



RÉMY COINTREAU

***Résultats***  
***Exercice 2003 - 2004***

***Paris, 10 juin 2004***

# 2003-2004 : Réagir et agir

## ➤ Un contexte défavorable

- Lourd impact de l'environnement géopolitique et sanitaire (SRAS) sur le premier trimestre
- Situation contrastée en Europe
- Parité Dollar/€uro

## ➤ Des tendances de marché positives

- Confirmation des anticipations de croissance en Asie
- Dynamisme du marché américain

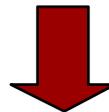


**Une amélioration significative de la croissance organique au fil des trimestres**

# 2003-2004 : Réagir et agir

## ➤ Agir sur la valeur

- Prix soutenus et augmentations ciblées
- Investissements marketing accrus
- Poursuite d'innovations favorisant la montée en gamme

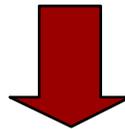


**Des mesures efficaces, sources d'amélioration des marges**

# 2003-2004 : Réagir et agir

## ➤ Optimiser notre structure de coûts

- Amélioration opérationnelle : résultats probants du programme *Supply Chain*
- Réduction des frais généraux
- Restructuration de la dette : baisse des frais financiers
- Politique active de haut de bilan: cessions d'actifs - *Equity swap*



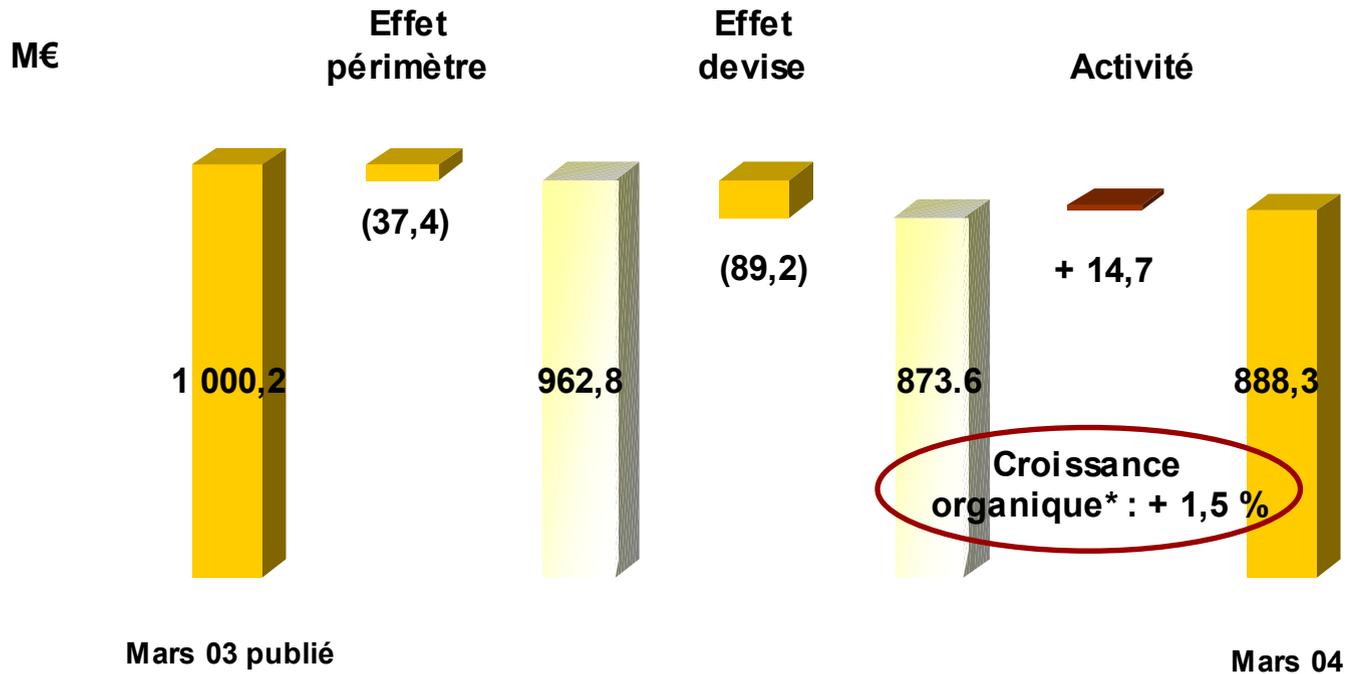
**Amélioration de la compétitivité**

# Chiffres - clés

|                       | <u>Mars 04</u> | <u>Mars 03</u> | <u>Variation<br/>organique</u> |
|-----------------------|----------------|----------------|--------------------------------|
| CA                    | 888,3 M€       | 1 000,2 M€     | + 1,5 %                        |
| Résultat opérationnel | 173,5 M€       | 213,8 M€       | + 3,1 %                        |

- ❑ Marge brute : + 0,7 points à 56,6 %
- ❑ Investissement marketing accru : 34,9 % de la marge brute
- ❑ Marge opérationnelle : 19,5 %
- ❑ Réduction de 12 % de la dette financière *pro-forma* ( - 105 M€)
- ❑ Résultat net par action : 1,72 €

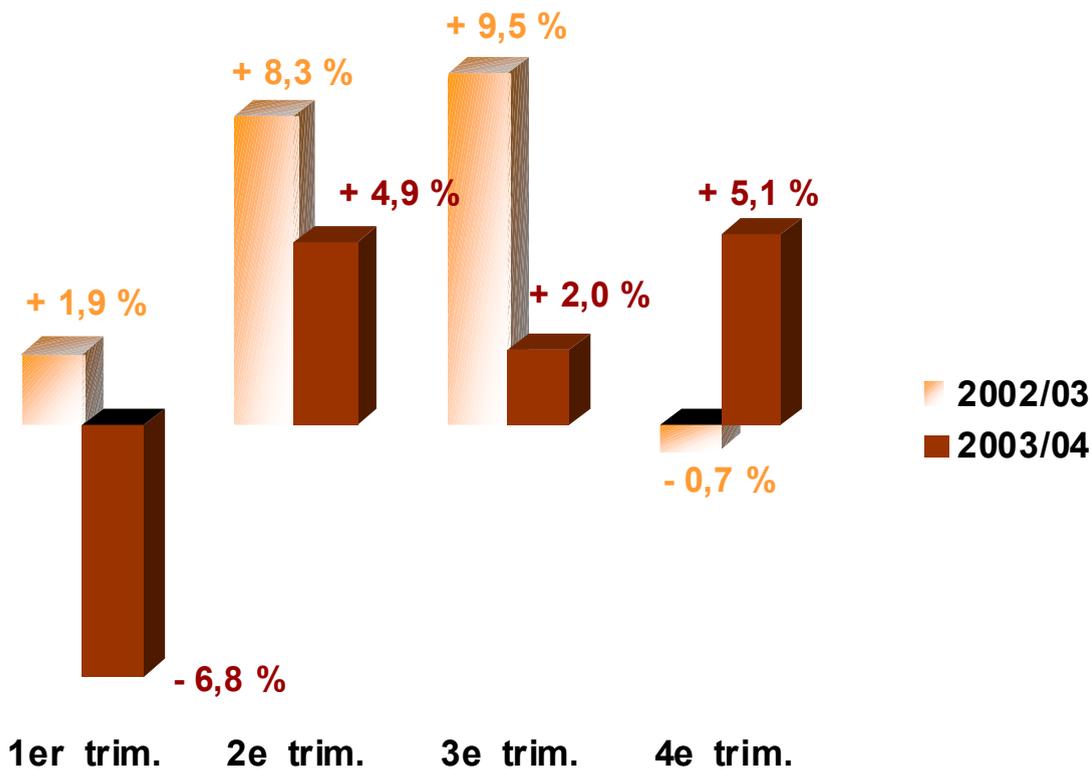
# Chiffre d'affaires



\* Les croissances organiques mentionnées dans cette présentation sont toutes calculées à périmètres et changes identiques

# Evolution par trimestre

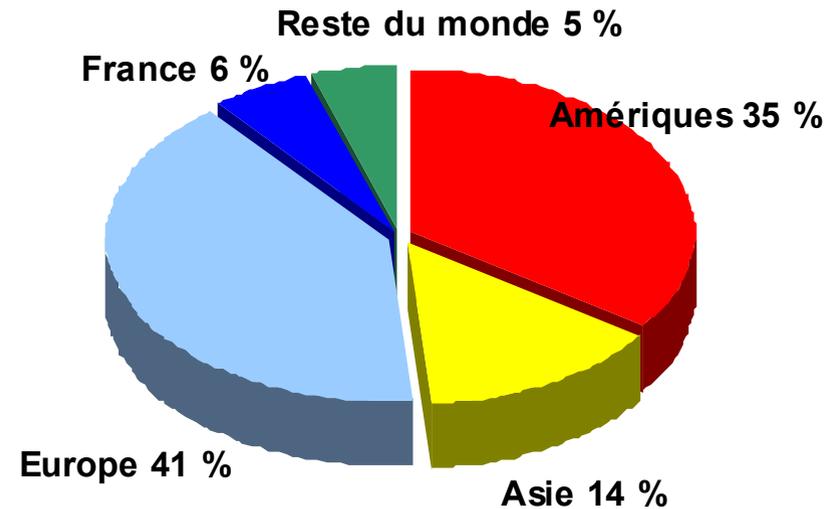
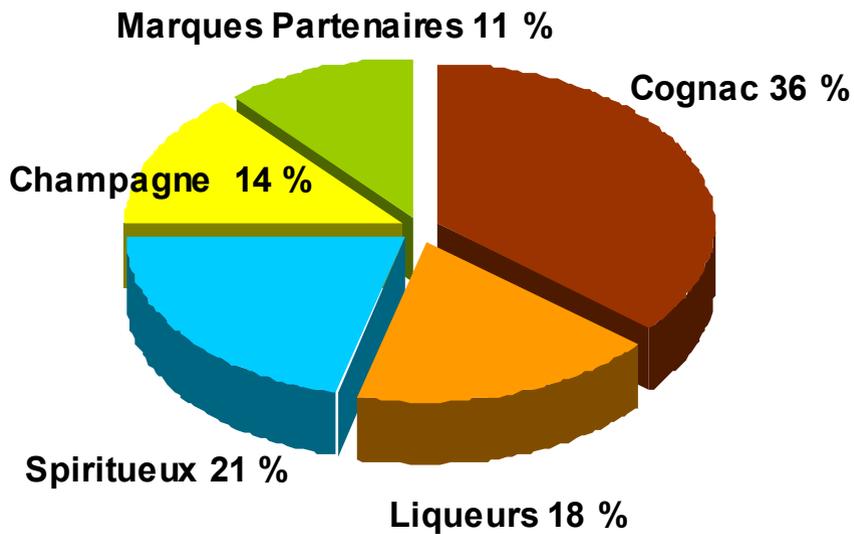
Croissances organiques trimestrielles  
du CA 2003 & 2004



