

# Rémy Cointreau

## Lettre aux actionnaires

Janvier 2015



RÉMY COINTREAU



### Nouvel habillage pour Rémy Martin VSOP

Produit iconique de la maison, Rémy Martin VSOP revêt un nouvel habillage, qui vise à valoriser toujours plus la bouteille. Pas de révolution pour le look satiné noir, qui, depuis 1972, incarne le côté visionnaire et audacieux de la maison, mais un médaillon doré qui met en relief l'emblème du Centaure, l'icône emblématique de la maison Rémy Martin, au cœur de la bouteille.

### Résultats du premier semestre 2014

À fin septembre 2014, le chiffre d'affaires consolidé du groupe atteint 471,8 M€. La tendance des six premiers mois de l'année (-5,6% en organique<sup>(1)</sup>) montre ainsi une amélioration par rapport à l'année fiscale 2013-14 (-10,7%), aidée par la bonne performance des activités Liqueurs & Spiritueux et Marques Partenaires. Le Cognac Rémy Martin reste pénalisé par la mutation des modes de consommation en Chine, alors que le succès de la marque est confirmé dans la plupart de ses autres grands marchés.

Le groupe affiche un résultat opérationnel courant (ROC) de 102,1 M€ et une marge opérationnelle solide à 21,6%. Le repli organique<sup>(1)</sup> de 14,6% du ROC reflète la poursuite des efforts de déstockage en Grande Chine et une hausse des frais commerciaux afin de renforcer le réseau de distribution. Ces éléments ont été partiellement compensés par un bon contrôle des frais de holding et un ciblage des investissements marketing. Le résultat net part du groupe est en retrait de 9,4%, mais enregistre une progression de 5,7% en organique<sup>(1)</sup>. Hors éléments non-récurrents, la marge nette consolide à 13,6%.

(1) La croissance organique est calculée sur la base du pro forma 2013-14 et à devises constantes.

### Sommaire

Résultats du premier semestre /1  
Résultats consolidés /3  
Événements financiers 2014 /4  
Calendrier 2014 /4  
Performances boursières /4  
Perspectives /4

/ 102,1 M€ 21,6%  
de résultat opérationnel courant de marge opérationnelle courante



#### Nouvelles récompenses prestigieuses pour Metaxa

La Maison Metaxa a reçu de nouvelles distinctions au cours de l'été 2014 : Metaxa 12 Étoiles a ainsi décroché une médaille de bronze à l'International Wine & Spirits Competition organisée au Royaume-Uni, tandis qu'Ouzo by Metaxa, l'une des spécialités de la Maison, a été récompensé lors de la San Francisco World Spirits Competition aux États-Unis.

## Résultats du premier semestre 2014

# Rémy Martin

À u premier semestre, le repli des ventes de Rémy Martin (-13,4% à 276,8 M€ d'euros) s'explique principalement par la poursuite du déstockage en Grande Chine, le désengagement stratégique de la catégorie VS (Very Special) aux États-Unis, un environnement macro-économique complexe en Europe de l'Ouest et des effets de base très élevés dans la zone Amériques. Les fondamentaux de la marque restent solides, comme le suggère la bonne dynamique des qualités supérieures de la marque aux États-Unis, en Europe Centrale & de l'Est, en Asie du Sud Est et en Afrique.

Le résultat opérationnel courant atteint 78,0 M€ (en baisse de 27,7%) et la marge opérationnelle courante ressort à 28,2% contre 34,3% à fin septembre 2013 (pro forma). Le recul de la marge, essentiellement pénalisée par les efforts de déstockage en Grande Chine (en particulier sur les qualités supérieures), a été partiellement compensé par un meilleur ciblage des investissements marketing et des effets prix positifs, cohérents avec la stratégie long-terme de la marque.

## Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de 129,5 M€ affiche une progression de 9,1% par rapport à la période précédente, elle-même déjà en croissance de 10,2%. Toutes les régions sont en croissance soutenue.

Cointreau réalise une performance solide, grâce à une bonne dynamique dans ses grands marchés et un phasage favorable des expéditions aux

États-Unis, sur la période. Metaxa poursuit sa croissance à deux chiffres et Bruichladdich enregistre un doublement de ses ventes en rejoignant le réseau Rémy Cointreau. Mount Gay, qui avait bénéficié du lancement de Black Barrel au premier semestre 2013-14, consolide ses ventes, sur ce début d'exercice.

Le résultat opérationnel courant atteint 25,8 M€, en rebond de 44,6%, porté par des effets de mix marques et marchés favorables sur la période. La marge opérationnelle courante s'établit à 19,9%, en progression organique de 540 points de base.

