



RÉMY COINTREAU

Paris, 15 octobre 2009

Exercice 2009-2010
Chiffre d'affaires semestriel
(avril-septembre 2009)

L'activité renoue avec la croissance au deuxième trimestre

Rémy Cointreau a réalisé au premier semestre 2009/10 un chiffre d'affaires de 362,7 millions d'euros. Ce chiffre, quasi stable par rapport à la même période de l'exercice précédent, reflète une accélération de la dynamique commerciale au deuxième trimestre (+4,2% en publié). Cognac, Liqueurs et Spiritueux renouent avec la croissance, alors que le Champagne demeure affecté par la crise mondiale, même si ce premier semestre est traditionnellement peu significatif pour la catégorie.

(millions €)	6 mois	6 mois	Variation	
	au 30/09/09	au 30/09/08	publiée	Organique*
Cognac	183,1	170,2	+7.6	(2.0)
Liqueurs & Spiritueux	100,7	97,8	+2.9	+0.8
Champagne	35,8	61,4	(41.7)	(42.6)
S/total	319,6	329,4	(3.0)	(8.8)
Marques Partenaires	43,1	35,8	+20.6	+13.2
Total	362,7	365.2	(0.7)	(6.6)

* A taux de change comparables

Cognac – Rémy Martin a enregistré, au deuxième trimestre, une croissance à deux chiffres en publié (+6,7% en organique). L'Asie et l'Océanie en sont les principaux moteurs. Aux Etats-Unis, la tendance reste morose, mais montre des signes d'amélioration. L'Europe présente des situations contrastées, les progressions enregistrées en Allemagne et au Royaume-Uni ne compensent pas la baisse des ventes en Russie.

Liqueurs & Spiritueux – L'activité de la division Liqueurs & Spiritueux est en croissance sur ses principaux marchés (Europe, Etats-Unis, *Global Travel Retail*). A l'exception de Metaxa (Grèce), Cointreau, Passoa, St Rémy et Mount Gay Rum sont en progression sur le semestre.

Champagnes – Dans la conjoncture toujours très défavorable que subit le marché international du Champagne, les ventes enregistrent une forte baisse sur ce semestre.

Marques partenaires – Le développement des marques partenaires provient de la Belgique, de la République Tchèque et des Etats-Unis (Scotch Whiskies).

La bonne évolution de l'endettement du groupe à fin septembre permettra, comme prévu, le respect du covenant bancaire (*Dette/Ebitda*) de son crédit syndiqué.

Rémy Cointreau maintient sa stratégie de valeur à long terme et concentre ses investissements sur le développement de ses grandes marques. Les premiers effets de son nouveau modèle de distribution sont d'ores et déjà très positifs. Le groupe a su tirer parti de ce nouvel atout qui lui permet de faire face avec détermination à l'environnement économique difficile auquel sont confrontés certains de ses marchés.

Contacts :

Analystes : Hervé Dumesny – 01 44 13 45 50

Presse : Joëlle Jezequel – 01 44 13 45 15