# Répartition du chiffre d'affaires

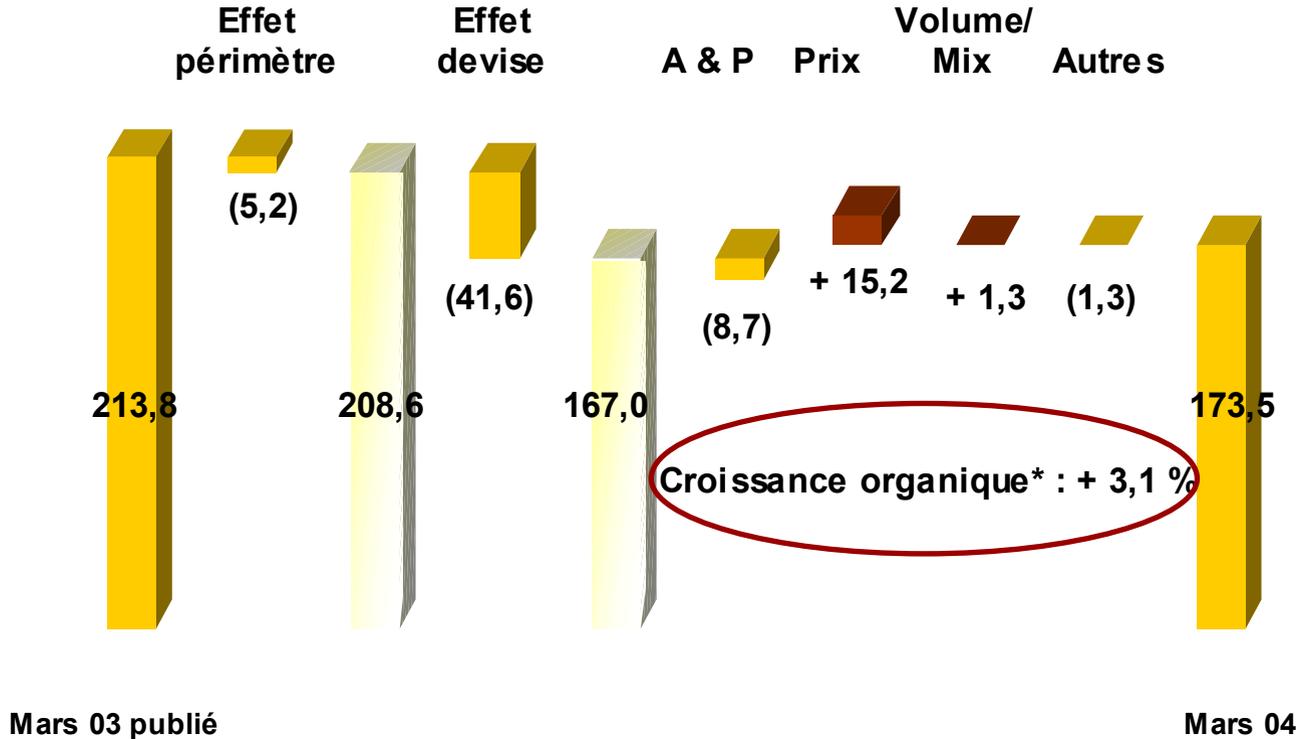
Par activité

Par zone géographique



# Résultat opérationnel

M€



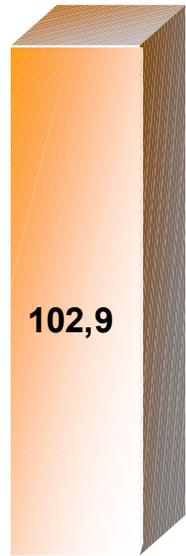
\* À périmètre et change identiques

# Résultats courant & net

Courant, part du Groupe

Net, après non-récurrent

M€



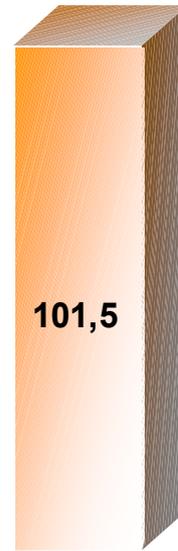
102,9

Mars 03 publié



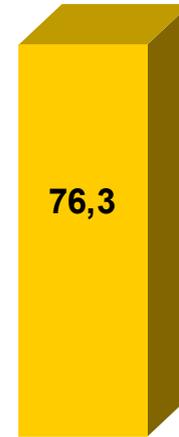
74,2

Mars 04



101,5

Mars 03 publié



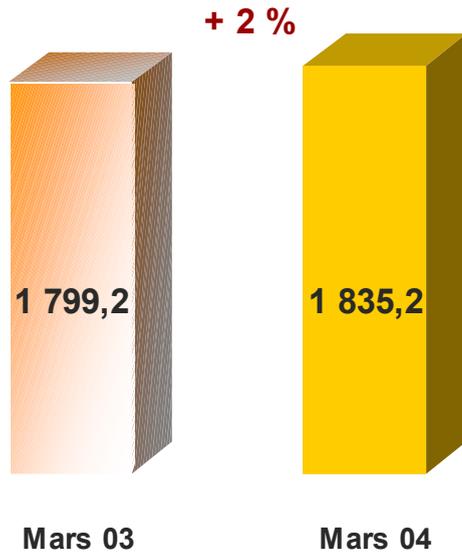
76,3

Mars 04

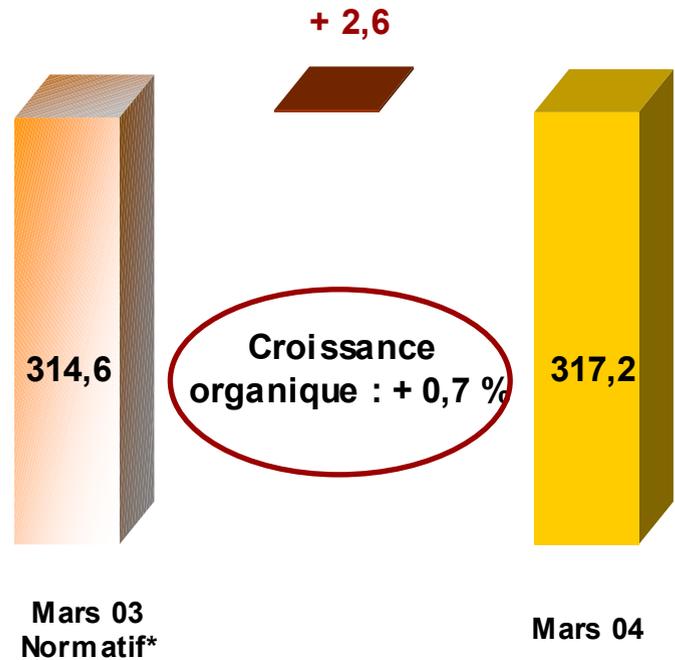
# Revue des Activités

# Cognac

Ventes en volume (000 caisses)



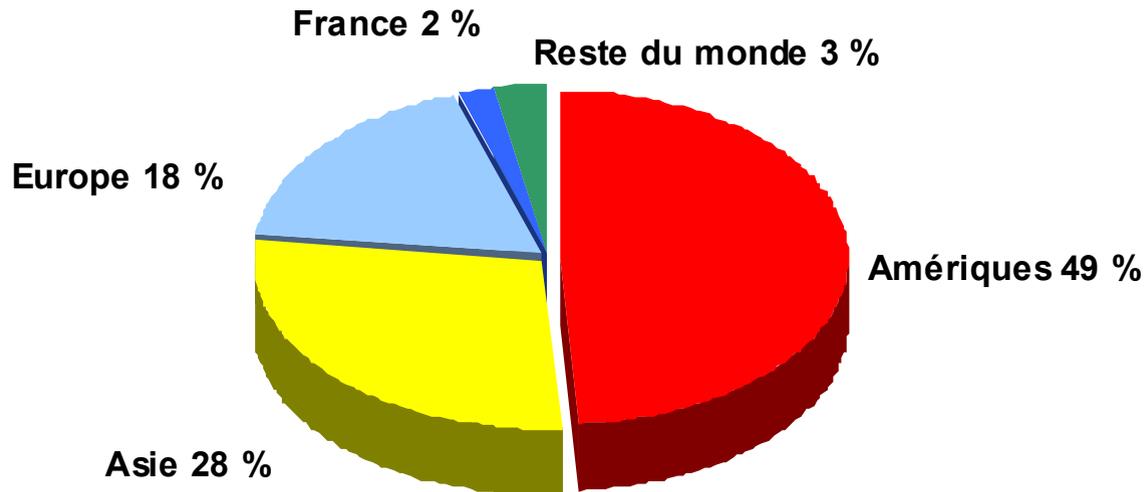
Chiffre d'affaires (M€)



