



RÉMY COINTREAU

Lettre aux actionnaires
Janvier 2016

Résultats du premier semestre 2015

Des performances semestrielles conformes aux objectifs annuels

À fin septembre 2015, le chiffre d'affaires consolidé du groupe atteint 500,7 M€, en croissance publiée de 6,1%, mais en repli organique de 5,9%. Cette tendance s'explique essentiellement par des effets techniques ayant pesé sur les expéditions, notamment dans le cadre de la mise en place du plan stratégique 2019-20 du groupe.

Le groupe affiche un **résultat opérationnel courant (ROC) de 107,0 M€, en croissance publiée de 4,7%**, aidée par des effets de change positifs sur la période. En organique, le recul de 7,3% du ROC s'explique principalement par l'impact de la baisse largement technique des volumes, et du mix défavorable. L'évolution de la structure des investissements publi-promotionnels et le contrôle strict des frais administratifs ont néanmoins permis une quasi-stabilité de la marge opérationnelle courante à 21,4%. **Hors éléments non-récurrents, le résultat net part du groupe est en croissance publiée de 7,1% à 68,6 M€, et la marge nette progresse de 10bps à 13,7%.**



Un « slash » doré éclatant, inspiré par la lance du Centaure, propulse le célèbre emblème de la Maison dans le futur. Cette nouvelle interprétation graphique représente le Centaure comme un symbole de force, de courage, de talent et d'innovation, telles les multiples facettes de la Maison Rémy Martin.

107,0
millions d'euros de résultat
opérationnel courant

Sommaire

Résultats du premier semestre	1
Chiffres clés et Résultat opérationnel courant	2
Marques	3
Résultats consolidés	4
Événements financiers, Perspectives et Performances boursières	5
Calendrier et Contacts actionnaires	6

Chiffres clés

en millions d'euros	au 30 sept. 2015 Publié	au 30 sept. 2014 Publié	Variation Publiée	Variation Organique ^(a)
Chiffre d'affaires	500,7	471,8	6,1%	(5,9%)
Résultat opérationnel courant	107,0	102,1	4,7%	(7,3%)
Marge opérationnelle courante	21,4%	21,6%	-	-
Résultat net part du groupe	66,3	62,7	5,7%	(9,8%)
Marge nette part du groupe	13,2%	13,3%		
Résultat net hors éléments non récurrents	68,6	64,0	7,1%	(8,0%)
Marge nette hors éléments non récurrents	13,7%	13,6%	-	-
BPA part du groupe	1,37	1,30	5,4%	-
BPA hors éléments non récurrents	1,41	1,33	6,8%	-
Ratio Dette nette /EBITDA	2,53	3,14	-	-

Résultat opérationnel courant par division

en millions d'euros	au 30 sept. 2015 Publié	au 30 sept. 2014 Publié	Variation Publiée	Variation Organique ^(a)
Rémy Martin	85,9	78,0	+10,1%	(5,8%)
Marge %	27,4%	28,2%		
Liqueurs & Spiritueux	24,1	25,9	(7,1%)	(4,8%)
Marge %	18,5%	19,8%		
S/total marques du Groupe	109,9	103,9	+5,8%	(5,5%)
Marge %	24,8%	25,5%		
Marques partenaires	3,3	3,8	(12,7%)	(26,4%)
Marge %	5,8%	6,0%		
Frais holding	(6,3)	(5,6)	+12,8%	12,6%
Total	107,0	102,1	+4,7%	(7,3%)
Marge %	21,4%	21,6%		

(a) Variation organique : à périmètre et taux de change constants.

NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION RÉMY MARTIN : UNE VIE / VIVEZ-LES

Depuis près de 300 ans, l'assemblage des cognacs de Fine Champagne et la passion pour la révélation de talents est un héritage enraciné dans l'ADN de Rémy Martin: ceux de la nature, mais aussi ceux des viticulteurs et des maîtres de Chai à l'origine de ses cognacs. En octobre 2015, Rémy Martin a ainsi dévoilé une nouvelle plateforme de communication qui vise à mettre en lumière les talents

multiples, en s'appuyant sur le mode de vie « slash » de la génération Y : élargir le champ des possibles et cumuler travail/ loisirs/ passions/ talents. Le « slash » est devenu le symbole des opportunités, que la vie nous réserve et des talents que nous cherchons à développer. « Vous n'avez qu'une seule vie / Vivez-les » est ainsi le nouvel adage de la Maison.

Rémy Martin

Les ventes de Rémy Martin (-3,1% en organique à 313,1 M€) sont le résultat d'une excellente performance des zones Amériques (soutenue par le succès de **1738 Accord Royal** aux États-Unis) et EMEA (portée par une stratégie d'expansion en Afrique, et une bonne dynamique de consommation en Allemagne et au Royaume-Uni), d'une part. Et d'autre part, d'un recul de l'Asie-Pacifique, où la mise en place du plan stratégique (amélioration du mix-produit et adaptation du réseau de distribution en Chine) et la prudence des grossistes chinois ont pesé sur les expéditions.

