



RÉMY COINTREAU

Paris, le 18 avril 2013

Chiffre d'affaires consolidé 12 mois (avril 2012 - mars 2013)

Un chiffre d'affaires en progression de 16,3%

Rémy Cointreau réalise un chiffre d'affaires de 1.193,3 millions d'euros sur les 12 mois de l'exercice clos au 31 mars 2013, en hausse de 16,3% (+ 8,8% de croissance organique). Les marques du groupe progressent de 18,6% (+10,3% en organique). Cette performance est d'autant plus remarquable qu'elle se compare à un exercice précédent déjà en croissance à deux chiffres.

Sur l'ensemble de l'année, l'effet de change s'établit à +6,8% alors que l'effet périmètre, lié aux acquisitions, est de +0,7%. Le quatrième trimestre enregistre une croissance organique supérieure à la croissance annuelle, +12,4%, sous l'effet positif du décalage de la date du nouvel an chinois.

Les Etats-Unis et l'Asie poursuivent un rythme de croissance soutenu avec un taux à deux chiffres. L'Europe, malgré un environnement économique contrasté, contribue également à la performance.

Jean-Marie Laborde, directeur général, commente :

« Cette performance confirme les choix stratégiques du groupe engagés depuis plusieurs années. Nos résultats sont tirés par la montée en gamme de l'ensemble du portefeuille de marques, des innovations soutenues par des investissements ciblés et par le savoir-faire de notre réseau commercial dans le monde.

Sur cet exercice, nous avons encore renforcé nos positions et confirmons notre stratégie de valeur et de long terme ».

Répartition des ventes par division:

(€ millions)	12 mois au 31/3/13	12 mois au 31/3/12	Variation %	
			publiée	organique *
Rémy Martin	719,7	592,5	21,5	12,7
Liqueurs & Spiritueux	239,1	215,8	10,8	3,9
S/total marques Groupe	958,9	808,3	18,6	10,3
Marques Partenaires	234,4	217,8	7,6	3,0
Total	1 193,3	1 026,1	16,3	8,8

* à périmètre et à taux de change comparables

Rémy Martin réalise une quatrième année de croissance organique à deux chiffres, +12,7% (+21,5% en publié). La politique continue de montée en gamme, de hausses de prix conjugués avec des innovations très qualitatives et une croissance en volume plus modérée, en ligne avec notre vision à long terme, ont contribué à ce bon résultat.

L'Asie et les Amériques sont les principaux moteurs pour Rémy Martin. Sur la région Europe/Afrique, la croissance est portée par la Russie mais aussi par l'Europe de l'Ouest qui progresse, grâce notamment au Royaume Uni.

Liqueurs & Spiritueux – La division enregistre une croissance annuelle de 3,9% en organique (+10,8% en publié). La croissance a été renforcée par l'intégration de Bruichladdich dans le portefeuille de la division depuis le 1^{er} septembre 2012.

Cointreau réalise une belle performance annuelle, +7%, notamment grâce au développement aux Etats-Unis, en progression, avec des investissements marketing renforcés. La marque affiche de bons résultats en Europe de l'Ouest, portés par le Benelux et le Royaume Uni.

Malgré une situation économique toujours difficile en Grèce, Metaxa progresse sur ses marchés à fort potentiels (Europe de l'Est). Les marques Passoa et St Rémy sont en progression.

Marques Partenaires – La croissance des marques distribuées pour nos partenaires est portée essentiellement par les scotch whiskies aux Etats-Unis. Le recentrage mondial sur une stratégie de valeur, engagé depuis plus d'un an, par les champagnes Piper-Heidsieck porte ses fruits, notamment aux Etats-Unis, et ce malgré le contexte de marché difficile en Europe. Le relancement des champagnes Charles Heidsieck rencontre un accueil très positif dans les marchés.

Rémy Cointreau vise une croissance estimée de son résultat opérationnel courant à périmètre et à taux de change constant de l'ordre de +10%, et supérieure à +15% en publié.

Dans un contexte économique mondial toujours perturbé, notamment en Europe, mais qui reste favorable au secteur des spiritueux haut de gamme, Rémy Cointreau poursuit le cap de sa stratégie de valeur à long terme. Le groupe continuera à s'appuyer sur ses marques très qualitatives, sur la dynamique de son réseau commercial et sur sa gestion rigoureuse.

Contact:

Frédéric Pflanz : 01 44 13 44 34

Joelle jezequel : 01 44 13 45 15

P.J Annexe

ANNEXE

REMY COINTREAU - Répartition des ventes par activité et par trimestre

Exercice 2012-2013

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	173,8	50,3	47,6	271,7
Deuxième trimestre	202,3	63,0	58,8	324,1
Troisième trimestre	213,4	70,9	84,3	368,6
Quatrième trimestre	130,2	54,9	43,7	228,9
Total des ventes	719,7	239,1	234,4	1 193,3

Exercice 2011-2012

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	112,0	44,5	42,1	198,6
Deuxième trimestre	165,4	58,6	52,3	276,3
Troisième trimestre	198,1	62,9	85,1	346,1
Quatrième trimestre	117,1	49,8	38,2	205,1
Total des ventes	592,5	215,8	217,8	1 026,1

Exercice 2012-2013 versus 2011-2012

croissance organique	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	37,8%	8,5%	5,4%	24,4%
Deuxième trimestre	8,0%	-0,4%	3,1%	5,3%
Troisième trimestre	1,7%	2,9%	-4,2%	0,5%
Quatrième trimestre	13,9%	5,8%	16,7%	12,4%
Total des ventes	12,7%	3,9%	3,0%	8,8%