



RÉMY COINTREAU

21 juillet 2005

Chiffre d'affaires du premier trimestre (avril-juin 2005)

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 172,6 millions d'euros, stable par rapport à la même période de l'exercice précédent. Hors les activités polonaises, en cours de cession, la croissance organique du groupe est de + 2,1 %.

Le groupe communique pour la première fois son chiffre d'affaires trimestriel en normes IFRS dont les effets comprennent essentiellement la déduction de frais commerciaux du chiffre d'affaires et la segmentation des activités.

Evolution des activités :

(millions €)	3 mois au 30/06/05 IFRS	3 mois au 30/06/04 IFRS	Variation Organique *
Cognac	62,1	59,9	+ 7,7 %
Liqueurs & Spiritueux	57,9	62,6	- 6,3 %
Champagne	17,0	16,6	+ 3,1 %
Marques partenaires	24,6	23,1	+ 10,1 %
S/total	161,6	162,2	+ 2,1 %
Cession en cours	11,0	13,0	(26,2) %
Total	172,6	175,2	0,0

* à structure et taux de change comparables

Cognac – Rémy Martin poursuit sa solide croissance organique par rapport au premier trimestre de 2004 qui était en forte progression. L'excellent développement des qualités supérieures aux Etats-Unis et en Asie, notamment en Chine, sous-tend la dynamique de l'activité.

Liqueurs & Spiritueux – La baisse du chiffre d'affaires de l'ensemble de la catégorie est essentiellement due à la morosité des marchés européens. Aux Etats-Unis, la campagne désormais mondiale "*be cointreauversial*" accélère les ventes de Cointreau. Passoa et Mount Gay Rum poursuivent leur progression sur leurs marchés.

Champagne – En ligne avec la stratégie du Groupe, la très bonne progression de Piper-Heidsieck et de Charles Heidsieck compense la baisse programmée des marques secondaires. Les ventes restent bien orientées à l'international.

Marques partenaires – Très bonne performance des scotch whiskies (The Famous Grouse et The Macallan) aux Etats-Unis, qui porte la croissance de l'activité.

Cession en cours (vodkas en Pologne et Russie) – La faiblesse du premier trimestre pour les vodkas est due à des éléments ponctuels, en regard d'un excellent premier trimestre l'an passé.

Cette évolution de début d'exercice s'inscrit dans la droite ligne de la stratégie de valeur de Rémy Cointreau, et de l'objectif d'une nouvelle croissance organique à deux chiffres du résultat opérationnel du groupe pour 2005-2006.

Contacts : Analystes : Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50 - Presse : Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15