



RÉMY COINTREAU

Paris, 17 juin 2015

Résultats annuels consolidés 2014-15 (avril 2014– mars 2015)

Une performance annuelle conforme aux objectifs Résultat opérationnel courant : +13.5%^(**)

Au 31 mars 2015, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 965,1 M€, en progression organique de 0,6% par rapport à l'exercice précédent. Cette légère croissance reflète la poursuite d'une excellente dynamique aux Etats-Unis et des tendances positives en Europe, tandis que la poursuite des efforts de déstockage au 1^{er} semestre a pesé sur la performance de la zone Asie.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 156,0 M€, en progression organique de 13,5% (+3.9% en publié). Cette performance solide est conforme aux objectifs de croissance organique que le groupe s'était fixé en juin 2014. La rentabilité opérationnelle s'est ainsi améliorée de 160bps à 16,2% (+190bps en organique), grâce à une politique de prix volontariste, une optimisation des investissements marketing et un recul des frais administratifs.

Le résultat net consolidé progresse de 48,5% à 92,6 M€.

Hors éléments non récurrents, le résultat net s'établit à 94,6 M€, en hausse de 18,0%.

Chiffres clés

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2015	Au 31 mars 2014		Variation	
	Publié	Publié	Pro forma *	Publiée	Organique **
Chiffre d'affaires	965,1	1 031,6	928,8	(6,4%)	+0,6%
Résultat opérationnel courant	156,0	150,2	136,6	+3,9%	+13,5%
Marge opérationnelle courante	16,2%	14,6%	14,7%	-	-
Résultat net part du groupe	92,6	62,4	54,2	+48,5%	+72,2%
Marge nette part du groupe	9,6%	6,0%	5,8%	-	-
Résultat net hors éléments non récurrents	94,6	80,2	72,0	+18,0%	+32,3%
Marge nette hors éléments non récurrents	9,8%	7,8%	7,8%	-	-
BPA part du groupe	1,91	1,27	1,10	+50,4%	-
BPA hors éléments non récurrents	1,95	1,63	1,46	+19,6%	-
Ratio dette nette /EBITDA	2,64	2,09	-	-	-

(*) 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 des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes

Résultat opérationnel courant par division

(Le publié 2014-15 se compare à la base pro forma 2013-14, correspondant au même périmètre)

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2015		au 31 mars 2014		Variation	
	Publié		Publié	Pro forma ^(*)	Publiée	Organique ^(**)
Rémy Martin	117,4		125,4	117,4	(6,4%)	(2,1%)
Marge %	20,8%		22,8%	21,3%		
Liqueurs & Spiritueux	50,2		37,1	34,7	+35,4%	+51,9%
Marge %	19,3%		15,6%	14,6%		
S/total marques du Groupe	167,7		162,6	152,1	+3,1%	+10,2%
Marge %	20,3%		20,6%	19,3%		
Marques partenaires	8,8		8,7	5,5	+1,5%	+41,2%
Marge %	6,3%		3,6%	3,9%		
Frais holding	(20,5)		(21,0)	(21,0)	(2,6%)	(2,8%)
Total	156,0		150,2	136,6	+3,9%	+13,5%
Marge %	16,2%		14,6%	14,7%		

Les variations ci-dessous sont données **en organique**, calculées sur la base des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes.

Rémy Martin

Les ventes ont enregistré un repli de 1,9% sur l'exercice, lié à la poursuite des efforts de déstockage en Asie au 1^{er} semestre. En revanche, les Etats-Unis ont réalisé une nouvelle année de forte croissance (soutenue par la dynamique de *1738 Accord Royal*), et s'affichent désormais comme le 1^{er} marché mondial de **Rémy Martin**. L'Afrique, le Japon, et l'Europe Centrale enregistrent, quant à eux, des croissances à deux chiffres sur la période.

La division a poursuivi sa stratégie de montée en gamme, avec le désengagement de la catégorie *Very Special* (entrée de gamme) aux Etats-Unis, le lancement de la gamme *Cellar Master Range* dans le Travel Retail, et l'édition limitée **Louis XIII Black Pearl Anniversary**, à l'occasion des 140 ans de la marque.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 117,4 M€, en baisse limitée de 2,1% sur l'exercice. Les efforts de déstockage en Grande Chine au 1^{er} semestre et la hausse des coûts de revient (eaux-de-vie), ont été partiellement compensés par un meilleur ciblage des investissements marketing et des effets prix positifs. La marge opérationnelle s'établit à 20,8% contre 21,3% à fin mars 2014 (pro forma).

