



RÉMY COINTREAU

Paris, 17 octobre 2013

Exercice 2013-2014

## Chiffre d'affaires semestriel à fin septembre 2013

Rémy Cointreau a réalisé au premier semestre un chiffre d'affaires de 558,0 millions d'euros, en recul de 3,6% en organique par rapport à la même période de l'année précédente qui était en progression de 13,3%.

Hors Asie, l'ensemble des marques du groupe enregistre de belles croissances. Les performances sont particulièrement bonnes aux Etats-Unis ainsi que sur l'ensemble des Amériques. En Europe, dans un environnement économique difficile, l'activité du groupe est en croissance. En Asie, comme annoncé, la Chine reste affectée par certains facteurs de ralentissement, alors que le Japon et l'Indonésie connaissent une bonne expansion.

(millions €)	6 mois	6 mois	Variation %	
	au 30/09/13	au 30/09/12	publiée	organique*
Rémy Martin	327,2	376,1	-13,0	-10,4
Liqueurs & Spiritueux	120,4	112,3	+7,2	+10,2
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>447,6</b>	<b>488,4</b>	<b>-8,4</b>	<b>-5,7</b>
Marques Partenaires	110,5	107,4	+2,8	+6,0
<b>Total</b>	<b>558,0</b>	<b>595,8</b>	<b>-6,3</b>	<b>-3,6</b>

\* A périmètre et à taux de change comparables

**Rémy Martin** – La croissance aux Etats-Unis et en Europe depuis le début de l'exercice ne compense pas les effets du ralentissement en Chine. Au deuxième trimestre, la marque est en recul de 8,3% en organique. Le ralentissement momentané de la dynamique commerciale des cognacs haut de gamme en Chine, qui n'enlève rien aux fondamentaux de la marque, n'a pas freiné les investissements stratégiques et ciblés de Rémy Martin dans cette région. Aux Etats-Unis, la dynamique de la marque se confirme depuis plusieurs trimestres.

**Liqueurs & Spiritueux** – L'ensemble de la division enregistre une croissance organique de 10,2%. Cointreau affiche de bonnes progressions aux Etats-Unis, en Amérique Latine et dans ses marchés clés d'Europe, notamment au Royaume Uni et en France. Metaxa poursuit sa croissance en Grèce, dans certains pays de l'Est et en Russie. La nouvelle gamme du rhum Mount Gay s'implante avec succès aux Etats-Unis, son grand marché. Le Single Malt Scotch Whisky Bruichladdich, acquis en septembre 2012, continue son développement dans le réseau du groupe.

**Marques Partenaires** – La progression du chiffre d'affaires des marques partenaires (+6,0% en organique) provient principalement du développement des ventes aux Etats-Unis.

Sur le semestre, l'évolution de la parité des devises étrangères/Euro est défavorable à hauteur de 2,7% sur le chiffre d'affaires.

Le 30 août 2013, le groupe a annoncé la réalisation de la cession de l'activité des cognacs Larsen, au groupe finlandais Altia. Cette cession comprend la marque, les actifs industriels et commerciaux ainsi que les stocks nécessaires à la poursuite de l'exploitation du fonds de commerce.

Rémy Martin devrait rester affectée durant le troisième trimestre par certaines mesures prises en Chine et le niveau des stocks dans la distribution. Cependant le groupe reste confiant dans les fondamentaux exceptionnels de la marque en Asie et sur son développement à terme en Chine.

Dans un contexte économique qui manque toujours de visibilité, Rémy Cointreau poursuit avec détermination sa stratégie de marques haut de gamme et de valeur à long terme.

Le maintien de ses investissements ciblés, la poursuite de sa politique d'innovation, le développement continu de son réseau de distribution et sa gestion rigoureuse, rendent le groupe confiant dans son modèle de création de valeur pour retrouver une croissance régulière.

*Contacts : Analystes: Luca Marotta – 01 44 13 44 34*

*Presse: Joëlle Jézéquel – 01 44 13 45 15*

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

## ANNEXE

### REMY COINTREAU - Répartition des ventes par activité et par trimestre et croissance organique

Exercice 2013-2014

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	149,3	57,8	56,6	263,7
Deuxième trimestre	177,9	62,6	53,9	294,4
Total des ventes	327,2	120,4	110,5	558,0

Exercice 2012-2013

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	173,8	50,0	47,8	271,6
Deuxième trimestre	202,3	62,3	59,6	324,2
Total des ventes	376,1	112,3	107,4	595,8

Exercice 2013-2014 versus 2012-2013

<b>croissance organique</b>	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	-12,9%	13,0%	20,5%	-2,3%
Deuxième trimestre	-8,3%	4,7%	-5,3%	-5,3%
Total des ventes	-10,4%	10,2%	6,0%	-3,6%