



RÉMY COINTREAU

18 octobre 2007

**Exercice 2007-2008**  
**Chiffre d'affaires semestriel**  
**(avril-septembre 2007)**

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 374,5 millions d'euros, soit une croissance organique de 9,8% par rapport à la même période de 2006. Ce semestre est marqué par la progression soutenue des marques propres du groupe (10,7% de croissance organique) et par l'accélération de la croissance dans plusieurs pays d'Asie et d'Europe.

**Evolution des activités :**

(millions €)	6 mois au 30/09/07	6 mois au 30/09/06	Variation %	
			publiée	organique*
<b>Cognac</b>	167,5	155,8	+ 7,5	+ 13,0
<b>Liqueurs &amp; Spiritueux</b>	102,1	99,5	+ 2,6	+ 4,9
<b>Champagne</b>	60,3	53,4	+ 13,0	+ 14,8
<b>S/total</b>	329,9	308,7	<b>+ 6,9</b>	<b>+ 10,7</b>
<b>Marques Partenaires</b>	44,6	45,7	(2,5)	+ 3,7
<b>Total</b>	<b>374,5</b>	<b>354,4</b>	<b>+ 5,7</b>	<b>+ 9,8</b>

\* A taux de change comparables

**Cognac** – La bonne performance de Rémy Martin enregistrée au premier trimestre s'est confirmée au semestre. Les cognacs très haut de gamme continuent d'enregistrer de fortes progressions, notamment en Asie et en Europe. Le taux de croissance bénéficie encore pour ce trimestre d'un effet de périmètre élargi dû à la plate-forme logistique créé en novembre 2006 à Shanghai.

*Cœur de Cognac*, lancé fin septembre, viendra renforcer la gamme Rémy Martin sur les grands marchés européens.

**Liqueurs & Spiritueux** – L'ensemble des marques de l'activité Liqueurs & Spiritueux a progressé, particulièrement en Europe pour Cointreau, Metaxa en Europe de l'Est et en Russie, Passoa en France et au Benelux.

**Champagnes** – Excellente performance des champagnes Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck au second trimestre, qui reflète le début des commandes pour les fêtes de fin d'année. Les Etats-Unis et l'Europe confirment leur potentiel de croissance.

**Marques partenaires** – Aux Etats-Unis, le développement de la vodka Imperia, la croissance des scotch whiskies et des vins californiens contribuent à la progression de l'activité.

Portées par la stratégie de valeur du groupe, ces performances du premier semestre s'inscrivent en droite ligne de l'objectif d'une croissance organique significative de la rentabilité opérationnelle pour l'exercice 2007-2008.

**Contacts :**

Analystes: Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse: Joëlle Jezequel – 01 44 13 45 15