Liqueurs & Spiritueux

La stratégie de montée en gamme et d'internationalisation des marques de la division s'est traduite par une forte croissance du chiffre d'affaires (+7.2%) sur la période. **Cointreau** a bénéficié d'une dynamique soutenue aux Etats-Unis, portée par le canal *on-trade*. La conjoncture russe a pesé sur l'activité de **Metaxa** au 2^e semestre, mais la marque réalise une croissance à deux chiffres en Allemagne et en Europe Centrale, grâce au succès de *Metaxa 12 Stars*. **Mount Gay**, enregistre une bonne performance sur l'exercice, grâce au succès de *Black Barrel* dans ses principaux marchés. **Bruichladdich** affiche un quasi-doublement de ses ventes, grâce à la montée en puissance de ses marques de Scotch whisky single malt et du gin *The Botanist* au sein du réseau Rémy Cointreau.

(*) 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 des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes

Le résultat opérationnel courant atteint 50,2 M€, en rebond de 51,9%, porté par la bonne dynamique des ventes, des effets de mix (marques et marchés) favorables, ainsi que par une réduction des investissements sur les opérations promotionnelles non-stratégiques. La marge opérationnelle courante s'établit à 19,3% contre 14,6% à fin mars 2014 (pro forma).

Marques Partenaires

La forte croissance des spiritueux distribués par le groupe d'une part, et le repli des ventes de champagne d'autre part, expliquent la quasi-stabilité du chiffre d'affaires de la division Marques Partenaires (-0,6%) sur la période.

En publié, le repli de l'activité provient de la fin du contrat de distribution des marques d'Edrington aux Etats-Unis, qui avait contribué pour 102,8 M€ en 2013-14.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 8,8 M€, en hausse de 41,2%, grâce à une amélioration de la marge brute de l'activité, soutenue par des effets de mix favorables.

Résultats consolidés

Le résultat opérationnel courant s'élève à 156,0 M€, en progression organique de 13,5%. En publié (+3,9%), celui-ci intègre également la fin du contrat de distribution avec Edrington aux Etats-Unis (un impact de 13,6 M€ à coût complet) et un effet de change positif de 1,0 M€. Ce dernier résulte à la fois d'effets de conversion et de transaction (politique de couverture).

Le résultat opérationnel s'établit à 156,5 M€, après prise en compte d'un produit net non-récurrent de 0,5 M€.

Le résultat financier est une charge de 29,7 M€, en augmentation de 3,5 M€ sur l'année, principalement liée à des variations sur les instruments de couverture de change. Les frais liés à la dette financière brute sont, quant à eux, quasi-stables sur l'année.

La charge d'impôt s'élève à 33,5 M€ soit un taux effectif de 26,4%, en baisse significative par rapport au taux de mars 2014 (38,5%), qui avait été pénalisé par un mix géographique défavorable et une reprise technique ponctuelle d'impôts différés actifs.

Le résultat net part du groupe est de 92,6 M€, en croissance de 72,2% (+48,5% en publié) et la marge nette affiche une progression organique de 420 points de base à 9,6% (+360bps en publié). Pour rappel, le résultat net 2013-14 avait été affecté par des charges non-récurrentes à hauteur de 17,8 M€. Le résultat net par action s'élève à 1,91€ (+50,4% en publié).

Hors éléments non récurrents (-2,0 M€), le résultat net part du groupe ressort à 94,6 M€, en progression de 32,3% (+18,0% en publié) et le résultat net par action s'établit à 1,95€ (+19,6% en publié).

La dette nette s'élève à 466,6 M€ au 31 mars 2015, en hausse de 53,1 M€ sur l'exercice. Cette augmentation reflète la volonté du groupe de maintenir ses investissements stratégiques à un niveau élevé.

(*) 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 des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes

Le ratio bancaire « dette nette/EBITDA » progresse à 2,64 à fin mars 2015 (2,09 à fin mars 2014), mais reste à un niveau modeste.

Le retour sur capitaux employés (ROCE) s'établit à 15,6% au 31 mars 2015, en progression organique de 80bps. En publié, le repli de 150bps du ratio s'explique par l'impact négatif des parités monétaires sur les capitaux employés et par l'arrivée à échéance du contrat Edrington aux Etats-unis.

Un dividende de 1,53 euro par action sera proposé au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 29 juillet 2015. Le paiement sera assorti d'une option en numéraire ou en actions pour la totalité du dividende mis en distribution.

