



RÉMY COINTREAU

Paris, le 21 octobre 2010

**Exercice 2010-2011**  
**Chiffre d'affaires semestriel**  
**(avril-septembre 2010)**

Rémy Cointreau a réalisé au premier semestre 2010/2011 un chiffre d'affaires de 428,2 millions d'euros, en hausse de 18,3% (+11,3% en organique).

La croissance soutenue de l'activité confirme le travail remarquable réalisé par le nouveau réseau de distribution et la pertinence des investissements derrière le dynamisme des marques du groupe.

Les trois grandes zones géographiques sont en progression. La dynamique reste très forte en Asie. Les ventes aux Etats-Unis s'améliorent au deuxième trimestre. L'Europe réalise une croissance plus modérée, montrant cependant de belles performances en Russie, au Royaume Uni et en France.

<i>(millions €)</i>	6 mois	6 mois	Variation %	
	au 30/09/10	au 30/09/09	publiée	Organique*
Cognac	237,0	182,8	+ 29,6	+ 20,7
Liqueurs & Spiritueux	99,8	100,3	- 0,5	- 5,5
Champagne	41,4	35,8	+ 15,7	+ 11,9
<b>S/total Marques du Groupe</b>	<b>378,2</b>	<b>318,9</b>	<b>+ 18,6</b>	<b>+ 11,5</b>
Marques Partenaires	50,0	43,0	+ 16,2	+ 10,1
<b>Total</b>	<b>428,2</b>	<b>361,9</b>	<b>+ 18,3</b>	<b>+ 11,3</b>

\* A taux de change comparables

**Cognac** – Au premier semestre, Rémy Martin enregistre une croissance de 20,7% en organique. La Chine et le *Travel Retail* en sont les principaux moteurs. Aux Etats-Unis, la tendance continue de s'améliorer avec une reprise notable des qualités supérieures. L'Europe est tirée par des progressions en Russie et dans les pays nordiques, mais présente une situation plus contrastée en Europe de l'Ouest.

**Liqueurs & Spiritueux** – La division Liqueurs & Spiritueux continue à être influencée négativement par la baisse de Metaxa (Grèce et Allemagne). Les autres marques enregistrent une légère croissance de leur chiffre d'affaires. On note les belles progressions de Cointreau sur le marché stratégique des Etats-Unis et de Mount Gay Rum sur ses grands marchés (Caraïbes, Australie, Etats-Unis).

**Champagne** – Avec une hausse de son chiffre d'affaires de 11.9% en organique, le champagne poursuit sa croissance, particulièrement en Europe - portée par la France et le Royaume Uni.

**Marques partenaires** – Le développement des marques partenaires (+10,1% en organique) provient essentiellement de la bonne tenue des Scotch whiskies aux Etats-Unis.

La solidité financière du groupe permettra, comme prévu, le respect du covenant bancaire (*Dette/Ebitda*) à fin septembre 2010.

Le 1<sup>er</sup> semestre a profité d'une évolution Euro / Dollar favorable pour le groupe par rapport à l'année précédente, en particulier sur la période Avril / Juin 2010.

Dans un environnement économique - certes en amélioration- mais toujours incertain, Rémy Cointreau maintient sa stratégie de valeur à long terme. Le groupe continuera à tirer profit de son réseau de distribution efficace et soutiendra ses grandes marques par des investissements marketing renforcés dans les marchés prioritaires.

Contacts Analystes : Frédéric Pflanz – 01 44 13 44 34  
Presse : Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15

**Annexe : répartition des ventes par activités et par trimestre**

## ANNEXE 1

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

#### Exercice 2010-2011

(en millions d'euros)	Cognac	Liqueurs & spiritueux	Champagnes	Marques partenaires	Total
Premier trimestre	90,9	42,1	16,7	21,2	170,9
Deuxième trimestre	146,1	57,7	24,7	28,7	257,2
Total des ventes	237,0	99,8	41,4	50,0	428,2

#### Exercice 2009-2010

(en millions d'euros)	Cognac	Liqueurs & spiritueux	Champagnes	Marques partenaires	Total
Premier trimestre	63,5	42,0	13,6	19,2	138,3
Deuxième trimestre	119,3	58,4	22,2	23,8	223,6
Total des ventes	182,8	100,3	35,8	43,0	361,9