



RÉMY COINTREAU

Exercice clos au 31 mars 2011

## Résultat annuel consolidé

9 Juin 2011

---

Dominique Hériard Dubreuil  
Président

# Stratégie de valeur à long terme

- Choisir le haut de gamme, résolument profitable, et dans la durée
- Accélérer la croissance des marques sur leurs marchés clés
  - Soutenir efficacement et fortement ce développement
  - Être au plus près des clients
  - Équilibrer les ventes dans le Monde



# Performances

(avant reclassement du Champagne)

		Organique	Publié
■ Chiffre d'affaires* :	908,1 M€	+6,4%	+12,4%
➤ dont marques propres:	797,6 M€	+6,5%	+12,5%
■ Résultat opérationnel courant :	170,3 M€	+11,2%	+21,6%
■ Marge opérationnelle courante :	18,7%		

*\*Inclut les ventes ne transitant pas par le réseau de Rémy Cointreau*



# Performances

(après reclassement du Champagne)

- Chiffre d'affaires : **907,8 M€**
  - dont marques propres\* : **694,0 M€**
- **Résultat opérationnel courant** : **167,0 M€**
- Marge opérationnelle courante : **18,4 %**
- **Résultat net part du groupe**  
(hors éléments non récurrents) **107,5 M€**
- Résultat net part du groupe\*\* : **70,5 M€**
- *Dette financière nette* : **328,9 M€**
- **Ratio Dette nette / EBITDA** : **2,19**

Organique	Publié
+6,4%	+12,4%
+6,8%	+13,4%
+8,0%	+17,6%

**+16,7%**

\* Après reclassement du champagne dans Marques Partenaires

\*\* Après provision pour dépréciation d'actif



# Revue des activités

Jean-Marie Laborde

Directeur général

# Belle performance annuelle 2010-2011

- Toutes les régions sont en progression
  - Asie et Travel retail : les moteurs de croissance
  - Reprise de la demande sur les marchés traditionnels
- Renforcement du réseau de distribution sur les marchés porteurs et émergents
- Investissement continu dans les marques prioritaires
- Amélioration de l'effet prix/mix
- Evolution très favorable du cash flow
- Réduction sensible de la dette nette



# Belle performance annuelle 2010-2011

## Marques

- Excellente performance de Rémy Martin
- Croissance de Cointreau
- Bonne reprise de Piper-Heidsieck
- Dynamique commerciale des marques partenaires

## Marchés

- Maintien d'une forte croissance en Asie et dans le Travel retail
- Reprise aux Etats-Unis et en Europe
- Reprise en direct du réseau au Japon (Avril 2011)