\* Après effets périmètre et changes

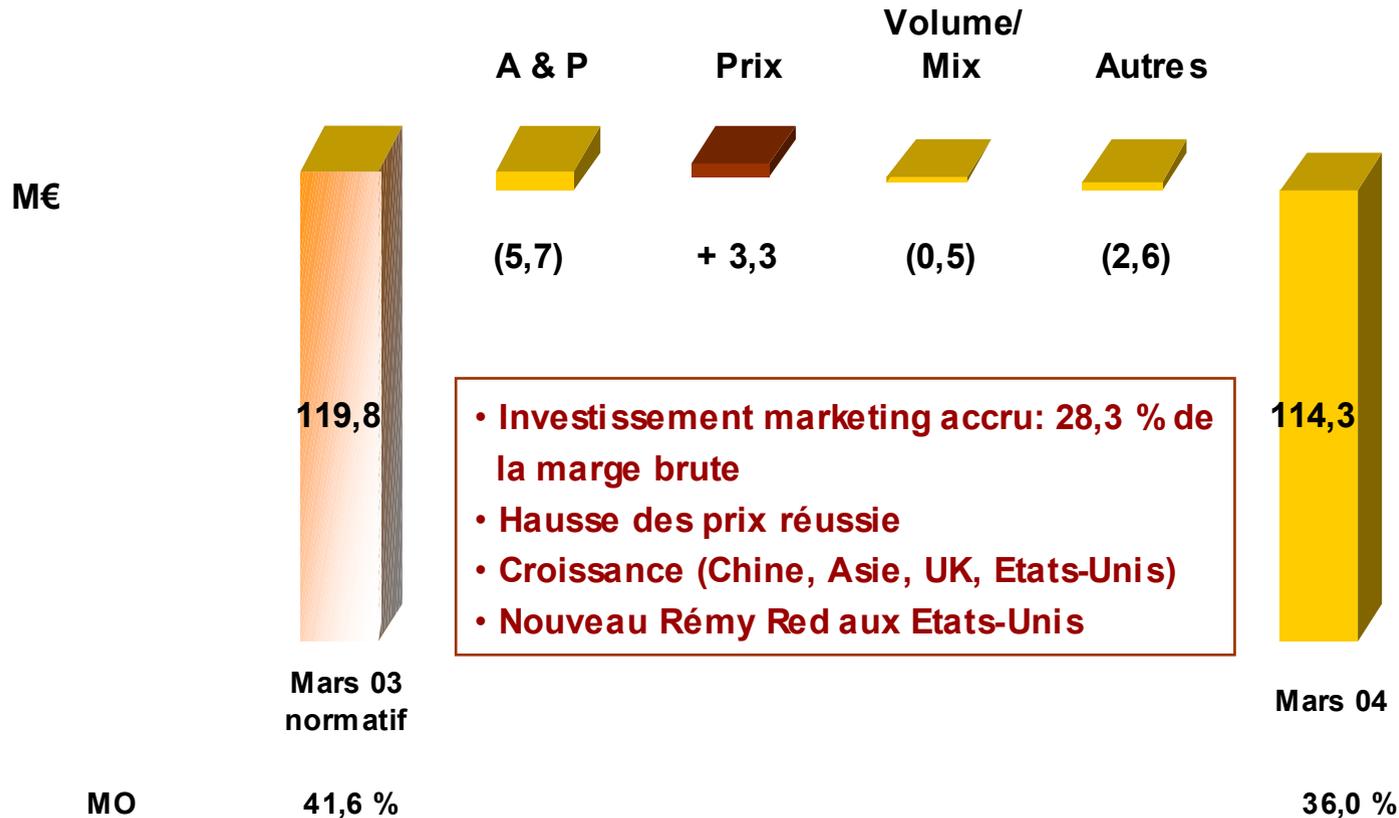
# Cognac

## Chiffre d'affaires par zone géographique



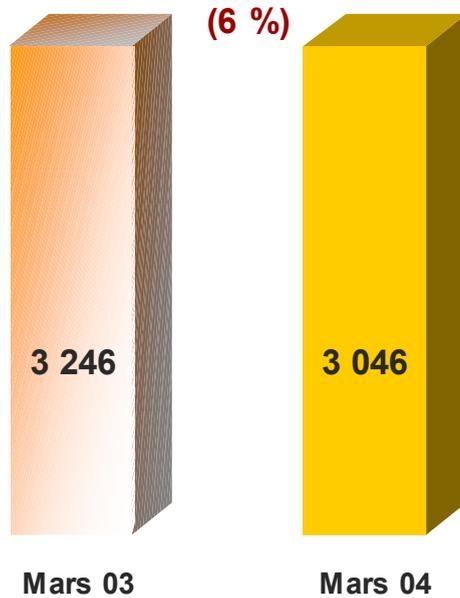
# Cognac

## Résultat Opérationnel (après effets périmètre et change)

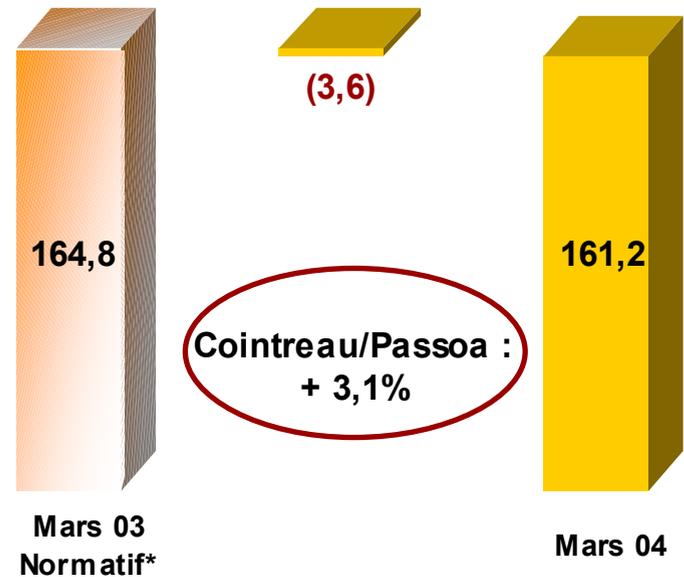


# Liqueurs

Ventes en volume (000 caisses)



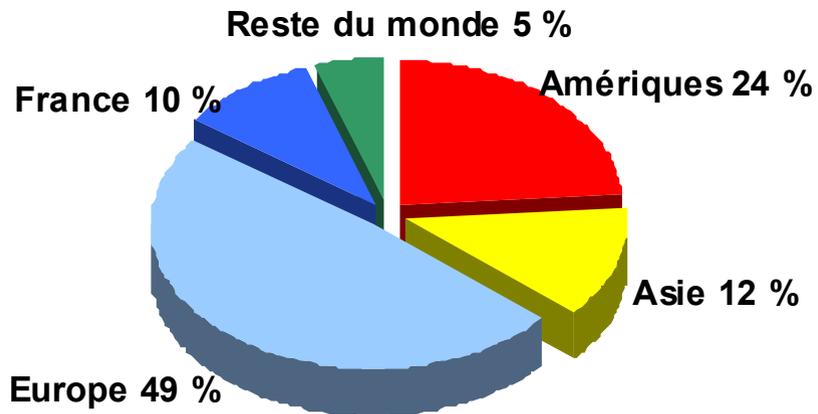
Chiffre d'affaires (M€)



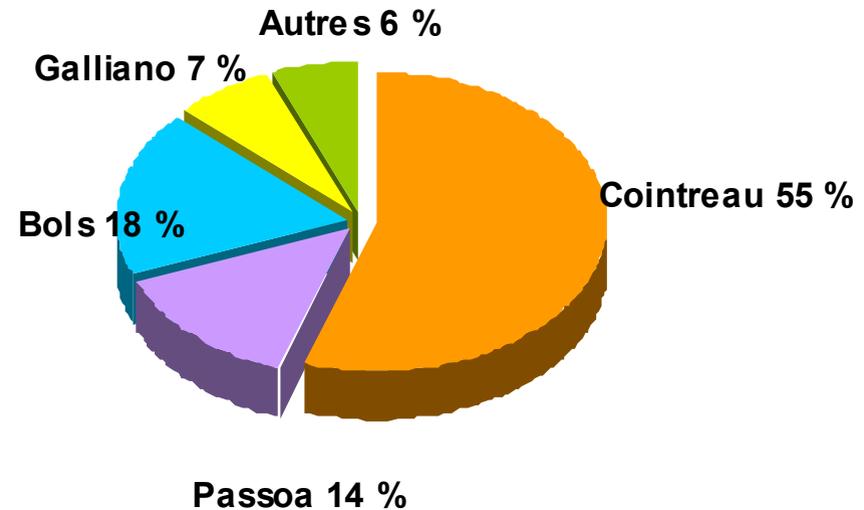
\* Après effets périmètre et changes

# Liqueurs

Chiffre d'affaires par zone géographique

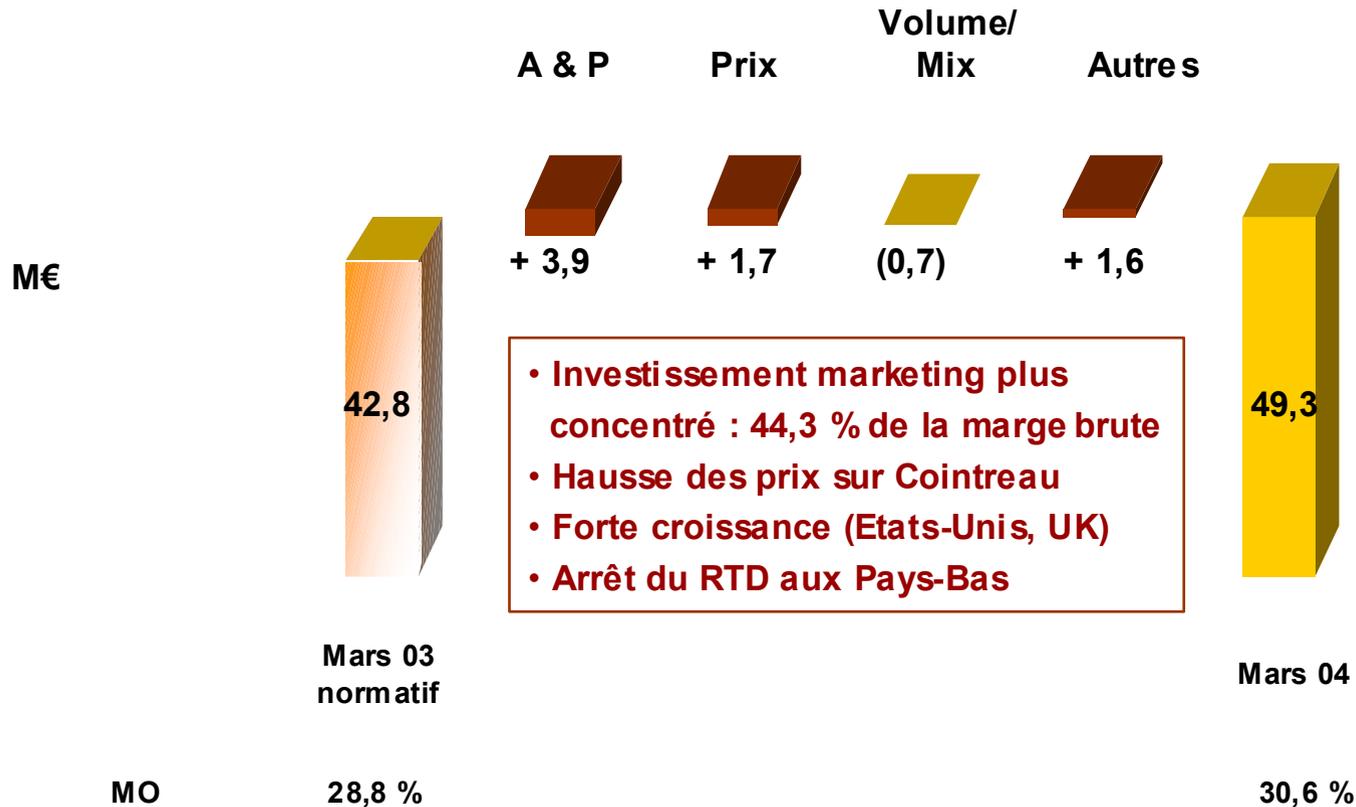


Chiffre d'affaires par marques



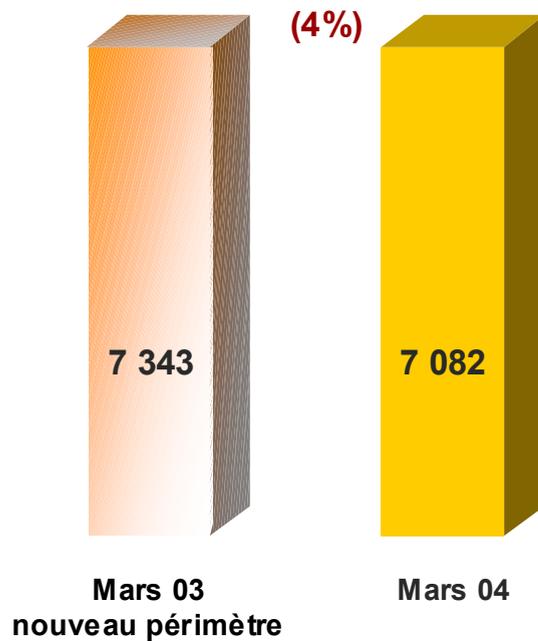
# Liqueurs

Résultat Opérationnel  
(après effets périmètre et change)