Le résultat opérationnel courant atteint **85,9 M€** (en repli organique de 5,8%) et la marge opérationnelle courante ressort à 27,4% contre 28,2% à fin septembre 2014. La baisse modérée de la marge est la conséquence d'un recul des volumes et d'un mix défavorable, lesquels ont été partiellement compensés par une optimisation des investissements publi-promotionnels en Asie-Pacifique.



Rémy Martin Club: Edition Limitée by Christofle
Rémy Martin et la célèbre maison d'orfèvrerie Christofle ont mis leurs savoir-faire en commun pour réaliser 30 éditions limitées de ce flacon Rémy Martin CLUB.

Marques Partenaires

Le repli (-12,6% en organique) du chiffre d'affaires à 57,8 M€ s'explique essentiellement par la fin du contrat de distribution des marques de champagne (Piper Heidsieck et Charles Heidsieck) aux États-Unis.

Le résultat opérationnel courant s'élève à **3,3 M€** (en baisse organique de 26,4%) contre 3,8 M€ à fin septembre 2014.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de 129,9 M€ (en repli organique de 8,3% par rapport à la période précédente) s'explique par une conjonction de facteurs techniques (comparables élevés sur **Cointreau** aux États-Unis, calendrier des fêtes de Pâques, changements de distributeurs dans certains marchés) et macro-économiques (Russie, Grèce). Le repli des ventes de Cointreau masque une excellente dynamique de la demande finale de la marque aux États-Unis et un retour à la croissance en Europe de l'Ouest. **Metaxa** est en décroissance significative sur le semestre, pénalisée par le ralentissement de la consommation en Grèce et en Russie, ainsi que celui des achats de la clientèle russe dans le **Travel Retail**. En revanche, les **Spiritueux d'Islay (Bruichladdich/The Botanist)** ont poursuivi leur croissance à deux chiffres et Mount Gay réalise une très belle performance, portée par le succès des qualités supérieures de la marque (**Black Barrel et XO**) dans ses principaux marchés.

Le résultat opérationnel courant atteint **24,1 M€**, en recul organique de 4,8%, conséquence de la baisse du chiffre d'affaires, et plus spécifiquement des volumes. La marge opérationnelle courante s'établit à 18,5%, en progression organique de 80 points de base, grâce à des gains de productivité sur les matières premières et les investissements publi-promotionnels.

Résultats consolidés

Le résultat opérationnel courant s'élève à 107,0 M€, en croissance publiée de 4,7%, mais en recul de 7,3% en organique.

Le ROC a ainsi bénéficié d'effets de change positifs sur le semestre, qui se sont élevés à 12,3 M€ :

Le cours comptable moyen €/USD sur la période a été de 1,11 contre 1,35 au 30 septembre 2014.

De plus, dans le cadre de sa politique de couverture, le groupe a enregistré un cours moyen d'encaissement de 1,24 contre 1,34 au 30 septembre 2014.

Le résultat opérationnel s'élève à 106,9 M€, après prise en compte de charges opérationnelles non-récurrentes non significatives (0,1 M€) sur le semestre.

Le résultat financier est une charge nette de 15,1 M€, en baisse de 0,3 M€, principalement liée à la réduction de la dette brute sur la période.

La charge d'impôt s'élève à 25,7 M€ soit un taux effectif de 28,0%, quasi-stable par rapport au taux de septembre 2014 (28,2%).

Ainsi, le résultat net part du groupe affiche une hausse de 5,7% en publié, à 66,3 M€.

Hors éléments non récurrents, le résultat net part du groupe ressort à 68,6 M€, en croissance publiée de 7,1% et la marge nette progresse de 10bps à 13,7%.

Hors éléments non récurrents, le résultat net par action s'élève à 1,41€ (+6,8% en publié).

La dette nette s'établit à 455,1 M€ en baisse de 11,5 M€ par rapport à mars 2015. Cette réduction s'explique par une hausse de l'EBITDA sur le semestre et une optimisation de la gestion du besoin en fonds de roulement (notamment des stocks et des créances clients).

Le ratio bancaire « Dette nette/EBITDA » montre une amélioration à 2,53 à fin septembre 2015 (contre 2,64 à fin mars 2015 et 3,14 à fin septembre 2014), en dépit d'une saisonnalité traditionnellement défavorable au 1^{er} semestre.

Cointreau Blood Orange

Cointreau a lancé une nouvelle expression de la liqueur : Cointreau Blood Orange. Fabriquée à partir d'écorces d'oranges sanguines de Corse, cette liqueur est distribuée exclusivement en duty free.