# Evolution du chiffre d'affaires par activité

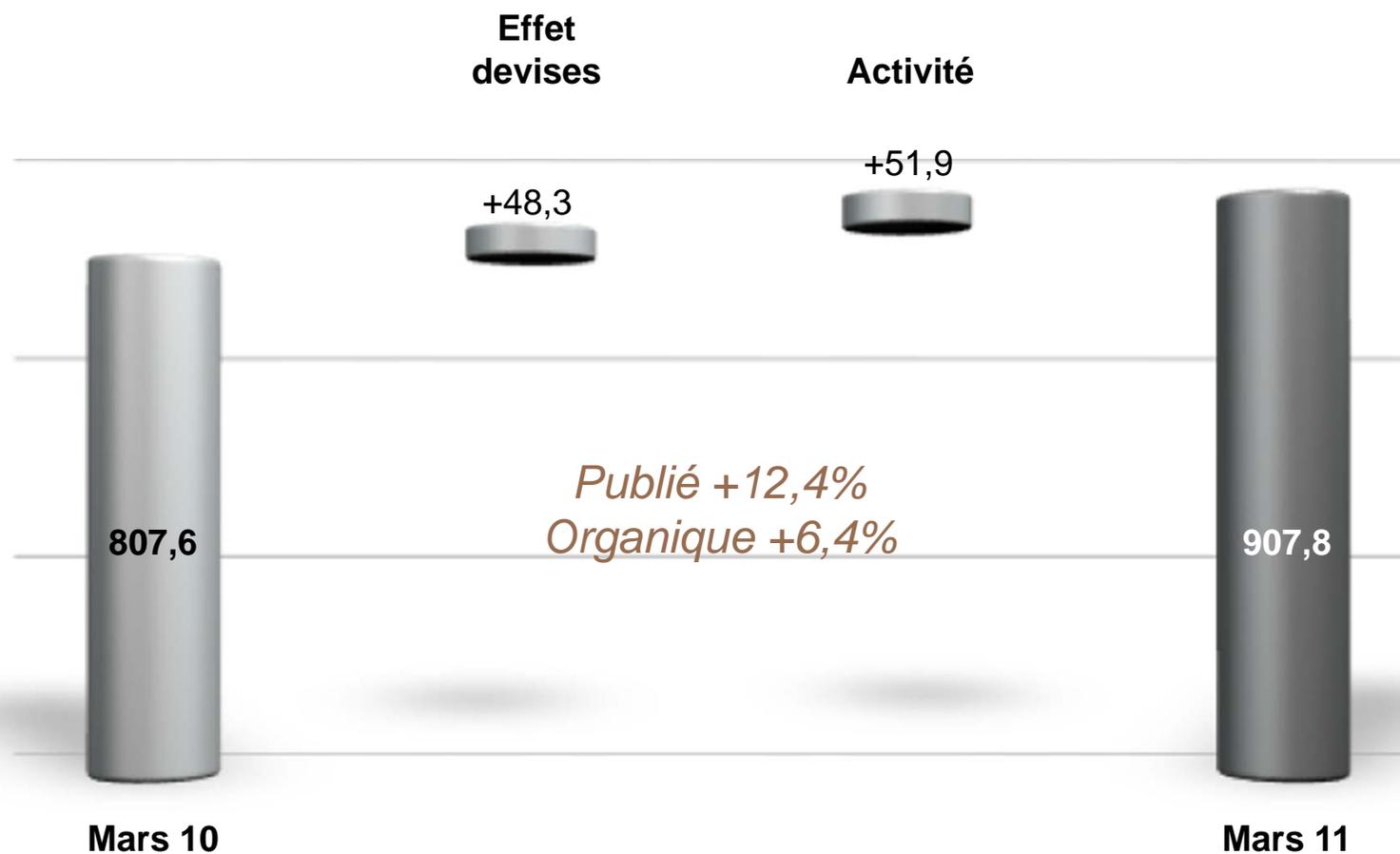
	Variation %	
	Organique	Publiée
<b>12 mois</b>		
Cognac	+12,1	+19,8
Liqueurs & spiritueux	(3,7)	+0,7
s/total Marques du groupe	+6,8	+13,4
Marques partenaires *	+5,4	+9,4
<b>Total</b>	<b>+ 6,4</b>	<b>+ 12,4</b>