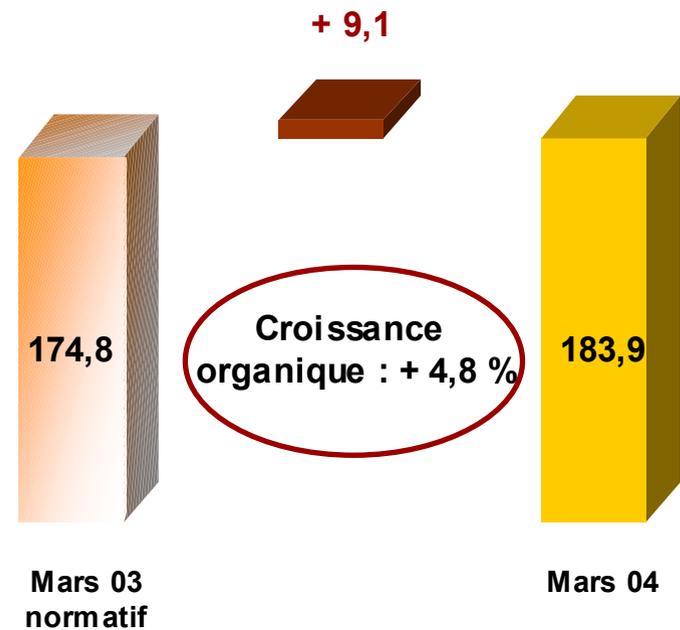


# Spiritueux

Ventes en volume (000 caisses)



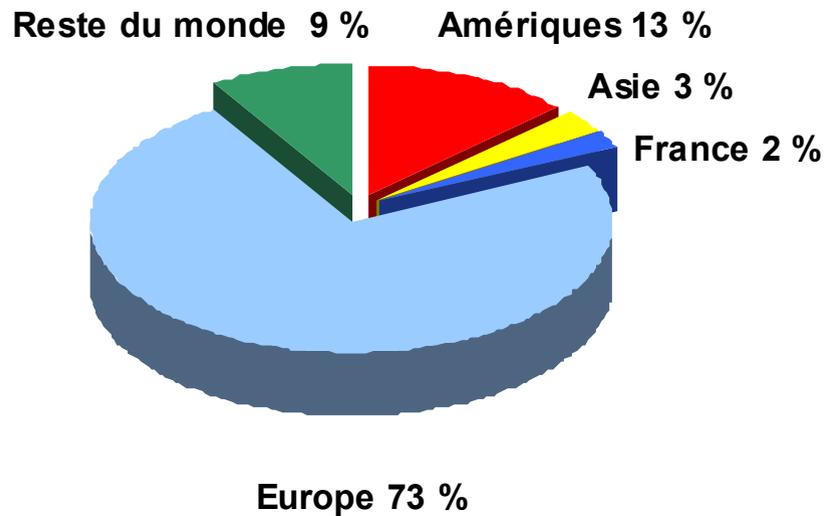
Chiffre d'affaires (M€)



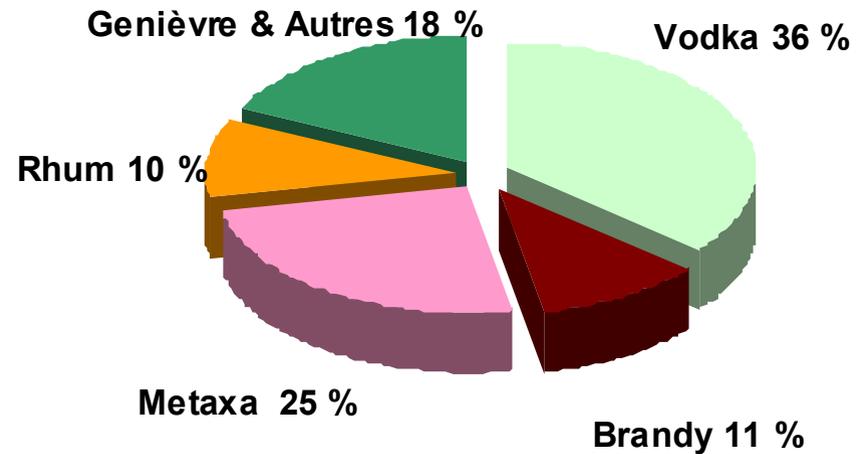
\* Après effets périmètre et changes

# Spiritueux

Chiffre d'affaires par zone géographique



Chiffre d'affaires par marques/ produits

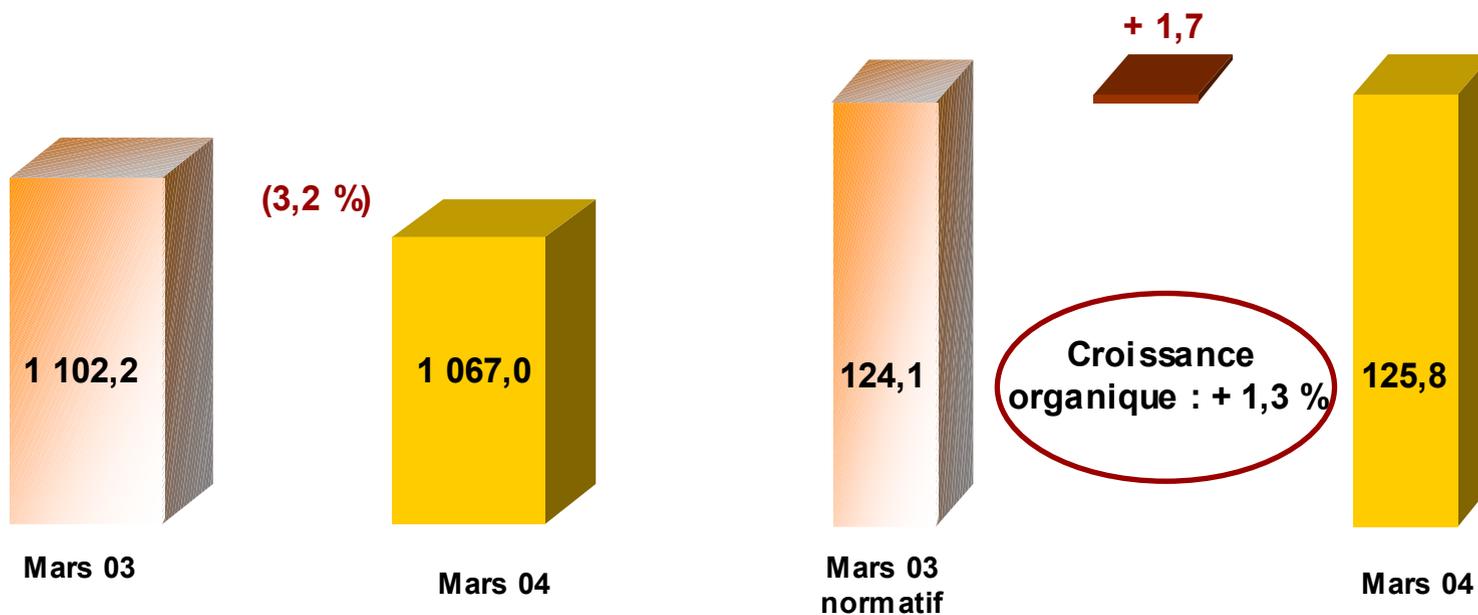




# Champagne

Ventes en volume (000 caisses)

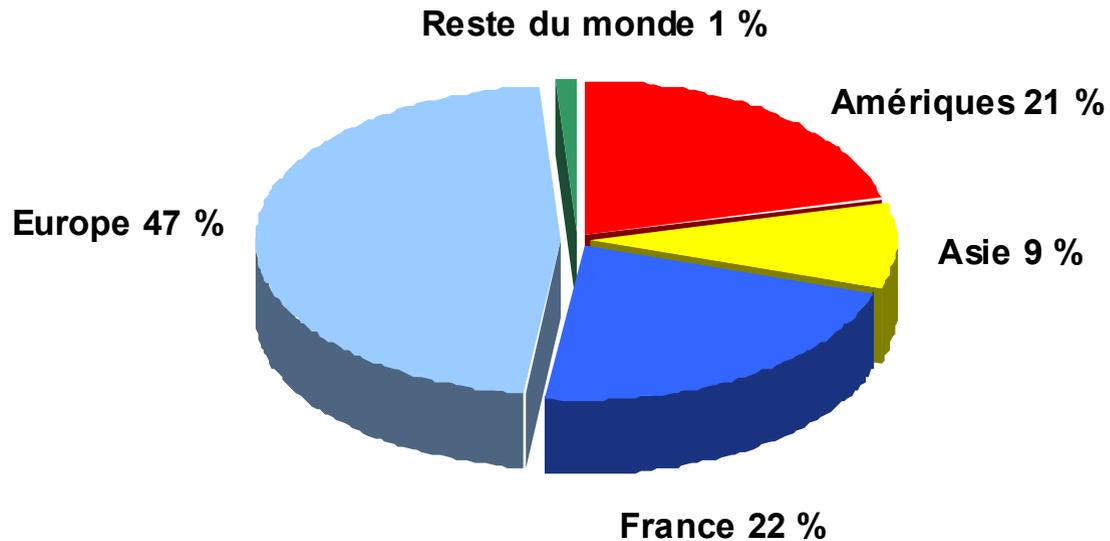
Chiffre d'affaires (M€)