## Marques Partenaires

Le chiffre d'affaires de 65,5 M€ est en progression de 6,8%, soutenu par la bonne performance des marques distribuées par le groupe dans la zone Europe, Middle East & Africa et dans le *Travel Retail*. En publié, le repli des ventes s'explique par la fin du contrat de distribution des marques d'Edrington aux États-Unis, qui avait contribué pour 48,0 M€ au premier semestre 2013-14.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 3,9 M€ (en hausse de 13,5%) contre 4,5 M€ à fin septembre 2013 (dont 0,9 M€ pour les marques d'Edrington aux États-Unis).

### Chiffres clés

en millions d'euros	2014	2013	2013	Variation Publiée	Variation Organique <sup>(2)</sup>
		Publié	Pro forma <sup>(1)</sup>		
Résultat opérationnel courant	102,1	132,7	127,1	(23,1%)	(14,6%)
Marge opérationnelle courante	21,6%	23,8%	24,9%	-	-
Résultat net part du groupe	62,7	69,3	65,9	(9,4%)	+5,7%
Marge nette part du groupe	13,3%	12,4%	12,9%		
Résultat net hors éléments non récurrents	64,0	85,5	82,1	(25,1%)	(13,7%)
Marge nette hors éléments non récurrents	13,6%	15,3%	16,1%	-	-
BPA part du groupe	1,30	1,40	1,33	(7,2%)	-
BPA hors éléments non récurrents	1,33	1,73	1,66	(23,1%)	-
Ratio Dette nette/Ebitda	3,14	1,09	-	-	-

### Résultat opérationnel courant par division

en millions d'euros	2014	2013	2013	Variation Publiée	Variation Organique <sup>(2)</sup>
		Publié	Pro forma <sup>(1)</sup>		
Rémy Martin	78,0	116,1	112,2	(32,8%)	(27,7%)
Marge %	28,2%	35,5%	34,3%		
Liqueurs & Spiritueux	25,8	20,9	20,0	+23,3%	+44,6%
Marge %	19,9%	17,4%	16,6%		
S/total marques du Groupe	103,8	137,0	132,2	(24,2%)	(16,8%)
Marge %	25,5%	30,6%	29,5%		
Marques partenaires	3,9	4,5	3,6	(11,7%)	+13,5%
Marge %	6,0%	4,0%	5,8%		
Frais holding	(5,6)	(8,7)	(8,7)	(35,8%)	(35,9%)
<b>Total</b>	<b>102,1</b>	<b>132,7</b>	<b>127,1</b>	<b>(23,1%)</b>	<b>(14,6%)</b>

(1) Pro forma 2013-14 : hors contribution du contrat de distribution Edrington aux États-Unis (à coût complet).

(2) La croissance organique est calculée sur la base du pro forma 2013-14 et à devises constantes.



#### Bouteille Mount Gay

Dernier né de la gamme des rhums Mount Gay, le Black Barrel offre un nouvel assemblage aux arômes de banane, d'amande douce, de moka et de vanille, vieilli dans des fûts jadis imprégnés de bourbon.

#### L'héritage des maîtres de chai

À 34 ans, Baptiste Loiseau endosse le rôle de Maître de Chai après avoir travaillé pendant sept ans aux côtés de Pierrette Trichet. Il incarne la nouvelle génération à qui il revient de perpétuer le savoir-faire du Maître de Chai, tout en veillant à préserver la qualité exceptionnelle qui fait la réputation des cognacs Rémy Martin.

## Résultats Consolidés

Le résultat opérationnel courant s'élève à 102,1 M€, en baisse organique de 14,6%. En publié (-23,1%), celui-ci intègre aussi la fin du contrat de distribution avec Edrington aux États-Unis (un impact de 5,6 M€ à coût complet) et un effet de change négatif de 6,4 M€. Le cours comptable moyen €/USD sur la période a été de 1,35 contre 1,32 au 30 septembre 2013. De plus, dans le cadre de sa politique de couverture, le groupe a enregistré un cours moyen d'encaissement de 1,34 contre 1,31 au 30 septembre 2013. Le résultat opérationnel s'élève à 102,1 M€ (les produits et charges opérationnels non-récurrents sont nuls sur le semestre).

Le résultat financier est une charge de 15,4 M€, en augmentation de 4,7 M€, principalement liée à des variations sur les instruments de couverture de change. Les frais liés à la dette financière ont, quant à eux, été bien maîtrisés sur le semestre.

La charge d'impôt s'élève à 24,5 M€ soit un taux effectif de 28,2%, en baisse par rapport au taux de septembre 2013 (32,2%).