*\*Après reclassement du champagne dans Marques Partenaires*

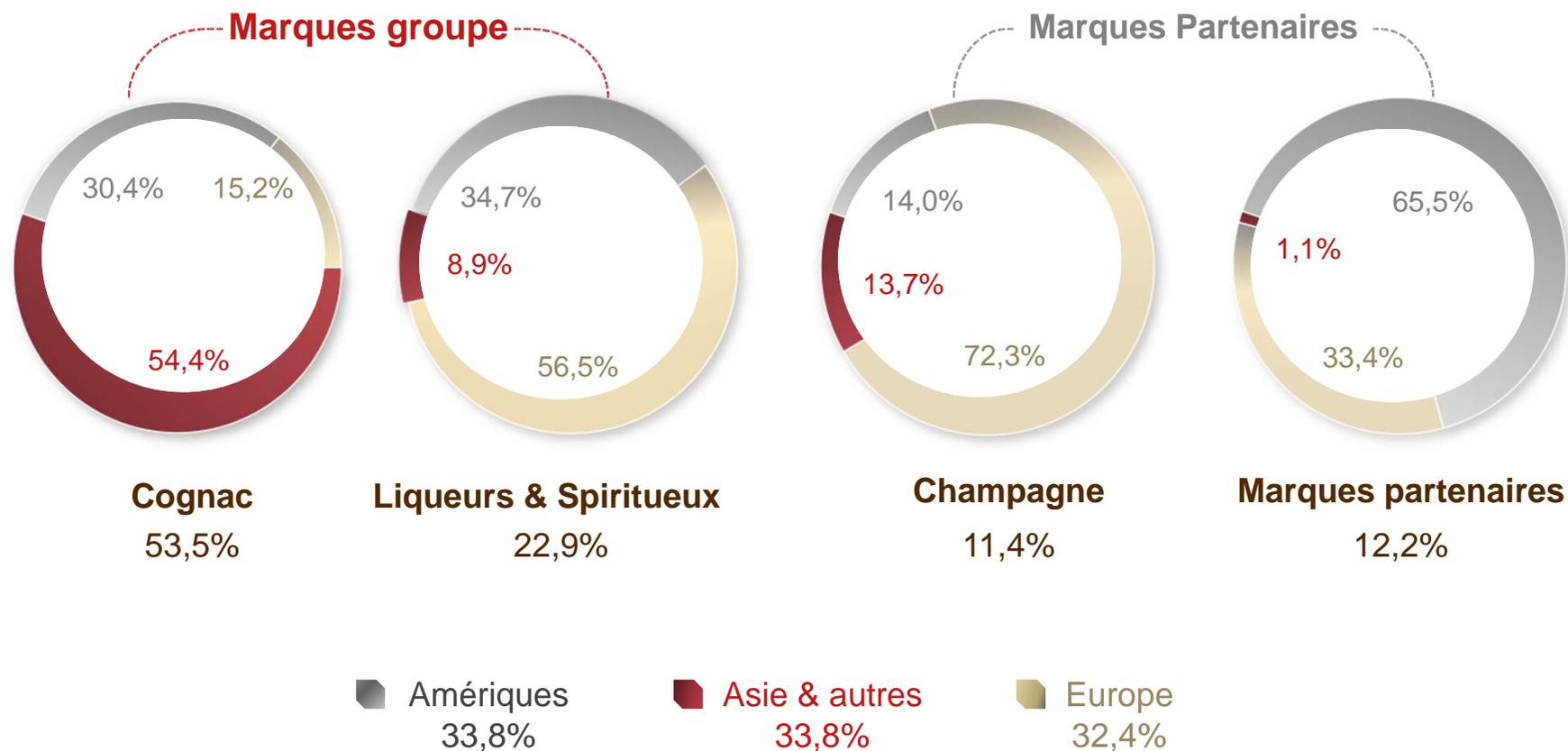


# Chiffre d'affaires groupe

M€

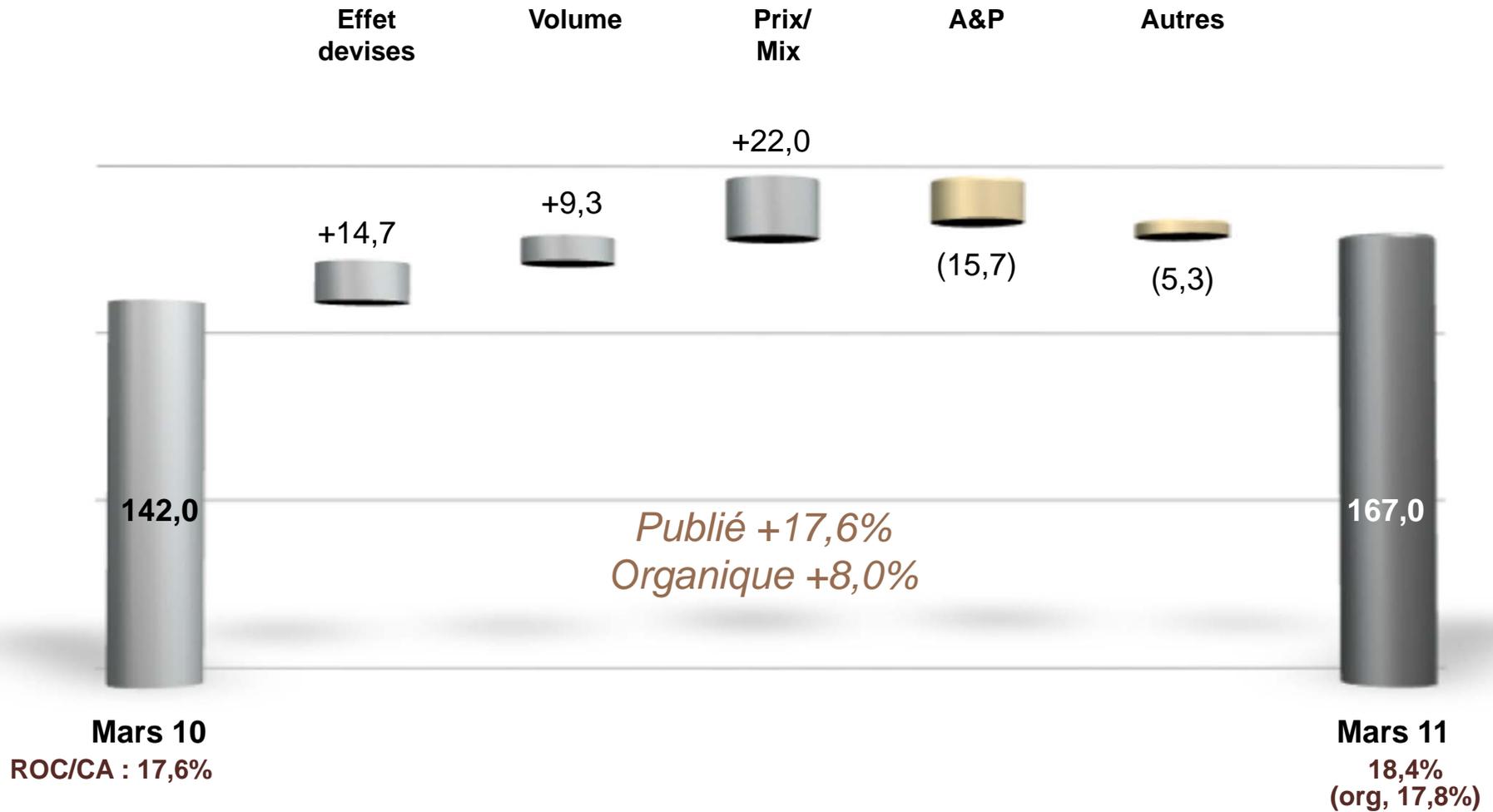


# Répartition du chiffre d'affaires (par activité et par région, total groupe)



# Hausse du résultat opérationnel courant groupe\*

M€