\* Après effets périmètre et changes

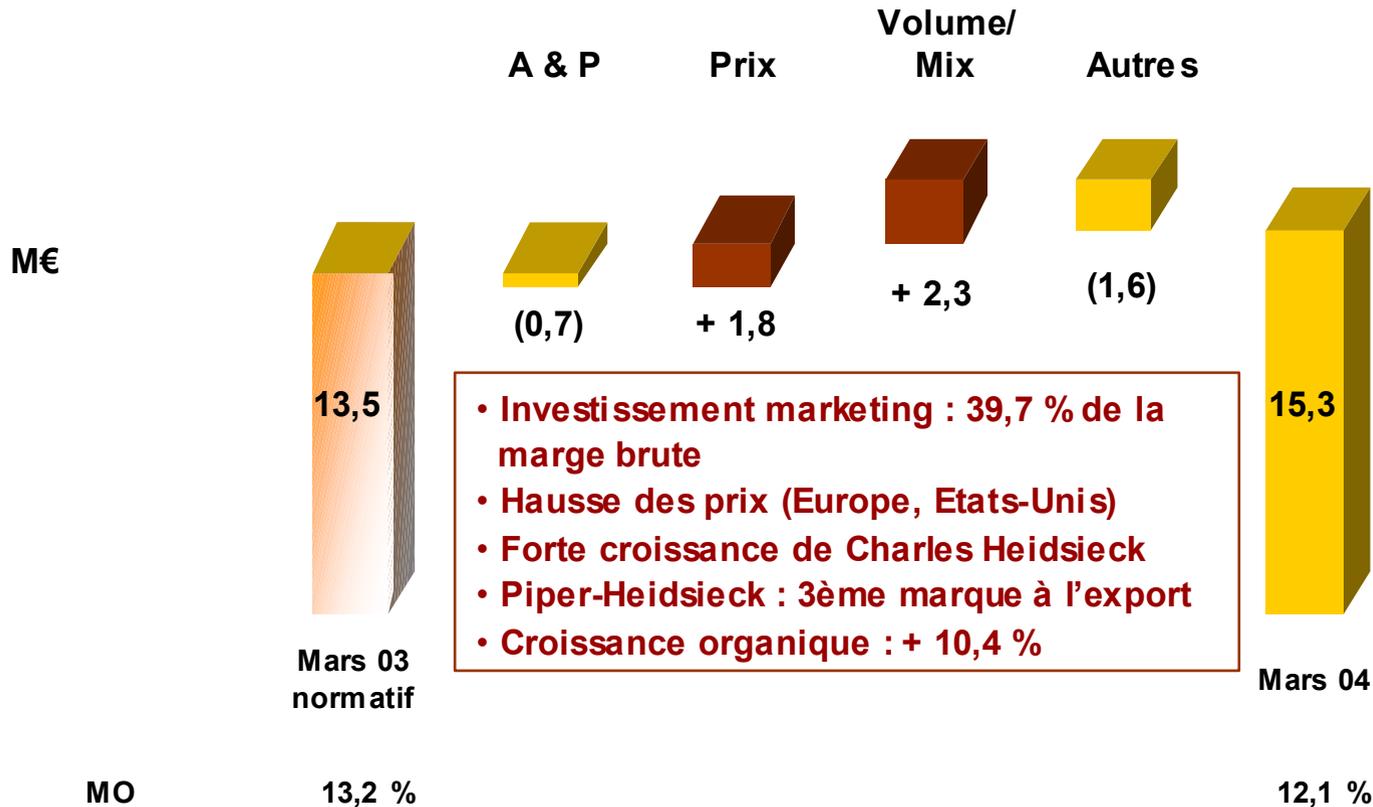
# Champagne

Chiffre d'affaires par zone géographique



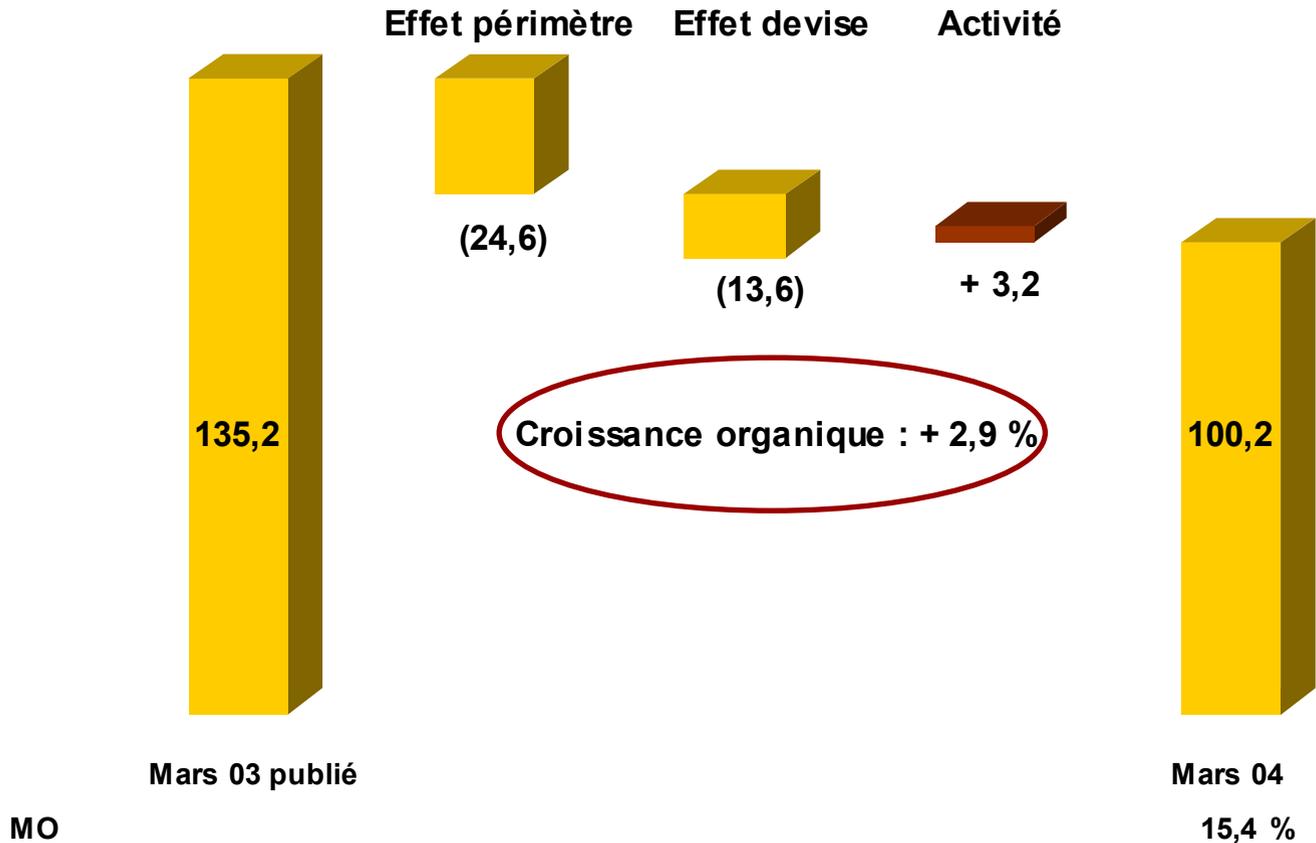
# Champagne

Résultat Opérationnel  
(après effets périmètre et change)



# Marques Partenaires

Chiffre d'affaires (M€)