Le résultat net part du groupe s'inscrit en baisse de 9,4% en publié, à 62,7 M€. Il est néanmoins en progression de 5,7% en organique<sup>(1)</sup>. La marge nette ressort à 13,3%, en progression de 90 points de base en publié et de 160 points de base en organique<sup>(1)</sup>. Hors éléments non récurrents, le résultat net part du groupe ressort à 64,0 M€, en repli de 25,1% en publié et de 13,7% en organique<sup>(1)</sup>. Le résultat net par action (hors éléments non récurrents) de 1,33€ (-23,1% en publié) intègre le bénéfice de l'annulation de 2,4 million d'actions au cours des 12 derniers mois.

La dette nette s'établit à 472,9 M€ en hausse de 59,4 M€ depuis le début de l'exercice. Cette augmentation est principalement liée à la baisse de l'Ebitda et à la saisonnalité du besoin en fonds de roulement. Le ratio bancaire « Dette nette/Ebitda » s'élève à 3,14 à fin septembre 2014 (2,09 à fin mars 2014), en ligne avec la moyenne sectorielle.

(1) La croissance organique est calculée sur la base du pro forma 2013-14 et à devises constantes.







#### La sélection du Maître de Chai

Dans le réseau Duty Free, la Rémy Martin Cellar Master's Selection – Prime Cellar Selection, Cellar N°16 et Reserve Cellar Selection, Cellar N°28 – vont graduellement remplacer Rémy Martin VSOP et XO.

# Évènements financiers 2014

11 avril 2014 : Rémy Cointreau a signé un amendement et une extension de crédit revolving de 255 M€ à un coût moindre et à une maturité prolongée à avril 2019.

30 mai 2014 : Acquisition d'une distillerie à la Barbade pour un montant de 9,5 M\$, qui permettra de renforcer les capacités de production du rhum Mount Gay.

15 septembre 2014 : Global Compact a attribué le niveau « GC Advanced » au groupe Rémy Cointreau, le niveau le plus élevé de ce Pacte Mondial créé par l'ONU (10 principes sur les droits de l'homme, les normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption).

Octobre 2014 : Un dividende de 1,27€ par action a été versé, avec une option en numéraire ou en actions. 75% des actionnaires du groupe ont choisi de souscrire à l'option en actions.

# Calendrier 2015

22 janvier

Publication du chiffre d'affaires 9 mois 2014-15

15 avril

Publication du chiffre d'affaires annuel 2014-2015

17 juin

Publication des résultats annuels 2014-2015

17 juillet

Publication du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2015-16

29 juillet

Assemblée Générale des actionnaires

14 octobre

Publication du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2015-16

26 novembre

Publication des résultats semestriels 2015-2016

## Résultats du premier semestre 2014

Dans un environnement macroéconomique et géopolitique toujours complexe, l'action Rémy Cointreau recule de 9% sur un an. Néanmoins, la performance du titre reste très positive sur la période des 5 dernières années, au cours de laquelle l'action s'est appréciée de 55%.

Le 31 décembre 2014, l'action clôture à 55,36€, avec un cours au plus haut à 69,07€ et, au plus bas, à 51,19€.



+55,5%  
sur cinq ans

# Perspectives

L'environnement macro-économique reste contrasté au niveau mondial. Pour autant, le groupe Rémy Cointreau confirme ses objectifs pour 2014-15 : une croissance organique positive de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant. Ces objectifs s'entendent sur la base des comptes 2013-14 pro forma et à devises constantes.

Rémy Cointreau reste convaincu de la pertinence de sa stratégie de valeur et du positionnement haut de gamme de ses marques, dans un contexte mondial de forte demande pour les spiritueux authentiques et de qualité.

Ainsi, le groupe poursuivra avec détermination ses investissements marketing, ses innovations créatives, ainsi que l'expansion de son réseau de distribution, tout en maintenant une gestion rigoureuse de ses coûts. Tous ces éléments rendent le groupe confiant dans sa capacité à retrouver une croissance profitable et régulière, à terme.

# Contacts actionnaires

Laetitia Delaye, par téléphone au 01 44 13 45 25 ou par email à [laetitia.delaye@remy-cointreau.com](mailto:laetitia.delaye@remy-cointreau.com)

L'information réglementée liée à cette publication est disponible sur le site [www.remy-cointreau.fr](http://www.remy-cointreau.fr)

## Louis XIII Black Pearl

Pour célébrer les 140 ans de la création de la marque LOUIS XIII, la Maison Rémy Martin a proposé une série limitée à 775 carafes, dénommées « LOUIS XIII Black Pearl Anniversary Edition ». Les flacons numérotés proviennent d'un unique tierçon de 572 litres, issu de la réserve de la famille, situé au domaine de Merpins. Ce tierçon en bois de chêne du Limousin, possédant le code C-100-93 et fabriqué à la main il y a une centaine d'années, est le troisième offert par la famille en l'espace d'un siècle.