\*Après reclassement du champagne



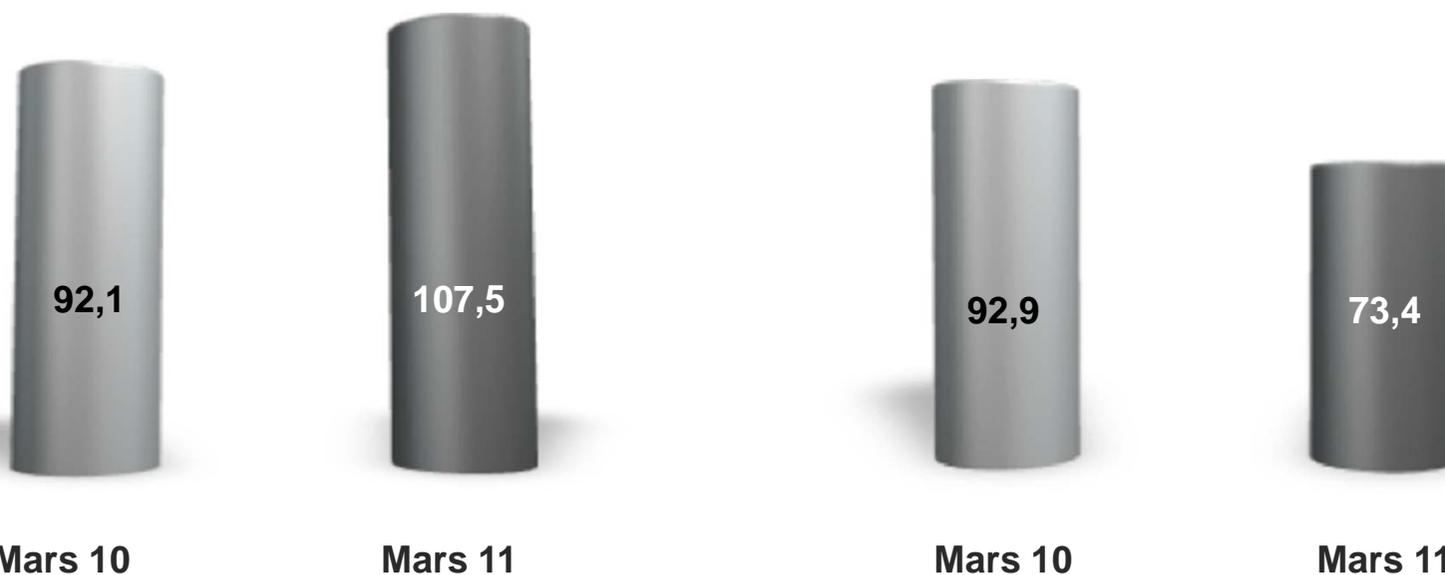
# Résultat Net\*

M€

Résultat net hors éléments non récurrents

Résultat net des activités poursuivies\*\*

+16,7%



\* Après provision pour dépréciation de la marque Metaxa pour 34 M€ (effet net d'impôt)