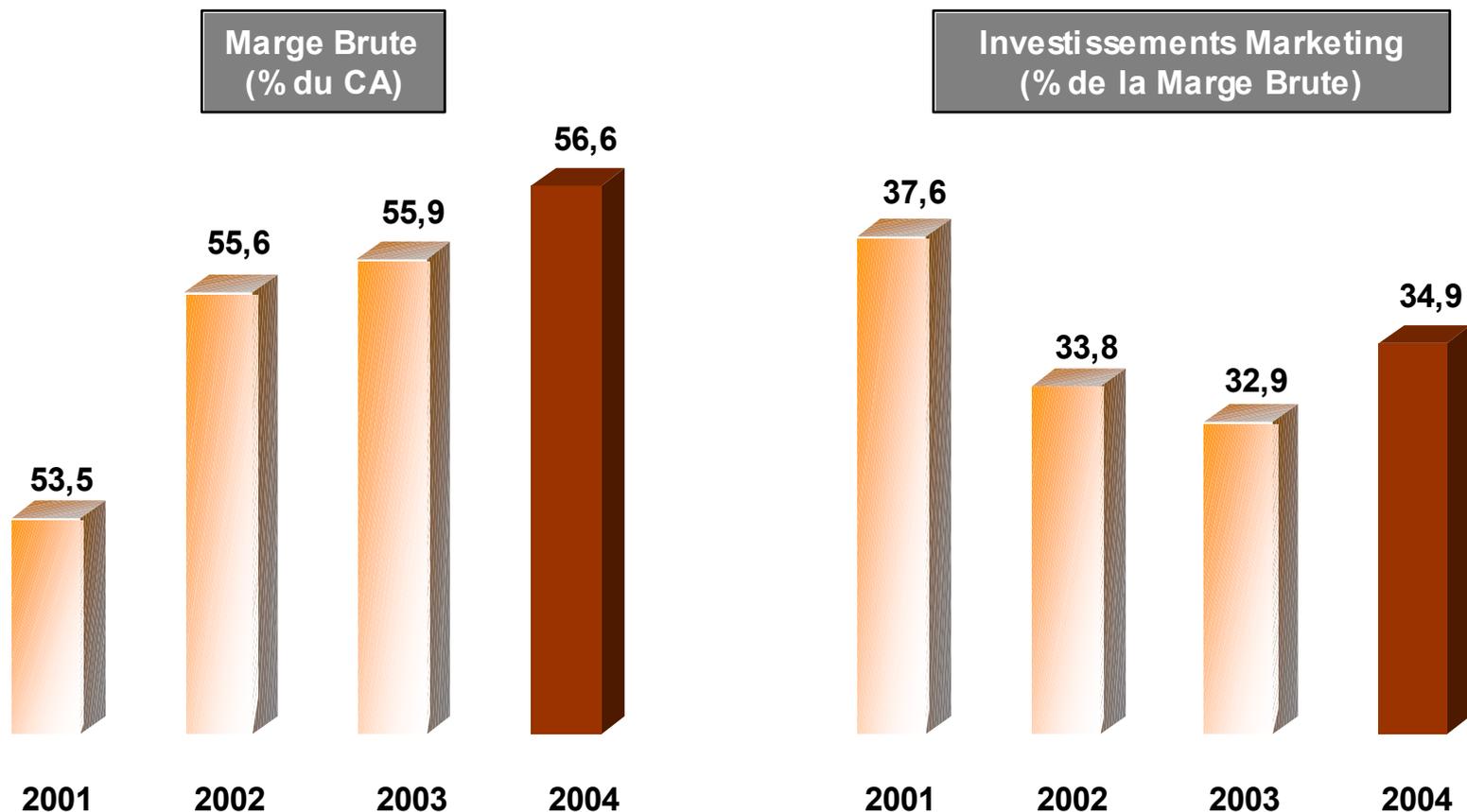
# Résultats Consolidés

Hervé Dumesny

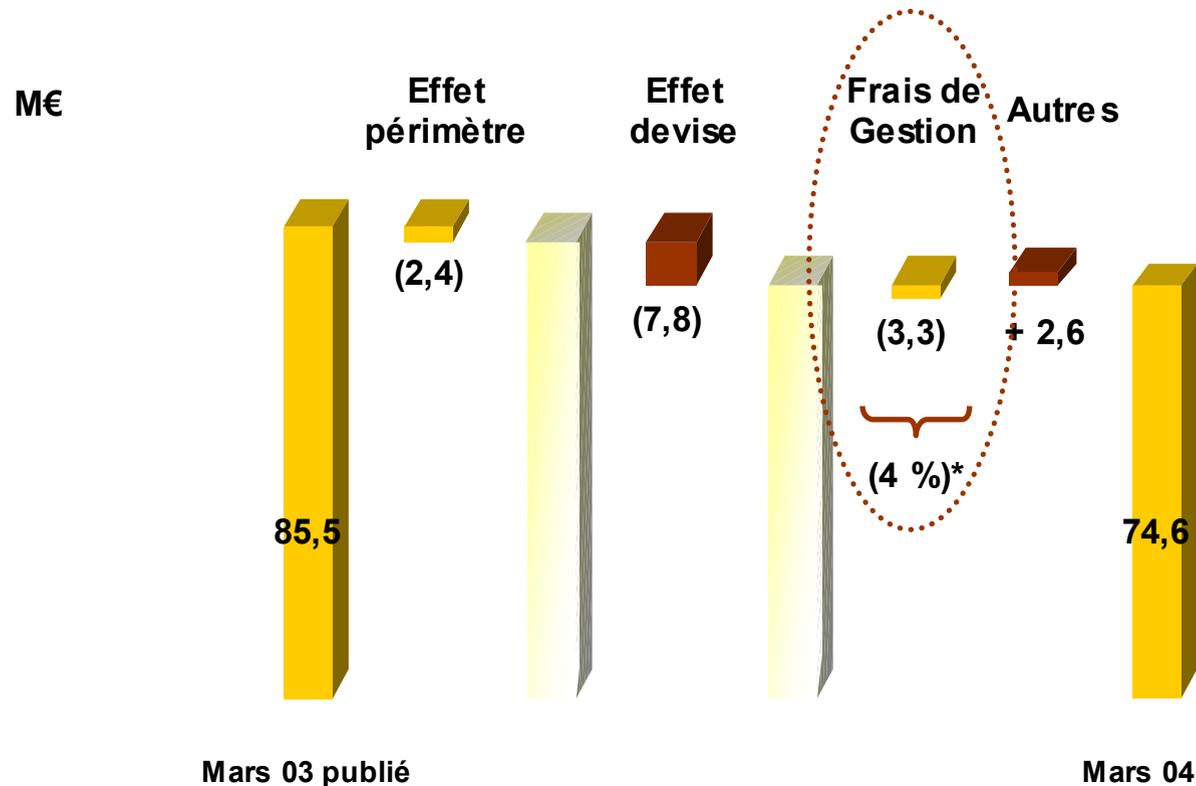
# Structure du Résultat Opérationnel

| (M€)                                | Mars 04 | Mars 03 | Variation<br>Publiée | Variation<br>Organique |
|-------------------------------------|---------|---------|----------------------|------------------------|
| Chiffre d'affaires                  | 888,3   | 1 000,2 | (11,2 %)             | + 1,5 %                |
| Marge Brute                         | 502,9   | 559,1   | (10,1 %)             | + 3,8 %                |
| Investissement marketing            | 175,5   | 184,1   | (4,7 %)              | + 5,1 %                |
| Résultat opérationnel des activités | 248,2   | 299,3   | (17,1 %)             | + 2,0 %                |
| Coûts centraux et de distribution   | (74,6)  | (85,5)  | (12,7 %)             | (0,8 %)                |
| Résultat opérationnel               | 173,5   | 213,8   | (18,8 %)             | + 3,1 %                |
| Marge opérationnelle                | 19,5 %  | 21,4 %  |                      |                        |

# Indicateurs - Clés



# Coûts centraux et de distribution



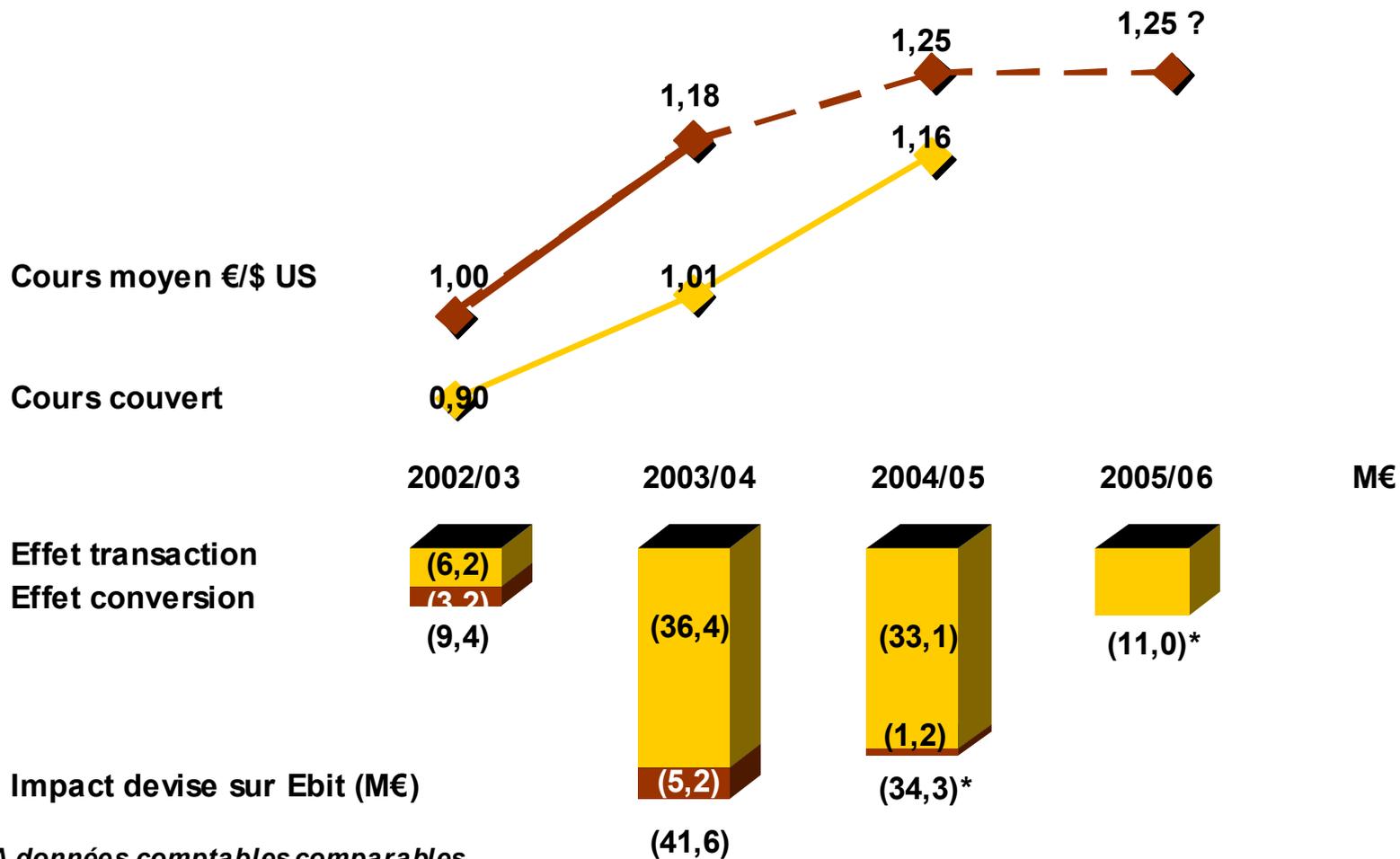
\* Calculé à périmètre et devises comparables

# Evolution du Résultat Opérationnel

Organique  
+ 6,5 M€  
ie + 3,1 %

|  |                |
|--|----------------|
| Résultat opérationnel Mars 03          | 213,8          |
| Effet périmètre                        | (5,2)          |
| Effet devises                          | (41,6)         |
| Augmentation prix                      | + 15,2         |
| Hausse de l'investissement marketing   | (8,7)          |
| Résultat opérationnel Mars 04          | 173,5          |
|  |                |
| Marge brute                            | 56,6% vs 55,9% |
| Investissement marketing / marge brute | 34,9% vs 32,9% |
| Marge opérationnelle                   | 19,5% vs 21,4% |

# Stratégie de couverture €/\$



\* A données comptables comparables

# Résultat Net

(avant survaleurs et Sociétés mises en équivalence)

| (M€)  | Mars 04            | Mars 03       | Variation %     |
|---|--------------------|---------------|-----------------|
| <b>EBIT</b>   | <b>173,5</b>       | <b>213,8</b>  | <b>(18,8 %)</b> |
| <b>Charges financières</b>  | <b>Organiques:</b> |               |                 |
|   | <b>(59,1)</b>      | <b>(64,4)</b> | <b>(8,2 %)</b>  |
| <b>IAS 27, Consolidation Coopératives EDV:</b>  | <b>(3,9)</b>       |               |                 |
|   | <b>Change:</b>     |               |                 |
|   | <b>(1,1)</b>       | <b>(2,3)</b>  | <b>(52,2 %)</b> |
| <b>Résultat Financier</b>   | <b>(64,1)</b>      | <b>(66,7)</b> | <b>(3,9 %)</b>  |
| <b>Résultat courant avant Impôts</b>  | <b>109,4</b>       | <b>147,1</b>  | <b>(25,6 %)</b> |
| <b>Impôts</b>   | <b>(38,3)</b>      | <b>(50,5)</b> | <b>(24,2 %)</b> |
| <b>%</b>  | <b>35,0</b>        | <b>34,3</b>   |                 |
| <b>Intérêts minoritaires</b>  | <b>(1,0)</b>       | <b>0,1</b>    |                 |
| <b>Résultat net (part du groupe)</b><br>avant survaleurs et sociétés mises en équivalence | <b>70,1</b>        | <b>96,7</b>   | <b>(27,5 %)</b> |

Résultats au 31 mars 2004



RÉMY COINTREAU

# Résultat Net

| (M€)  | Mars 04     | Mars 03      |
|---|-------------|--------------|
| Résultat Net (part du groupe) avant survaleurs et sociétés mises en équivalence | 70,1        | 96,7         |
| Amortissement des survaleurs  | (2,8)       | (2,8)        |
| Mise en équivalence - Maxxium   | 1,8         | 3,7          |
| Mise en équivalence – Dynasty   | 5,1         | 5,3          |
| <b>Résultat Net courant (part du groupe)</b>                                    | <b>74,2</b> | <b>102,9</b> |
| Nombre d'actions (000)  | 44.270      | 44.070       |
| <b>Résultat Net courant / action (part du groupe, €)</b>                        | <b>1,68</b> | <b>2,34</b>  |
| Résultat Net après produits non récurrents (part du groupe)                     | 76,3        | 101,5        |
| <b>Résultat Net par action (part du groupe, €)</b>                              | <b>1,72</b> | <b>2,30</b>  |