Perspectives 2015-16

Confiant dans sa stratégie d'accélération de montée en gamme, le groupe Rémy Cointreau anticipe une croissance de son résultat opérationnel courant, à taux de change et périmètre constants, au cours de l'exercice 2015-16.

Contact :

Laetitia Delaye : 01 44 13 45 25

L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site www.remy-cointreau.com

() 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 des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes*

NOTE

L'information pro forma et le calcul de la croissance organique

Le contrat de distribution des marques du groupe Edrington aux Etats-Unis étant arrivé à échéance au 31 mars 2014, un état pro forma des comptes 2013-14 est présenté, par clarté : cette activité (consolidée au sein de la division Marques Partenaires) avait réalisé un chiffre d'affaires de 102,8 M€ et un résultat opérationnel de 3,2 M€ en 2013-14. La base pro forma du résultat opérationnel courant 2013-14 intègre également la réallocation de 10,4 millions d'euros de coûts de distribution (auparavant absorbés par cette activité) aux divisions Rémy Martin (8,0 M€) et Liqueurs & Spiritueux (2,4 M€).

ANNEXES

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2015		au 31 mars 2014		Variation	
	Publié A	A devises constantes B	Publié C	Pro forma ^(*) D	Publiée A/C-1	Organique ^(**) B/D-1
Chiffre d'affaires						
Rémy Martin	564,8	540,9	551,2	551,2	2,5%	(1,9%)
Liqueurs & Spiritueux	259,9	254,5	237,3	237,3	9,5%	7,2%
S/total marques du Groupe	824,7	795,4	788,6	788,6	4,6%	0,9%
Marques Partenaires	140,4	139,4	243,1	140,2	(42,2%)	(0,6%)
Total	965,1	934,8	1 031,6	928,8	(6,4%)	0,6%
Résultat opérationnel courant						
Rémy Martin	117,4	114,9	125,4	117,4	(6,4%)	(2,1%)
<i>Marge %</i>	20,8%	21,2%	22,8%	21,3%		
Liqueurs & Spiritueux	50,2	52,8	37,1	34,7	35,4%	51,9%
<i>Marge %</i>	19,3%	20,7%	15,6%	14,6%		
S/total marques du Groupe	167,7	167,7	162,6	152,1	3,1%	10,2%
<i>Marge %</i>	20,3%	21,1%	20,6%	19,3%		
Marques partenaires	8,8	7,7	8,7	5,5	1,5%	41,2%
<i>Marge %</i>	6,3%	5,5%	3,6%	3,9%		
Frais holding	(20,5)	(20,5)	(21,0)	(21,0)	(2,6%)	(2,8%)
Total	156,0	154,9	150,2	136,6	3,9%	13,5%
<i>Marge %</i>	16,2%	16,6%	14,6%	14,7%		

(*) 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 des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes

Compte de résultat synthétique

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2015		au 31 mars 2014		Variation	
	Publié	A devises constantes	Publié	Pro forma *	Publiée	Organique **
	A	B	C	D	A/C-1	B/D-1
Chiffre d'affaires (CA)	965,1	934,8	1 031,6	928,8	(6,4%)	0,6%
Marge Brute	618,1	604,4	618,2	600,4	0,0%	0,7%
MB/CA	64,0%	64,7%	59,9%	64,6%		
Résultat opérationnel courant	156,0	154,9	150,2	136,6	3,9%	13,5%
ROC/CA	16,2%	16,6%	14,6%	14,7%		
Autres produits et charges opérationnels	0,5	0,5	(4,9)	(4,9)		
Résultat opérationnel	156,5	155,5	145,3	131,7		
Résultat financier	(29,7)	(27,7)	(26,2)	(26,2)		
Impôts sur les bénéfices	(33,5)	(33,7)	(45,8)	(40,4)		
Taux d'impôt	26,4%	26,4%	38,5%	38,3%		
Quote-part des entreprises associées	(0,7)	(0,7)	(10,9)	(10,9)		
Minoritaires	-	-	-	-		
Résultat net part du groupe	92,6	93,3	62,4	54,2	48,5%	72,2%
RN/CA	9,6%	10,0%	6,0%	5,8%		
Résultat net hors éléments non récurrents	94,6	95,3	80,2	72,0	18,0%	32,3%
RN (hors éléments non-récurrents)/CA	9,8%	10,2%	7,8%	7,8%	-	-
BPA part du groupe	1,91	1,93	1,27	1,10	50,4%	-
BPA hors éléments non récurrents	1,95	1,97	1,63	1,46	19,6%	-

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

(**) La croissance organique est calculée sur la base des comptes pro forma 2013-14 et à devises constantes