\*\*Après reclassement du champagne



# Cognac

## Forte croissance tirée par les qualités supérieures

Ventes en volume (000 caisses)

+6,5%

1 545

Mars 10

1 645

Mars 11

Chiffre d'affaires (M€)

Publié +19,8%  
Organique +12,1%

405,7

Mars 10

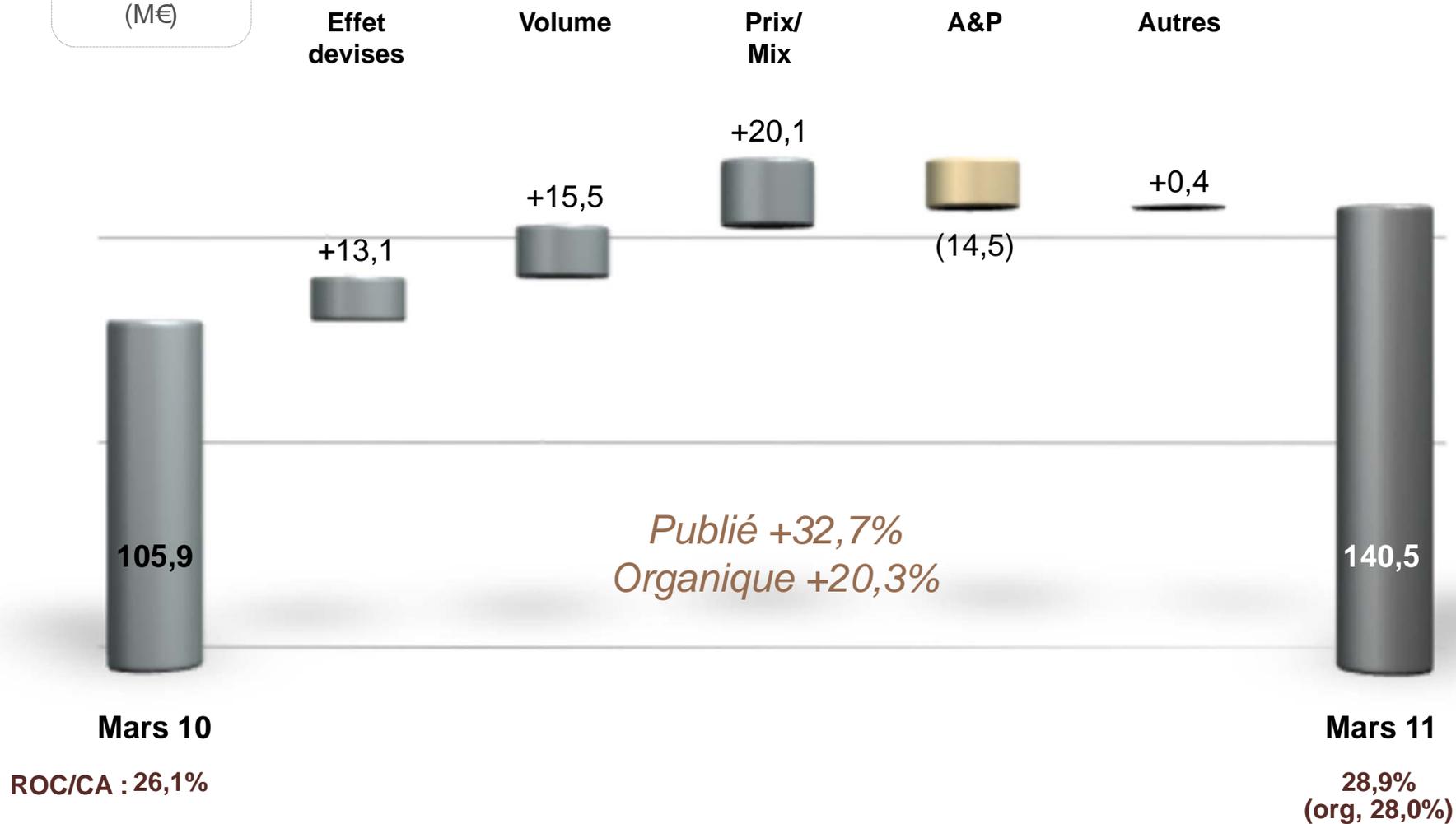
486,0

Mars 11



# Cognac

Résultat opérationnel courant (M€)



