



RÉMY COINTREAU

Paris, le 24 avril 2012

**Chiffre d'affaires consolidé 12 mois  
(avril 2011 - mars 2012)**

**Très belle performance annuelle à 1,026 milliard€  
+ 15,6% en organique**

Rémy Cointreau réalise sur les 12 mois de l'exercice 2011-2012 un chiffre d'affaires consolidé de 1,026,1 milliard d'euros, en hausse de +13% (+15,6% en organique) par rapport à l'exercice précédent, déjà en forte croissance. Comme annoncé, le quatrième trimestre s'inscrit en recul, compte tenu de l'impact calendaire du nouvel an chinois. Cette baisse technique ne reflète pas la bonne dynamique des marchés en ce début d'année 2012.

Toutes les régions du monde ont contribué à la croissance du chiffre d'affaires, avec notamment des croissances organiques à deux chiffres aux Etats-Unis et en Asie. Ces bons résultats sont tirés par la montée en gamme du portefeuille des marques du groupe et par son réseau commercial, particulièrement performant.

M. Jean-Marie Laborde, directeur général, commente:

*« Cette performance confirme les choix stratégiques du groupe engagés depuis plusieurs années : notre organisation commerciale au plus près de nos marchés, notre activité concentrée sur le segment haut de gamme accompagné d'innovations et de forts investissements ciblés derrière nos marques, renforçant ainsi notre stratégie de valeur sur le long terme.*

*Rémy Cointreau démontre, encore cette année, sa capacité de croissance en conjuguant l'attractivité de ses marques et l'efficacité de son réseau commercial. Nous continuerons avec force la montée en gamme de nos produits et le travail de qualité sur les marchés ».*

**Répartition des ventes par activité:**

(€ millions)	12 mois au 31/3/12	12 mois au 31/3/11	Variation %	
			publiée	organique *
Rémy Martin	592,5	486,0	21,9	25,1
Liqueurs & Spiritueux	215,8	208,0	3,7	5,1
<b>S/total marques Groupe</b>	<b>808,3</b>	694,0	<b>16,5</b>	<b>19,1</b>
Marques Partenaires	217,8	213,8	1,8	4,1
<b>Total</b>	<b>1 026,1</b>	907,8	<b>13,0</b>	<b>15,6</b>

\* à taux de change comparables

**Rémy Martin** a réalisé une excellente performance tout au long de l'exercice, +25,1% en organique, et enregistre, pour la troisième année consécutive, une croissance à deux chiffres. Rémy Martin continue d'améliorer sa position sur le marché mondial.

Ce bon résultat a été atteint grâce à la poursuite de la montée en gamme de l'offre accompagnée de hausses de prix – en Asie en particulier - mais aussi grâce à la croissance des volumes. Toutes les régions du monde sont en progression. L'Asie et les Etats-Unis en sont les principaux moteurs. Les marchés clés d'Europe de l'Ouest sont aussi en croissance. Le marché russe reste très dynamique.

**Liqueurs & Spiritueux** –. Les Liqueurs et Spiritueux retrouvent le chemin de la croissance organique après des années plus difficiles. Toutes les marques affichent des croissances sur l'exercice 2011-2012.

Cointreau progresse dans ses marchés clés notamment aux Etats-Unis, mais aussi au Japon et dans les marchés émergents tels le Brésil et le Mexique. Mount Gay Rum et Metaxa (sur un comparatif faible marqué par la crise grecque) enregistrent des croissances sur leurs marchés stratégiques.

**Marques Partenaires** – La croissance des marques distribuées pour nos partenaires est portée essentiellement par les scotch whiskies aux Etats-Unis et sur le marché du *Travel Retail*. L'activité champagne poursuit son développement, Piper-Heidsieck en particulier.

L'évolution favorable du dollar sur l'ensemble du second semestre continue de réduire l'écart entre la variation organique et publiée.

Rémy Cointreau confirme l'augmentation sensible de ses résultats annuels, avec une croissance à deux chiffres du résultat opérationnel courant, à fin mars 2012.

Rémy Cointreau réitère sa confiance dans ses choix stratégiques. Le groupe maintiendra le cap de sa stratégie de valeur à long terme, en s'appuyant sur la qualité de ses produits, une politique soutenue d'innovation et de forts investissements dans les marchés porteurs.

*Contact:*

*Frédéric Pflanz : 01 44 13 44 34*

*Joëlle Jézéquel : 01 44 13 45 15*

*P.J Annexe*

## ANNEXE

### REMY COINTREAU - Répartition des ventes par activité et par trimestre

Exercice 2011-2012

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	112,0	44,5	42,1	198,6
Deuxième trimestre	165,4	58,6	52,3	276,3
Troisième trimestre	198,1	62,9	85,1	346,1
Quatrième trimestre	117,0	49,8	38,3	205,1
Total des ventes	592,5	215,8	217,8	1 026,1

Exercice 2010-2011

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	90,9	42,1	37,9	170,9
Deuxième trimestre	146,1	57,7	53,4	257,2
Troisième trimestre	128,1	56,9	81,6	266,6
Quatrième trimestre	120,9	51,3	41,0	213,1
Total des ventes	486,0	208,0	213,8	907,8

Exercice 2011-2012 versus 2010-2011

<b>croissance organique</b>	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	31,8%	7,8%	16,6%	22,5%
Deuxième trimestre	23,2%	5,6%	3,8%	15,2%
Troisième trimestre	55,4%	10,4%	5,5%	30,5%
Quatrième trimestre	-9,8%	-3,7%	-9,9%	-8,3%
Total des ventes	25,1%	5,1%	4,1%	15,6%