



RÉMY COINTREAU

Paris, le 22 janvier 2015

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois (avril – décembre 2014)

Une performance conforme à nos attentes

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 740,9 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'exercice 2014/15. L'amélioration de tendance déjà observée au 1^{er} semestre s'est ainsi poursuivie, le 3^e trimestre affichant une quasi-stabilité (-1,0%) de l'activité, en organique.

Les zones EMEA (Europe, Middle East & Africa) et Amériques ont fait preuve d'une bonne résilience sur l'ensemble de la période, et le recul des ventes en Asie-Pacifique s'est nettement infléchi sur les derniers mois, pour atteindre un niveau proche de l'équilibre au 3^e trimestre.

Le renforcement des devises par rapport à l'euro, en particulier le dollar américain, a permis au groupe de bénéficier d'effets de change positifs pour 2,8 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'exercice.

La variation des ventes en données publiées reflète également l'arrivée à échéance au 31 mars 2014, du contrat de distribution avec Edrington aux Etats-Unis. Ce contrat avait contribué pour 76,2 millions d'euros au chiffre d'affaires du groupe à fin décembre 2013.

Répartition des ventes par division:

(€ millions)	9 mois	9 mois		Variation	
	au 31/12/14	au 31/12/13	Pro forma (*)	Publiée	Organique (**)
Rémy Martin	425,9	465,9	465,9	-8,6%	-9,3%
Liqueurs & Spiritueux	199,8	188,5	188,5	6,0%	5,8%
S/total marques Groupe	625,7	654,4	654,4	-4,4%	-4,9%
Marques Partenaires	115,2	191,3	115,1	-39,8%	0,8%
Total	740,9	845,7	769,4	-12,4%	-4,1%

(*) Pro forma 2013-14: hors contribution du contrat Edrington aux Etats-Unis (arrivé à échéance le 31 mars 2014)

(**) La croissance organique est calculée sur la base du chiffre d'affaires pro forma et à devises constantes

Rémy Martin

Les ventes de **Rémy Martin** sont en repli organique de 9,3% en cumul sur l'exercice. Le 3^e trimestre montre néanmoins une progression des expéditions vers la Grande Chine (sur une base de comparaison très favorable) ainsi que vers les Etats-Unis, où le succès des qualités supérieures de la marque compense désormais le désengagement stratégique de la catégorie VS (Very Special). Au sein de la région EMEA, l'Afrique et l'Europe Centrale s'affirment comme des relais de croissance pour la marque.

Liqueurs & Spiritueux

La division a réalisé un chiffre d'affaires en croissance organique de 5,8% sur les neuf premiers mois de l'exercice, grâce à la performance solide de ses marques clés et de ses grandes régions.

Cointreau fait preuve d'une belle vitalité sur la période, avec une dynamique soutenue aux Etats-Unis, en France, en Australie, et au Japon.

Metaxa progresse dans ses marchés historiques (Grèce et Allemagne) et affiche une croissance à deux chiffres en Europe Centrale, fort du succès de sa qualité haut de gamme *Metaxa 12 Stars*.

Mount Gay réalise une croissance solide sur la période, soutenue par la dynamique de *Black Barrel* dans ses principaux marchés (Etats-Unis, Barbade et Travel Retail).

Bruichladdich enregistre un doublement de ses ventes, par la montée en puissance de la marque au sein du réseau Rémy Cointreau.

St-Rémy bénéficie de bonnes tendances dans son principal marché, le Canada, mais également en Afrique et dans le Travel Retail.

Enfin, **Passoa** maintient ses bonnes performances, tant en France, qu'au Royaume-Uni, en Scandinavie et en Suisse.

Marques Partenaires

La division Marques Partenaires (qui regroupe principalement les champagnes Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck, certains spiritueux du groupe William Grant & Sons et les vodkas Russian Standard) est en progression organique de 0.8% sur la période.

La belle dynamique des spiritueux distribués par le groupe en Belgique, en Europe Centrale et dans le Travel Retail a compensé le repli des ventes de champagne.

Perspectives 2014-15

Rémy Cointreau confirme ses objectifs pour 2014-15 : une croissance organique positive de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant. Ces objectifs s'entendent sur la base des comptes 2013-14 pro forma et à devises constantes.

Contact: Laetitia Delaye — 01 44 13 45 25

Annexe : chiffre d'affaires et croissance organique par activité et par trimestre

Annexe : Chiffre d'affaires et croissance organique par activité et par trimestre

Exercice 2014-2015

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	120,8	62,6	31,4	214,8
Deuxième trimestre	156,1	66,9	34,0	257,0
Troisième trimestre	149,0	70,3	49,7	269,1
Total des ventes	425,9	199,8	115,2	740,9

Exercice 2013-2014

(publié)

(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
Troisième trimestre	138,7	68,1	80,8	287,6
Total des ventes	465,9	188,5	191,3	845,7

Exercice 2013-2014 pro forma

(hors Edrington US)

(en millions d'euros)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	149,3	57,8	29,6	236,6
Deuxième trimestre	177,9	62,6	32,9	273,4
Troisième trimestre	138,7	68,1	52,6	259,4
Total des ventes	465,9	188,5	115,1	769,4

Exercice 2014-2015 versus 2013-2014

Croissance organique (**)	Rémy Martin	Liqueurs & Spiritueux	Marques Partenaires	Total
Premier trimestre	-15,3%	11,3%	9,1%	-5,7%
Deuxième trimestre	-11,8%	7,0%	4,8%	-5,5%
Troisième trimestre	0,4%	0,1%	-6,3%	-1,0%
Total des ventes	-9,3%	5,8%	0,8%	-4,1%