# Liqueurs & Spiritueux

Ventes en volume (000 caisses)



Chiffre d'affaires (M€)



# Liqueurs & Spiritueux

Résultat opérationnel courant (M€)

Effet devises

Volume

Prix/Mix

A&P

Autres

+0,7

+1,9

(5,3)

(1,2)

(5,1)

51,6

Publié (17,4)%  
Organique (18,8)%

42,6

Mars 10

Mars 11

ROC/CA : 25,0%

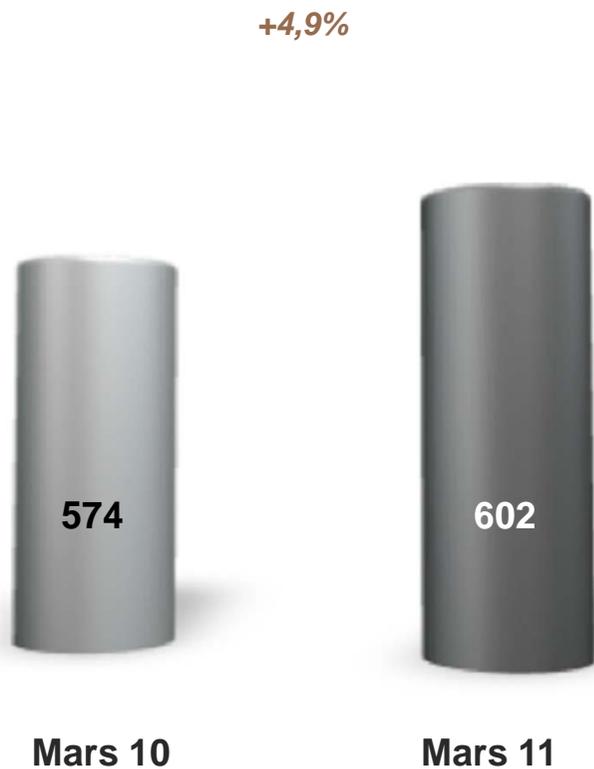
20,5%  
(org, 21,1%)



# Champagne

(avant reclassement du champagne)

Ventes en volume (000 caisses)



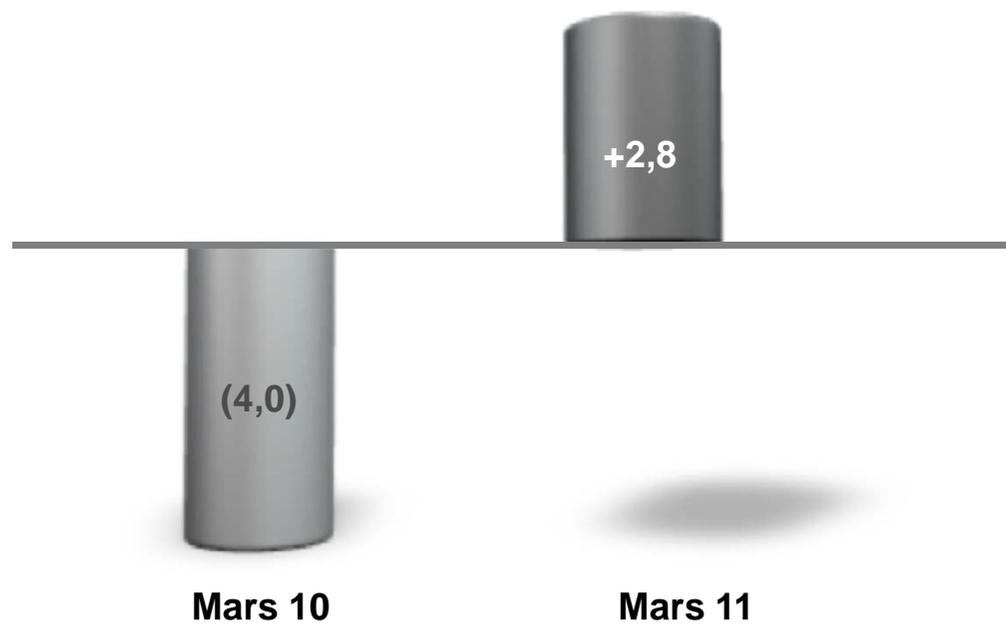
Chiffre d'affaires (M€)