Le 18 novembre 2015, la marque Louis XIII a présenté son projet « 100 Years », un film original écrit par John Malkovich et réalisé par Robert Rodriguez qui imagine le monde dans cent ans. Ce film a été placé dans un coffret, qui s'ouvrira automatiquement dans 100 ans, le temps qu'il faut pour élaborer une carafe de Louis XIII.

Événements financiers récents

Le 29 juillet 2015, l'assemblée générale des actionnaires a approuvé le versement d'un dividende ordinaire de 1,53 € par action au titre de l'exercice 2014-15, avec une option permettant un paiement intégral en actions. Le paiement en actions a été effectué le 24 septembre et le solde (en numéraire) a été payé en octobre 2015.

Le 27 octobre 2015, le groupe Rémy Cointreau a annoncé la cession de la société Izarra - Distillerie de la Côte Basque, à Spirited Brands. Rémy Cointreau et Spirited Brands ont également conclu un accord qui confie à Rémy Cointreau la poursuite de la production et de l'embouteillage de la liqueur Izarra.

Perspectives 2015-16

Au terme de ce premier semestre — conforme aux prévisions du groupe — Rémy Cointreau confirme son objectif d'une croissance de son résultat opérationnel courant sur l'exercice 2015-16, à devises et périmètre constants.

Fort d'un portefeuille de marques singulières et authentiques, Rémy Cointreau a l'ambition de devenir le leader mondial des Spiritueux d'Exception, à terme.

À horizon 2019-20, le groupe s'est ainsi fixé l'objectif de réaliser 60 à 65% de son chiffre d'affaires grâce à ses marques vendues à un prix supérieur à USD50. La pertinence de cette stratégie de valeur de devrait se traduire par le retour à une marge opérationnelle comprise entre 18% et 20% (à devises et périmètres constants) sur la période.

25%
de hausse de l'action
sur cinq ans

Performance Boursière

Le titre Rémy Cointreau affiche une progression de 19% sur un an. Cette performance reflète le retour à la croissance de ses principaux indicateurs financiers, notamment aidés par le renforcement du dollar.

Évolution du cours de l'action Rémy cointreau (en euros)



Calendrier 2016

21 janvier

Publication du chiffre d'affaires 9 mois 2015-16

19 avril

Publication du chiffre d'affaires annuel 2015-16

9 juin

Publication des résultats annuels 2015-16

20 juillet

Publication du chiffre d'affaires
du 1^{er} trimestre 2016-17

26 juillet

Assemblée Générale des actionnaires (à Paris)

18 octobre

Publication du chiffre d'affaires
du 1^{er} semestre 2016-17

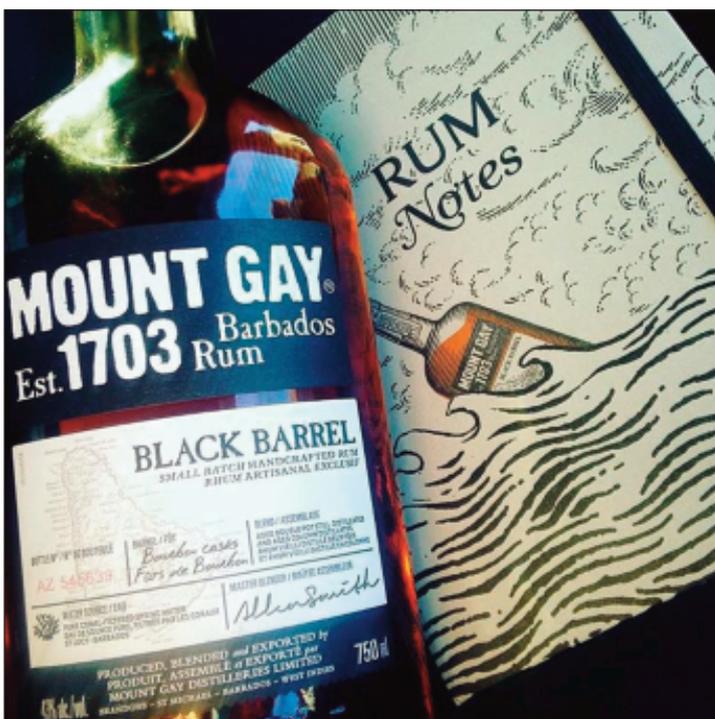
24 novembre

Publication des résultats semestriels 2016-17

Contacts actionnaires

Laetitia Delaye, par téléphone
au 01 44 13 45 25 ou par email
à laetitia.delaye@remy-cointreau.com

L'information réglementée liée à cette
publication est disponible sur le site
www.remy-cointreau.fr



Né en 1703 à la Barbade, Mount Gay est le plus vieux rhum du monde, et est toujours produit selon des méthodes ancestrales.