# IFRS : échéancier

## Clôture 2003/04

- Normes IFRS les plus significatives
- Processus de conversion
- Calendrier de conversion

## Clôture 2004/05

- Impacts chiffrés

## A partir du 1/04/2005

- Fonctionnement natif en IFRS
- Comparaison historique IFRS / PCG

# IFRS : mise en Oeuvre

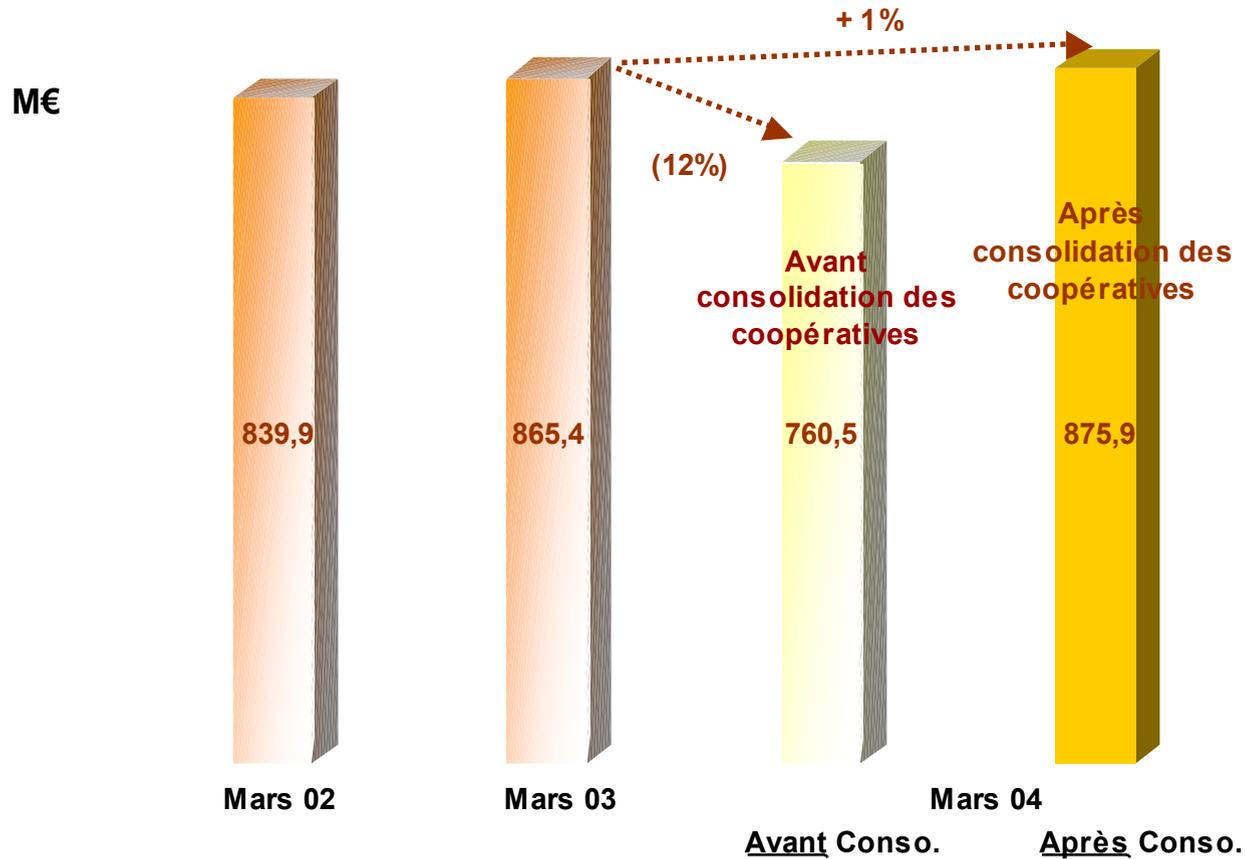
|   |           |   |             |
|---|-----------|---|-------------|
| ✚ | IAS 32/39 | Instruments financiers  | <u>Prêt</u> |
| ✚ | IAS 12/38 | Immobilisations incorporelles<br>Valorisation des Marques<br>Impôts sur le résultat | En cours    |
| ✚ | IAS 27    | Etats financiers consolidés<br>(entités <i>ad hoc</i> )                             | <u>Prêt</u> |
| ✚ |           | Procédures et Systèmes internes   | En cours    |

# LSF / IAS 27:

## consolidation des coopératives d'eaux de vie

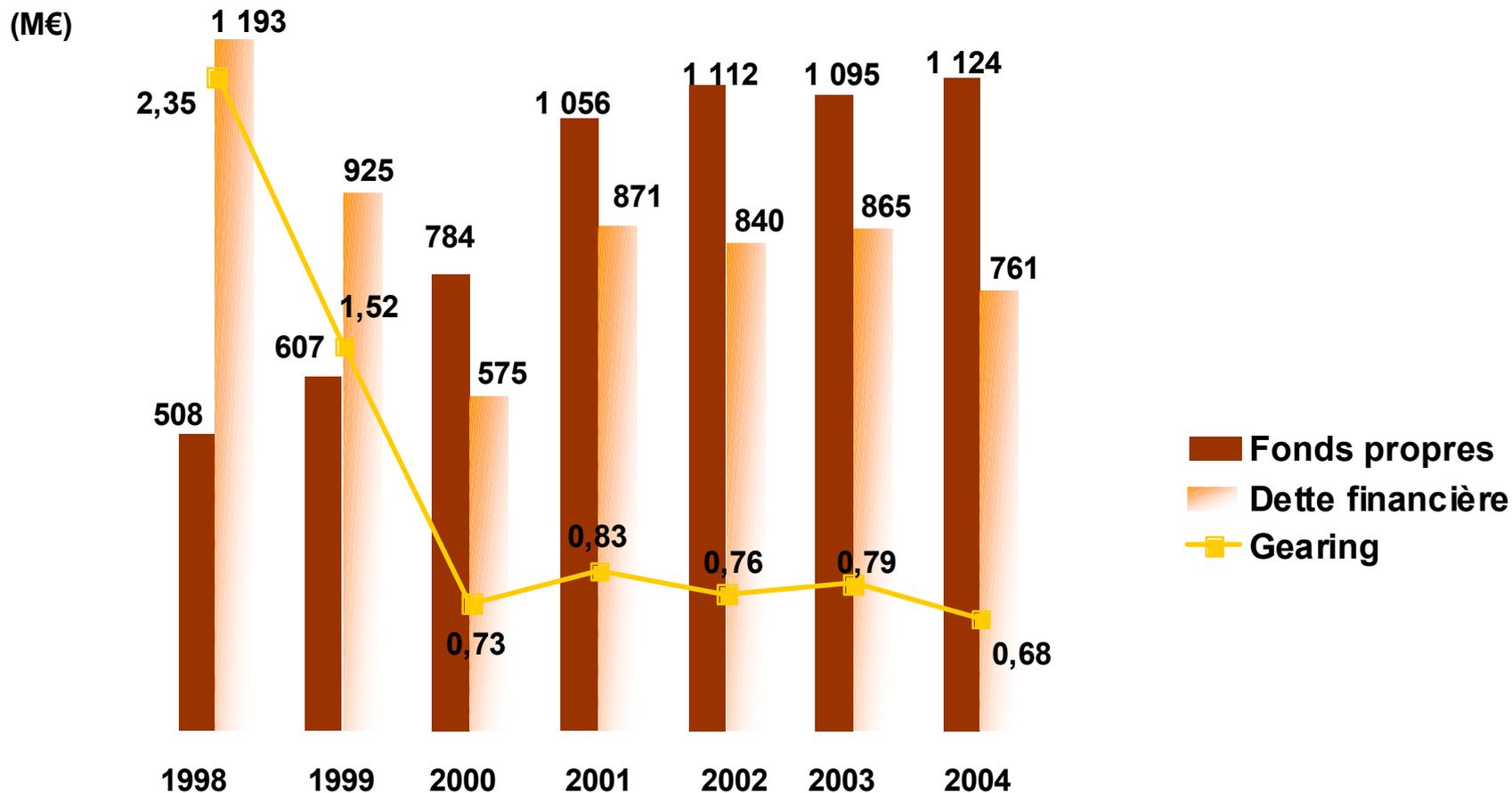
- ❑ La Loi sur la Sécurité Financière du 1er août 2003 a supprimé l'obligation de détention en capital pour déterminer le périmètre de consolidation
- ❑ L'analyse «IFRS» du statut des coopératives qui nous fournissent en eaux-de-vie amène à les considérer comme «entités ad-hoc», et à en consolider l'activité réalisée avec le Groupe
  - ✓ Prise en compte d'une année pleine à dater du 1/04/03, afin de refléter plus fidèlement un cycle complet de production
  - ✓ Amélioration de la transparence de notre *reporting*
  - ✓ Impact sur la dette publiée compensé par la forte réduction intrinsèque de l'endettement
- ❑ Accord donné à l'unanimité par les banques du crédit syndiqué

# Dette financière



# Evolution de la dette financière

(avant consolidation des coopératives)



# Dette & Cash-Flow

## ➤ Avant consolidation des coopératives d'eaux-de-vie

| (M€)                                  | Mars 04 | Mars 03 | Var.   |
|---------------------------------------|---------|---------|--------|
| Dette nette                           | 760,5   | 865,4   | (12 %) |
| Free Cash-flow (courant opérationnel) | 118,4   | 53,6    | 64,8   |

## ➤ Après consolidation des coopératives d'eaux-de-vie

| (M€)                                  | Mars 04 | Mars 03 | Var.    |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|
| Dette nette                           | 875,9   | 865,4   | + 1,2 % |
| Free Cash-flow (courant opérationnel) | 112,3   | 53,6    | 58,7    |

