes de cognac sur ce 1^{er} trimestre reflète l'excellente performance de la zone Amériques d'une part, et un repli ponctuel des zones EMEA et Asie Pacifique, d'autre part.

La demande finale de nos marques de cognac reste soutenue et montre même une accélération de nos qualités très haut-de-gamme, portée par une hausse tangible des investissements en communication.

Ainsi, les initiatives marketing se sont poursuivies sur la période, avec les éditions limitées *Carte Blanche* à *Baptiste Loiseau* et *XO Cannes 2016* de Rémy Martin, ainsi que *l'Odyssée d'un Roi* de Louis XIII.

Liqueurs & Spiritueux

La bonne dynamique de Metaxa et des Spiritueux d'Islay ont quasiment compensé le recul des autres marques de la division, sur ce début d'exercice.

Le léger repli des ventes de **Cointreau** s'explique principalement par le calendrier de Pâques et une anticipation des commandes en amont de hausses de prix au 1^{er} trimestre.

Metaxa conforte son retour à la croissance sur ce début d'exercice, portée par ses principaux marchés (Allemagne, Pologne et Russie) et de belles initiatives marketing, *Metaxa Honey Shot* et *Angel's Treasure*.

Les ventes de **Mount Gay** sont en repli, suite à de nouvelles hausses de prix sur les qualités d'entrée-de-gamme aux Etats-Unis. *Black Barrel* et *XO* poursuivent leur développement international avec succès.

Les Spiritueux d'Islay (Bruichladdich/Port Charlotte/Octomore/The Botanist) maintiennent leur forte croissance sur ce début d'exercice, aidés par de nouveaux référencements dans leurs marchés cibles (Travel Retail, Etats-Unis, France, Royaume Uni) et une stratégie d'expansion dans de nouveaux marchés (Autriche, Australie, Afrique).

La bonne performance de **St-Rémy XO** est masquée par le repli des qualités d'entrée-de-gamme au Nigéria sur ce trimestre, et **Passoa** a retrouvé une vraie croissance de ses ventes consommateurs en France et au Royaume Uni, au cours des derniers mois.

Marques Partenaires

Sur ce 1^{er} trimestre, la bonne performance des marques partenaires en zone EMEA a permis de compenser le recul des ventes de champagne lié à l'évolution des contrats de distribution.

Perspectives 2016-17

Au terme de ce 1^{er} trimestre — totalement conforme aux prévisions du groupe — Rémy Cointreau confirme son objectif d'une croissance de son résultat opérationnel courant sur l'exercice 2016-17, à devises et périmètre constants.

Contact: Laetitia Delaye — 01 44 13 45 25