



RÉMY COINTREAU

Paris, le 25 novembre 2008

Exercice 2008-2009
Résultat du 1^{er} semestre 2008

Forte progression du résultat net : +26,7%
Résultat opérationnel courant : +4,2 % (organique)

Rémy Cointreau enregistre une croissance organique de +4,2 % de son résultat opérationnel courant à 62,5 M€, pour un chiffre d'affaires semestriel de 365,2 M€. Cette croissance est d'autant plus notable qu'elle se compare à un bon premier semestre 2007 (qui était en progression de +12,7%).

Le résultat net - part du groupe - progresse de +26,7%.

Ce premier semestre a été marqué par l'amélioration de la rentabilité du champagne, la bonne progression des cognacs très haut de gamme ainsi que la croissance soutenue de l'activité sur les marchés émergents, notamment Chine et Russie. L'évolution dans des pays plus matures, comme le Royaume Uni et l'Allemagne, est restée satisfaisante. Les Etats-Unis ont en revanche marqué le pas au second trimestre. Sur tous ses marchés, le groupe poursuit sa politique de hausses de prix avec détermination.

Chiffres clés

	2008	2007	Performance %	
	au 30 sept	au 30 sept	brute	organique*
▪ Chiffre d'affaires	365,2	374,4	(2,5)	+4,6
▪ Résultat opérationnel courant	62,5	65,6	(4,7)	+4,2
▪ Marge opérationnelle %	17,1	17,5	-	17,4
▪ Autres produits et charges opérationnelles	19,4	(0,1)		
▪ Résultat opérationnel	81,9	65,5		
▪ Résultat financier	(16,3)	(25,5)		
▪ Résultat net (part du groupe)	48,3	38,1		
▪ Dette nette	437,1	548,2		

*La performance organique est hors effets de change.

Au cours du semestre, la participation de Rémy Cointreau dans Maxxium BV, auparavant mise en équivalence, a été reclassée en "Actifs destinés à être cédés". Il n'y a pas eu d'autre variation de périmètre significative.

Le 2 septembre 2008, le groupe a signé un accord précisant les conditions de sortie de Maxxium BV. L'indemnité de résiliation de l'accord de distribution a été fixée à 224,0 M€ et la valeur de rachat des titres détenus par le groupe à 60,4 M€. Les principaux impacts comptables de cet accord, soit une reprise de provision de 37,0 M€ et une provision pour dépréciation des titres de 16,0 M€, sont enregistrés au poste "Autres produits et charges opérationnels".

Résultat des activités

(M€)	2008 au 30 sept	2007 au 30 sept	Performance %	
			brute	organique
Cognac	41,8	40,4	+3,5	+16,6
Liqueurs & Spiritueux	21,4	26,0	(17,7)	(16,9)
Champagne	2,8	0,7	+300,0	+414,3
s/total Marques groupe	66,0	67,1	(1,6)	+7,7
Marques Partenaires	(3,5)	(1,6)	-	-
Résultat opérationnel courant	62,5	65,5	(4,6)	+4,2

Cognac – Rémy Martin profite pleinement du dynamisme de ses qualités haut et très haut de gamme. Les ventes sont en croissance organique de +10,9 %. Les qualités supérieures ont enregistré les meilleures progressions en Chine et sur l'ensemble du sud-est asiatique, tant en volumes qu'en valeur, confirmant le potentiel de la marque Rémy Martin dans cette région du monde. Dans le global travel retail ainsi qu'en Russie, la tendance est restée soutenue.

Avec des investissements marketing en augmentation, le résultat opérationnel courant ressort à 41,8 M€, en croissance organique de +16,6%.

Liqueurs & Spiritueux – L'ensemble de l'activité affiche un chiffre d'affaires stable. La marge opérationnelle courante (21,2% contre 25,5% l'an passé) reflète le moindre poids des ventes de Cointreau, marque à forte marge, dans un marché nord-américain plus morose. Metaxa en Europe et Mount Gay Rum aux Etats-Unis enregistrent des croissances à deux chiffres.

Champagne – La solide performance des champagnes sur les deux trimestres permet de générer une croissance organique du chiffre d'affaires de +6,5%. Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck enregistrent de bonnes progressions au Japon, en Australie et dans plusieurs grands marchés européens (Royaume-Uni, Allemagne). Le quadruplement du résultat opérationnel courant résulte principalement des améliorations de prix et de mix. Les investissements marketing sont en léger repli par rapport au niveau élevé du premier semestre 2007.

Marques Partenaires – Comme prévu, le poids de cette activité de distribution - essentiellement aux Etats-Unis - diminue du fait de l'arrêt de deux contrats de distribution (vodka russes et vins californiens).

Résultats consolidés

Le chiffre d'affaires, de 365,2 M€, est en progression organique de +4,6 %. Les marques du groupe, qui représentent 90% du total, croissent de +6,7%.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 62,5 M€, en croissance organique de +4,2%. **La marge opérationnelle courante**, à 17,1%, reste stable en organique (17,4%) par rapport à la même période précédente (17,5%).

Le résultat opérationnel, de 81,9 M€, est en forte progression après prise en compte d'un produit net de 19,4 M€ lié à la sortie de Maxxium BV.

Le résultat financier, de (16,3) M€, s'améliore de manière significative. Sa baisse de 36,1% est due à la réduction de l'endettement moyen et à la non récurrence d'éléments exceptionnels enregistrés l'an passé.

Le résultat net des activités poursuivies s'inscrit à 48,3 M€, en progression de +30,5% par rapport à la même période de l'exercice précédent, après prise en compte d'une charge d'impôts de 17,9 M€ (soit un taux effectif de 27,3%).

Le résultat net, part du groupe s'élève à 48,3 M€, soit une progression de +25,3% par action (+0,21 € à 1,04€).

La dette nette, de 437,1 M€, est en baisse de -20,3% sur un an (soit -111,1 M€).

Les ressources financières confirmées du groupe s'élèvent à 812,4 M€ au 30 septembre 2008. Elles comprennent un crédit syndiqué de 500 M€ (dont 466M€ à échéance juin 2012) dont les termes incluent le respect d'un niveau de dette nette/EBITDA. Ce ratio doit rester inférieur à 3,50 à partir du 1^{er} octobre 2008. Au 30 septembre 2008, il s'élève à 2,37.

Perspectives

Au 30 mars 2009, Rémy Cointreau sortira de la *Joint Venture* de distribution Maxxium. Le groupe est parfaitement en ligne avec le plan de marche qu'il s'est fixé afin de construire - à travers 38 pays - un nouveau réseau mieux adapté au positionnement *premium* de ses marques et à ses ambitions en *on premise*. Plus de 80% de l'activité sera contrôlée directement (filiales, JVs 50/50 ou bureaux de représentation), le reste des marchés faisant l'objet d'accords bilatéraux avec des distributeurs nationaux. A ce jour, ces partenariats ont été finalisés pour tous les marchés clés.

Pour l'exercice clôturant au 31 mars 2009, l'activité de fin d'année ainsi que le nouvel an chinois resteront décisifs. Compte tenu des surcoûts temporaires liés à la mise en place du réseau de distribution, Rémy Cointreau n'anticipe pas, aujourd'hui, de progression organique de son résultat opérationnel courant.

Les états financiers semestriels consolidés seront disponibles en fin de matinée sur le site web www.remy-cointreau.com

Contacts :

Analystes: Hervé Dumesny 01 44 13 45 50

Presse: Joëlle Jezequel 01 44 13 45 15