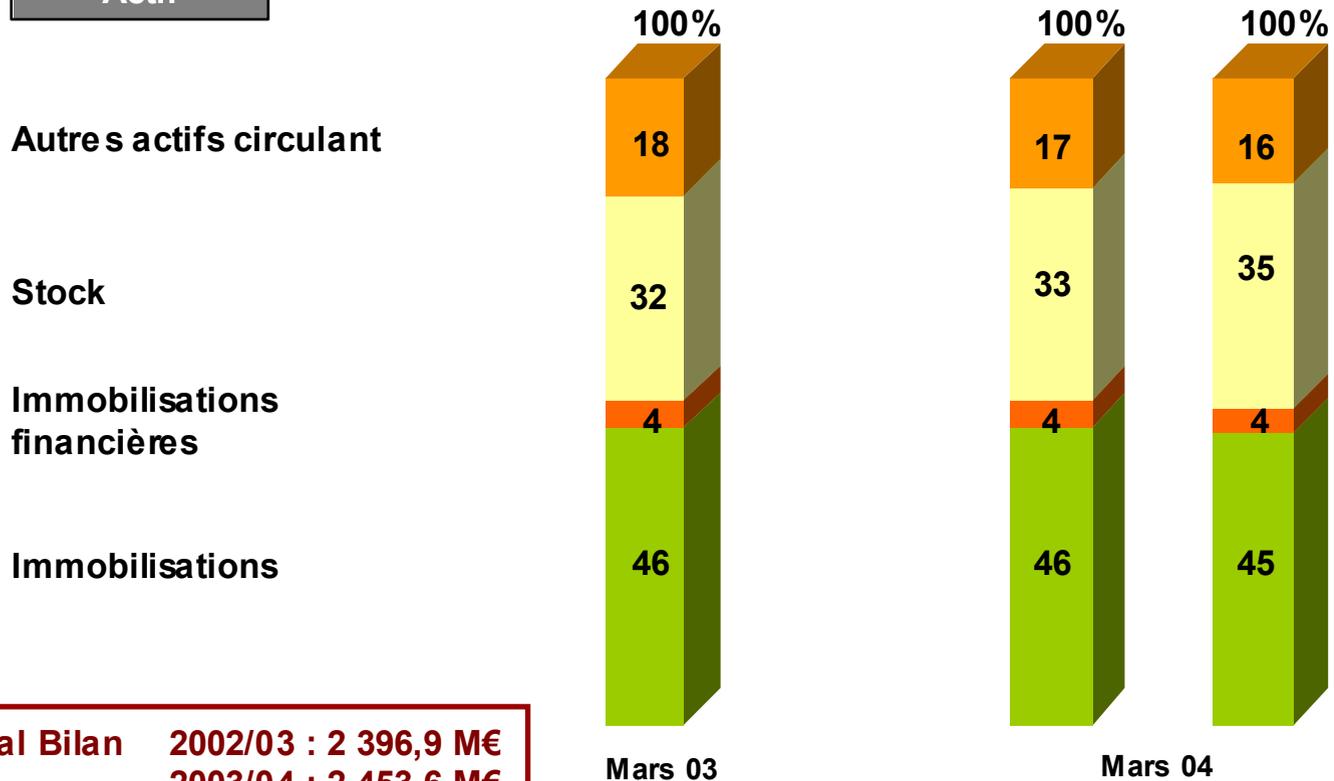
# Maxxium – Chiffres clés

| (M€)   | Au 31 mars* | 2003/04 | 2002/03 |
|--|-------------|---------|---------|
| Chiffre d'affaires géré                        |             | 1 384,0 | 1 402,3 |
| Contribution                                   |             | 203     | 213     |
| % Marge  |             | 14,7    | 15,2    |
| Dépenses & coûts de distribution               |             | (161)   | (161)   |
| % du chiffre d'affaires                        |             | 11,6    | 11,5    |
| Résultat courant avant impôts & survaleurs     |             | 28,0    | 34,8    |
| Contribution au résultat net de Rémy Cointreau |             | 1,8     | 3,7     |

\* Exercice Rémy Cointreau

# Bilan simplifié

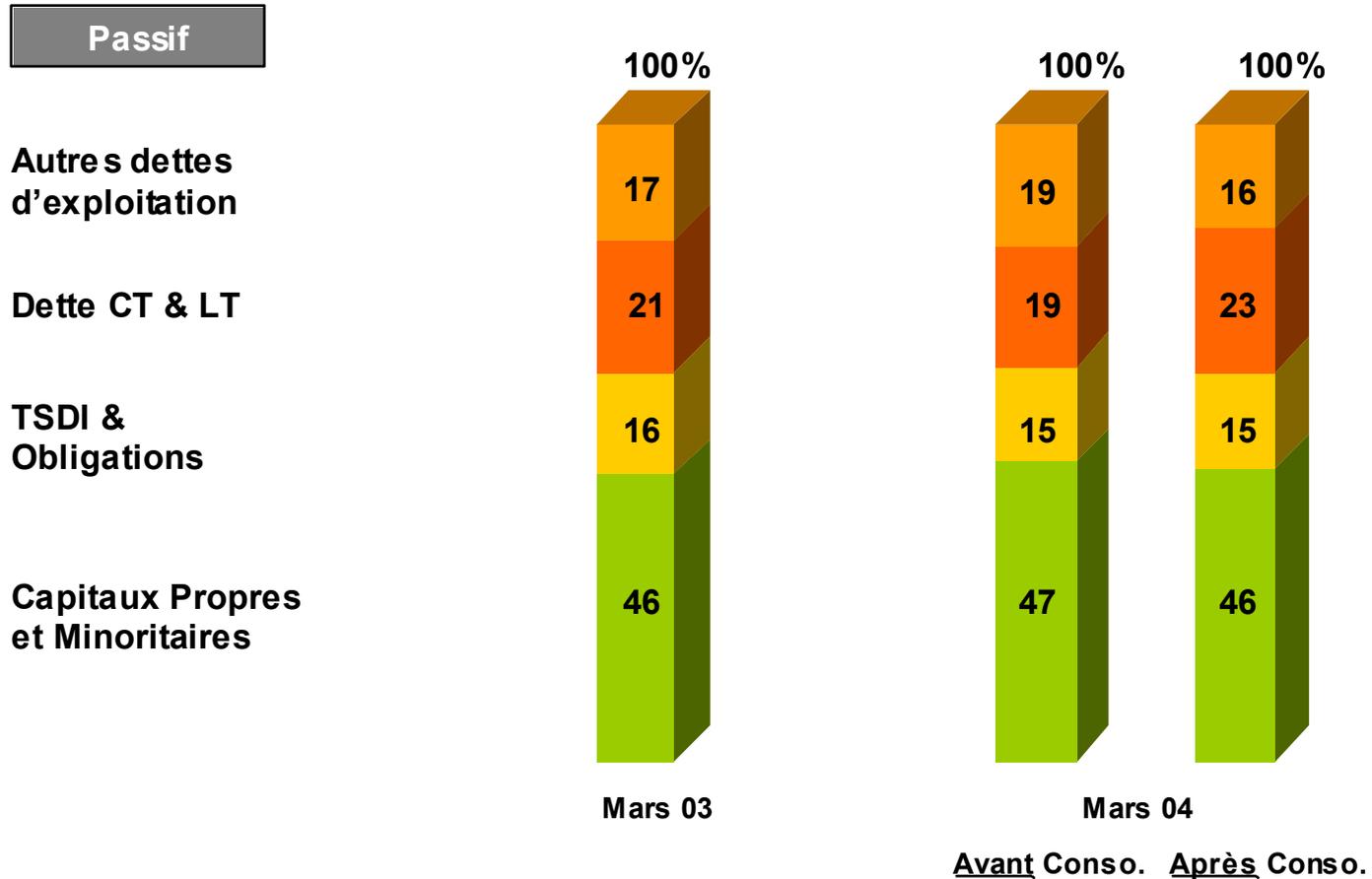
## Actif



**Total Bilan** 2002/03 : 2 396,9 M€  
2003/04 : 2 453,6 M€

Avant Conso. Après Conso.

# Bilan simplifié

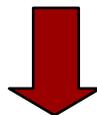


# **2004 - 2005**

## **« Plus vite, plus loin »**

# 2003 - 2004 : Maintien de cap

- **Dans une année complexe, Rémy Cointreau a, une nouvelle fois, su faire preuve de réactivité :**
  - **Renforcement des priorités sur la force et le positionnement des marques**
  - **Accélération de la baisse des coûts**



**Croissance organique du CA et de l'EBIT  
malgré un premier semestre difficile**

# 2004 - 2005 : « Plus vite, plus loin »

- **Accélérer la croissance organique en poursuivant notre stratégie de valeur**
  - **Renforcement des marques-clés**
  - **Montée en gamme du mix**

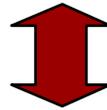


## ➤ **Actions :**

- ➔ **Politique de hausse de prix déterminée**
- ➔ **Investissements marketing accrus et concentrés**
- ➔ **Politique d'innovation agressive**

# 2004 - 2005 : « Plus vite, plus loin »

- **Accélérer la croissance organique en dynamisant les volumes**
  - **Profiter du rebond des marchés prioritaires pour y accélérer le rythme d'expansion**
  - **Développer des relais de croissance organique**
  - **Gagner des parts de marchés**



## ➤ Actions

- ➔ **Rémy Amérique : optimisation du partenariat avec les grossistes**
- ➔ **Maxxium : nouvelle montée en puissance**
- ➔ **Recherche dynamique de partenariats**

# 2004 - 2005 : « Plus vite, plus loin »

## ➤ Poursuite des hausses de prix

- En particulier aux Etats-Unis, en Chine, en Pologne, et dans le *Travel Retail*

## ➤ Initiatives marketing et distribution

Rémy Martin

- Louis XIII
- XO
- VSOP
- Nouvelle communication mondiale
- Gamme Rémy Red

Cointreau / Passoa

- Nouvelle communication mondiale
- Nouvelle présentation Cointreau
- Nouveaux parfums Passoa

# 2004 - 2005 : « Plus vite, plus loin »

## ➤ Poursuite des hausses de prix

- En particulier aux Etats-Unis, en Chine, en Pologne, et dans le *Travel Retail*

## ➤ Initiatives marketing et distribution

**Bols**

- Lancement mondial Bols liqueur
- Bols vodka en Russie et au Brésil
- Bokma rejoint Maxxium, leader aux Pays-Bas

**Champagne**

- Développement des cuvées spéciales Piper-Heidsieck
- Offensive cadeaux

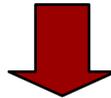
# 2004 - 2005 : « Plus vite, plus loin »

## ➤ Améliorer durablement la rentabilité du groupe

- **«Supply Chain»** : confirmation de l'impact de - 10 M€ sur cet exercice
- **Évolution et adaptation des structures**
  - optimisation des compétences
  - baisse des coûts
- **Poursuite de la restructuration de la dette**
  - réduction par cession d'actifs non stratégiques
  - abaissement du coût moyen

# Début d'exercice 2004 - 2005

- Un dollar toujours faible, mais un effet devise contenu
- Hausses de prix mises en oeuvre
- Reprise du marché mondial du *Travel Retail*
- Confirmation de la croissance en Asie : Chine, Japon, Taïwan
- Un marché américain en croissance durable
- France et Allemagne obèrent la dynamique européenne



**Bonne orientation des ventes (croissance à deux chiffres)**

# 2004 - 2005

Actions sur la valeur



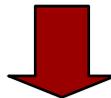
Actions sur la croissance



Actions sur la structure opérationnelle



Actions sur la structure financière



**Croissance organique de l'EBIT à deux chiffres**