



RÉMY COINTREAU

18 janvier 2006

Exercice 2005-2006

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois (avril-décembre 2005)

Bon rythme de croissance

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 678,3 millions euros sur les neuf premiers mois de son exercice, en croissance organique de + 3,9 %. Cette progression ressort à + 4,5 % en données publiées, tenant compte de l'amélioration du dollar.

Avec une accélération des ventes de l'ensemble des activités au troisième trimestre, les Etats-Unis et la Chine poursuivent leur dynamique commerciale.

Evolution par activité :

| <i>(millions €) - IFRS</i> | 9 mois au 31/12/05 | 9 mois au 31/12/04 | Variation publiée % | Variation organique* % |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|------------------------------|
| Cognac | 256,9 | 250,1 | + 2,7 | + 2,1 |
| Liqueurs & Spiritueux | 217,6 | 217,6 | 0,0 | (0,8) |
| Champagne | 101,4 | 98,3 | + 3,2 | + 3,1 |
| Marques Partenaires | 102,4 | 82,8 | + 23,7 | + 23,2 |
| S/Total | 678,3 | 648,8 | + 4,5 | + 3,9 |
| Activités cédées** | 17,7 | 51,5 | - | - |
| Total | 696,0 | 700,3 | - | - |

* à structure et taux de change comparables

** cession des activités polonaises en août 2005

Cognac – Rémy Martin confirme une forte dynamique pour ses cognacs Fine Champagne de qualités supérieures sur ses grands marchés clés, aux Etats-Unis et en Asie, notamment en Chine. Cette évolution s'inscrit pleinement dans la stratégie haut de gamme du groupe.

Liqueurs & Spiritueux – La campagne mondiale "*be cointreauversial*" assure une bonne progression des ventes de Cointreau, particulièrement aux Etats-Unis et au Japon. Poursuite du développement de Saint-Rémy et de Mount Gay Rum en dehors du marché européen qui reste morose.

Champagne – Une bonne performance de Piper-Heidsieck sur ses grands marchés, aux Etats-Unis et en Europe, qui compense la baisse programmée des marques secondaires.

Marques Partenaires – Croissance soutenue aux Etats-Unis des scotch whiskies (The Famous Grouse et The Macallan) ainsi que des vins italiens et californiens.

Poursuivant son recentrage sur ses marques clés, Rémy Cointreau maintient son objectif de croissance organique à deux chiffres du résultat opérationnel courant en 2005-2006.

Contacts :

Analystes : Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse : Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15