



RÉMY COINTREAU

22 janvier 2009

Exercice 2008-2009

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois (avril-décembre 2008)

Bonne résistance

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 604,5 millions d'euros sur les neuf premiers mois de son exercice, reflétant une croissance organique de + 0,9% pour les marques du groupe et de – 1,0 % au global.

La croissance en Chine et en Asie du Sud-Est depuis le début de l'année compense les effets du ralentissement de l'économie mondiale et du déstockage des grossistes, en particulier aux Etats-Unis et en Russie.

Evolution par activité :

(millions €)	9 mois au 31/12/08	9 mois au 31/12/07	Variation publiée %	Variation organique* %
Cognac	271,4	269,5	+ 0,7	+ 4,2
Liqueurs & Spiritueux	158,6	164,4	(3,5)	(1,3)
Champagne	113,8	121,7	(6,5)	(3,5)
S/total	543,8	555,6	(2,1)	+ 0,9
Marques Partenaires	60,7	75,3	(19,4)	(14,9)
Total	604,5	630,9	(4,2)	(1,0)

* à taux de change comparables

Cognac – Les ventes de Rémy Martin sont en croissance de + 4,2% en organique, avec une disparité par marché. La poursuite d'une bonne dynamique en Chine (catégories supérieures) compense le ralentissement enregistré aux Etats-Unis. En Europe, la situation est plus contrastée : le marché Russe a souffert de déstockages notables, liés au manque de liquidités chez les grossistes, mais l'Allemagne et la France affichent des progressions soutenues. Dans le *global travel retail*, la tendance reste bonne.

Liqueurs & Spiritueux – Metaxa, Passoa et Mount Gay Rum poursuivent leur développement sur leurs principaux marchés respectifs. Le ralentissement des ventes de Cointreau, déjà enregistré au premier semestre, s'est poursuivi aux Etats-Unis et au Japon. La marque enregistre une bonne performance en France.

Champagne – Les champagnes du Groupe tirent plutôt bien leur épingle du jeu dans le contexte du marché international. La baisse au T3 doit être mise en perspective avec la croissance élevée (+16,5%) enregistrée lors de ce même trimestre en 2007. Les Etats-Unis ont quant à eux connu une fin d'année difficile, alors qu'en Europe la situation est plus contrastée : l'activité en France et au Benelux n'est pas compensée par une meilleure tenue de l'Allemagne et du Royaume-Uni.

Marques Partenaires – Le poids de cette activité de distribution, pour l'essentiel aux Etats-Unis, continue de diminuer du fait de l'arrêt programmé de deux contrats de distribution (vodkas russes et vins californiens).

Dans ce contexte économique exceptionnel, Rémy Cointreau a poursuivi avec détermination sa politique de hausses de prix et d'amélioration du mix. Pour le résultat opérationnel de l'exercice 2008/09 à fin mars, il faut tenir compte de l'impact de la sortie de Maxxium - surcoûts temporaires déjà évoqués, liés à la mise en place du nouveau réseau de distribution - mais aussi des conditions de marché constatées aujourd'hui. C'est pourquoi, au niveau du résultat opérationnel courant, à taux de change constants, le Groupe anticipe une baisse d'environ 15% par rapport à l'exercice antérieur, mais un impact sensiblement moindre au niveau du résultat net publié.

Au delà de cet exercice, le Groupe vise une reprise de la croissance organique de la rentabilité qu'il enregistre depuis quatre ans.

Contacts :

Analystes : Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse : Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15