



RÉMY COINTREAU

Paris, 25 novembre 2009

Exercice 2009-2010
Résultat du 1^{er} semestre 2009

Rentabilité soutenue dans un contexte économique défavorable

Résultat opérationnel courant : + 4,8 %
Marge opérationnelle: 18,1%

Le groupe Rémy Cointreau enregistre une croissance de +4,8 % (+2,0% en organique) de son résultat opérationnel courant à 65,5 M€, et une marge opérationnelle de 18,1%, en progression d'un point sur l'année précédente. Cette évolution est d'autant plus notable qu'elle s'effectue dans un environnement économique particulièrement difficile.

Le groupe a poursuivi sa politique de prix ambitieuse, particulièrement sur le cognac en Chine et en Asie du Sud Est, où Rémy Cointreau contrôle désormais sa distribution. Ceci a permis de compenser l'effet de la conjoncture morose constatée dans d'autres zones géographiques, mais aussi dans l'activité du champagne, très fortement affectée par la crise économique.

Chiffres clés

	2009 au 30 sept	2008 au 30 sept	Variation %	
			brute	organique *
▪ Chiffre d'affaires	361,9	365,2	-0,9	-6,8
▪ Résultat opérationnel courant	65,5	62,5	4,8	2,0
▪ Marge opérationnelle %	18,1	17,1		18,7
▪ Autres produits et charges opérationnelles	(0,6)	19,4		
▪ Résultat opérationnel	64,9	81,9		
▪ Résultat financier	(10,4)	(16,3)		
▪ Résultat net (part du groupe)	39,8	48,3		
▪ Dette nette	526,2	437,1		

* la variation organique est calculée à cours de change constants par rapport à l'exercice précédent.

Résultat opérationnel courant des activités*

(M€)	2009	2008	Variation%	
	au 30 sept.	au 30 sept.	publiée	organique
Cognac	46,3	44,4	+ 4,3	(3,6)
Liqueurs & Spiritueux	24,6	23,0	+7,0	+ 11,5
Champagne	(3,7)	4,3	N/A	N/A
s/total Marques groupe	67,2	71,7	(6,3)	(8,4)
Marques Partenaires	4,3	(2,1)	N/A	N/A
Frais Holdings	(6,0)	(7,1)	(15,5)	(15,5)
Résultat opérationnel courant	65,5	62,5	+ 4,8	+ 1,9

* l'application de la norme comptable IFRS 8 a entraîné un changement de présentation du résultat opérationnel courant par segments opérationnels. Les frais de Holdings ne sont dorénavant plus ventilés par segment mais présentés séparément. Les données comparatives ont été retraitées.

Cognac – Rémy Martin profite pleinement de la dynamique des marchés chinois. Les qualités haut de gamme et très haut de gamme ont enregistré les meilleures progressions, confirmant le potentiel de Rémy Martin dans cette région du monde. L'effet de la pleine intégration de la distribution a été très positif. Aux Etats-Unis, la situation économique reste morose, même si le deuxième trimestre a montré des signes d'amélioration. En Europe, les bonnes performances enregistrées au Royaume-Uni et en Allemagne n'ont pas permis de compenser la baisse des ventes en Russie.

Le résultat opérationnel courant, de 46,3 M€, est en croissance de 4,3% (-3,6% en organique). La marge opérationnelle s'établit à 25,3% vs 26,1% en 2008, alors que les investissements marketing ont été maintenus, voire renforcés sur les marchés asiatiques.

Liqueurs & Spiritueux – L'ensemble de l'activité affiche un chiffre d'affaires stable et un résultat opérationnel courant en hausse de 7,0% à 24,6 M€ (+11,5% en organique). La marge opérationnelle courante à 24,5% (23,5% en 2008) reflète le moindre poids des ventes de Metaxa en Grèce, alors que Cointreau, Passoa, Mount Gay Rum et St Rémy sont en croissance sur ce semestre.

Champagne – Les ventes de Champagne, en très fort recul, comme observé sur le marché international, reflètent l'impact amplifié de la crise économique. Avec un résultat opérationnel courant et une marge opérationnelle en forte baisse, les investissements marketing ont été maintenus. Il est rappelé que la forte activité du champagne se situe au troisième trimestre.

Marques Partenaires – La progression de +12,8% (organique) du chiffre d'affaires est notamment due à l'intégration des marques distribuées par les filiales reprises fin 2008-09 en Europe. Le résultat opérationnel dégagé par l'activité est de 4,3 millions €.

Résultats consolidés

Le chiffre d'affaires, de 361,9 millions €, est quasi stable par rapport à la même période de l'année précédente, soit -0,9% (-6,8% en organique).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 65,5 M€, en croissance de +4,8% (+1,9% en organique). **La marge opérationnelle courante** progresse d'un point à 18,1% (18,7% en organique) par rapport à septembre 2008. Avec son nouveau modèle de distribution, le groupe a intégré un niveau de chiffre d'affaires supérieur, en contrepartie duquel la totalité des frais de fonctionnement des structures de distribution et des investissements publi-promotionnels est désormais consolidée (précédemment inclus dans les prix de cession vers le réseau Maxxium).

Le résultat opérationnel, de 64,9 M€, est stable si l'on exclut l'impact non récurrent d'un produit net de 19,4 M€ lié aux opérations de sortie de Maxxium au 30 septembre 2008.

Le résultat financier, de (10,4) M€, s'améliore de manière significative. Le poste "Autres produits et charges financiers" comprenait au 30 septembre 2008 une charge non récurrente de 4,9 millions €, liée à la provision pour indemnité Maxxium. Sur la période, la baisse des taux d'intérêt permet de compenser l'effet de la hausse de l'endettement moyen.

Le résultat net des activités poursuivies s'inscrit à 39,4 M€, après prise en compte d'une charge d'impôts de 16,7 millions € (soit un taux effectif de 30,7%). La quote-part du résultat des entreprises associées s'établit à 1,6 millions €, en amélioration d'1 millions €.

Le résultat net part du groupe s'élève à 39,8 M€, soit un résultat par action de 0,84€.

La dette nette, à 526,2 M€, est quasi stable par rapport au niveau de mars 2009 (531,9 millions €). L'effet net de la sortie de Maxxium a conduit le groupe à augmenter son endettement moyen. Au 30 septembre 2009, le covenant bancaire du crédit syndiqué s'élève à 3,24 (2,99 en mars 2009). Le management de Rémy Cointreau est confiant dans la capacité du groupe à le respecter pour les semestres à venir.

Perspectives

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 à l'environnement économique difficile auquel sont confrontés certains de ses marchés.

Il reste confiant dans sa capacité à traverser avec succès cette période de conjoncture défavorable, grâce à la puissance de ses marques, à la dynamique de ses nouvelles ressources commerciales et à la maîtrise de ses coûts. Il anticipe une légère croissance organique de son résultat opérationnel courant à fin mars 2010.

Contacts:

Hervé Dumesny(analystes): 01 44 13 45 50

Joëlle Jézequel (presse): 01 44 13 45 15

Le rapport financier semestriel est disponible sur le site www.remy-cointreau.com