# Champagne

(avant reclassement du champagne)

Résultat  
opérationnel  
courant  
(M€)



# Marques Partenaires (avant reclassement du champagne)

Chiffre d'affaires (M€)

*Publié +11,6%*  
*Organique +6,2%*



Mars 10

Mars 11

Résultat opérationnel courant (M€)



Mars 10

Mars 11



# Résultats annuels consolidés

Frédéric Pflanz  
Directeur Financier

## Structure du résultat opérationnel courant\*

(M€)	2011	2010
Chiffre d'affaires	907,8	807,6
Marge brute	518,3	445,9
en %	57,1%	55,2%
Frais commerciaux	(284,4)	(238,8)
Frais administratifs	(72,8)	(70,3)
Autres produits & charges	5,9	5,2
Résultat opérationnel courant	167,0	142,0
<b>Marge opérationnelle courante</b>	<b>18,4%</b>	<b>17,6%</b>

\* Après reclassement du champagne suite à la cession le 31 mai 2011



# Résultat Net

(M€)	2011	2010
Résultat opérationnel courant	167,0	142,0
Autres produits et charges opérationnels	(46,5)	(2,2)
dont <i>provision pour dépréciation de la marque Metaxa</i>	(45,0)	-
Résultat opérationnel	120,5	139,8
<b>Résultat financier</b>	<b>(29,7)</b>	<b>(19,3)</b>
Résultat avant impôts	90,8	120,5
Impôts	(21,7)	(32,5)
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	4,3	4,9
Résultat Net des activités cédées	(2,8)	(3,9)
<b>Résultat Net part du groupe</b>	<b>70,5</b>	<b>86,3</b>
<b>Résultat Net part du groupe hors éléments non récurrents</b>	<b>107,5</b>	<b>92,1</b>

*Après reclassement du champagne*



# Résultat Financier

(M€)	2011	2010
Coût de l'endettement financier net	(27,3)	(22,0)
(dont coûts de remboursement anticipé)	(3,7)	-
Dette financière nette moyenne	561,0	642,8
Taux d'intérêt moyen*	4,97%	3,86%
Autres produits et charges financières	(2,4)	2,7
<b>Résultat financier</b>	<b>(29,7)</b>	<b>(19,3)</b>

*\*hors coûts de remboursement anticipé et avant reclassement du Champagne*



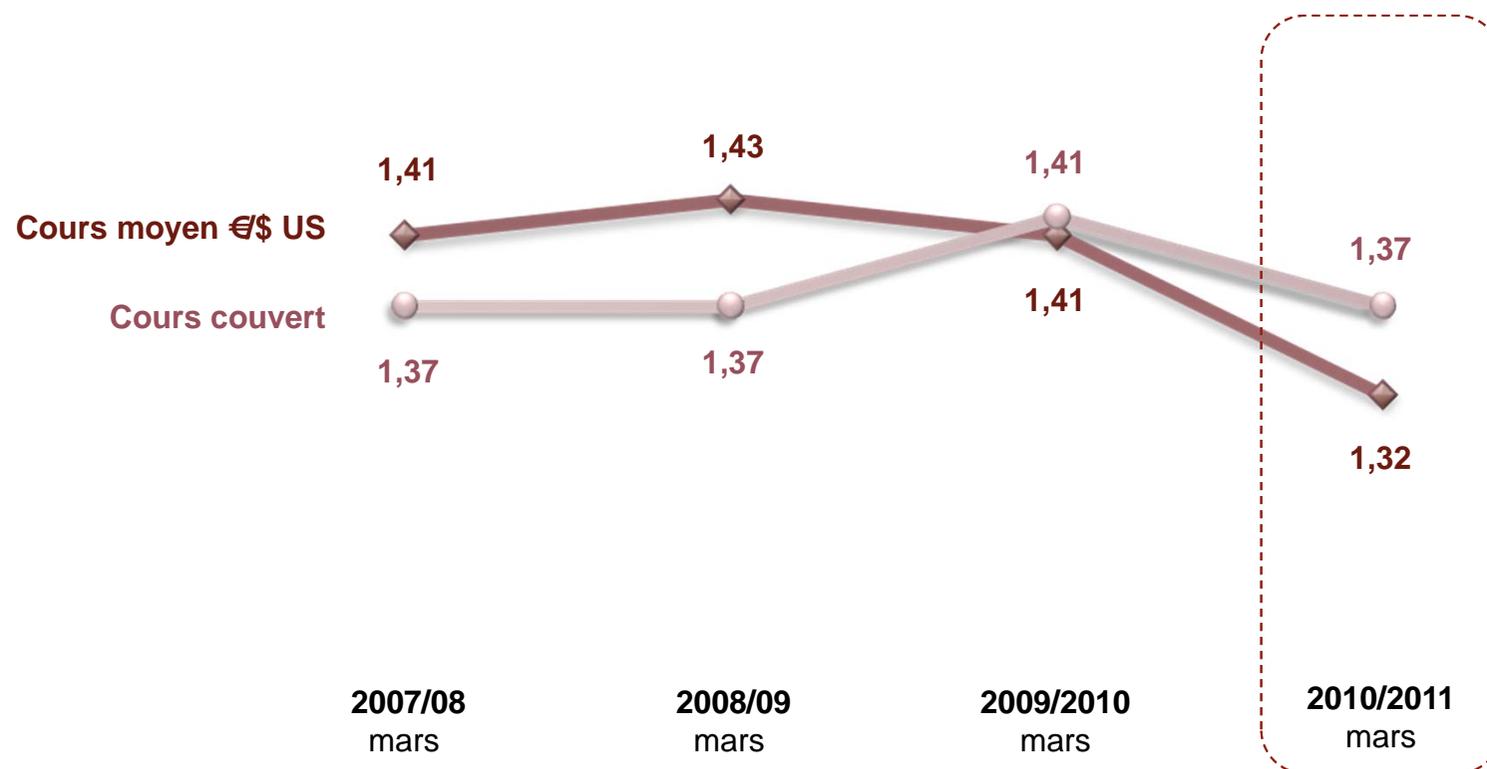
## Dette financière & Cash-flows

(M€)	2011	2010
Dette Nette	328,9	501,4
Flux nets de trésorerie d'exploitation des activités poursuivies	173,3	95,7
Encaissement prêt vendeur	61,8	-
Flux nets de trésorerie des activités en cours de cession	9,2	(3,2)
Autres (dont investissements industriels)	(27,5)	(35,3)
<b>Cash Flows avant flux de financement</b>	<b>216,8</b>	<b>57,2</b>

*Ratio Dette nette/EBITDA =2,19*



# Change : impact des couvertures



# Bilan au 31 Mars

	<i>Actif</i>		<i>Passif</i>	
	2011	2010	2011	2010
<b>Actifs non courants</b>	<b>694</b>	1 001	<b>Capitaux propres</b>	1 019
<b>Actifs courants</b>	<b>1 416</b>	1 230	<b>Passifs courants et non courants</b>	710
<i>dont Stocks</i>	699	970		
<i>dont créances clients et autres</i>	232	260		
<i>dont actifs destinés à être cédés</i>	485	-		
<b>Trésorerie</b>	<b>81</b>	86	<b>Dette financière brute</b>	588
<b>Total Actif</b>	<b>2 191</b>	2 317	<b>2 191</b>	2 317



## Evénement postérieur à la clôture

- Le 31 mai 2011, le groupe a conclu un contrat de cession avec EPI pour sa branche Champagne pour une Valeur d'Entreprise de 412 M€
- Cette cession devrait être réalisée au début de l'été
- Rémy Cointreau conserve l'intégralité de la distribution des marques Piper-Heidsieck, Charles Heidsieck et Piper Sonoma

### **Objectifs :**

- Poursuivre la stratégie haut de gamme sur les marques premium
- Poursuivre l'expansion géographique dans les pays à fort potentiel
- Déployer les actifs vers des activités à plus forte rentabilité



# Perspectives 2011 - 2012

- Confiance renforcée sur toutes les régions
- Environnement "devises" moins favorable
- Concentration sur les produits à forte valeur ajoutée
- Politique d'innovation produit agressive et soutien aux marques renforcées
- Gestion rigoureuse des coûts
- Structure financière de 1<sup>er</sup> plan
- Nouvelles opportunités de croissance à moyen terme

