



Résultats Annuels 2015-16

(clos au 31 mars 2016)

9 juin 2016



RÉMY COINTREAU



François
Hériard Dubreuil
Président



2015-16: Une année singulière

- Première année de mise en œuvre effective de la nouvelle stratégie du groupe
- Année record pour la consommation de cognac dans le monde (en volume) et pour Rémy Martin
- Changement de polarité de nos marchés mondiaux
- Nos marques ont repris la parole

La Suite Louis XIII à Cannes



RÉMY COINTREAU





Chiffres clés *(au 31 mars 2016)*

		<i>Variation</i>	
		Publiée	Organique(*)
■ Chiffre d'affaires	1 050,7 M€	8,9%	0,3%
<i>dont marques propres</i>	921,5 M€	11,3%	1,7%
■ Résultat opérationnel courant	178,4 M€	14,4%	6,1%
■ Marge opérationnelle courante	17,0%	+80bps	+90bps
■ Résultat net <small>(part du groupe)</small>	102,4 M€	10,6%	-1,4%
■ Résultat net <small>(hors éléments non récurrents)</small>	110,4 M€	16,7%	5,0%
■ Résultat net par action <small>(part du groupe)</small>	2,11 €	10,5%	
■ Résultat net par action <small>(hors éléments non récurrents)</small>	2,27 €	16,4%	
■ Ratio dette nette / EBITDA :	2,29		

(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants



Valérie

Chapoulaud-Floquet

Directrice Générale



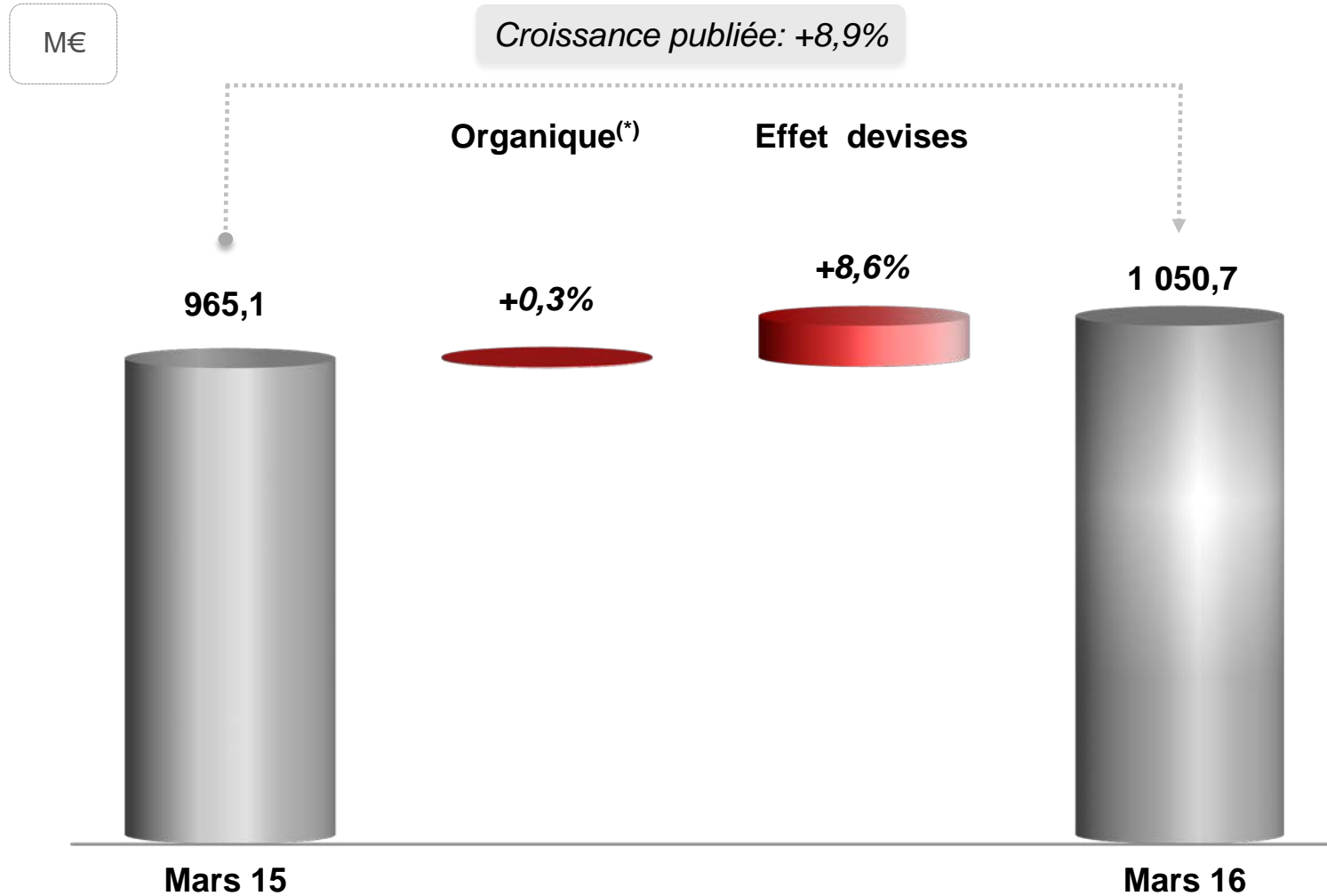
Des performances annuelles solides

- **Chiffre d'affaires** en croissance organique de 0,3%^(*) :
 - +1,7%^(*) pour les marques propres du groupe...
 - ...Soutenu par un retour à la croissance de Rémy Martin (+3,2%)^(*)
 - Excellente performance des Etats-Unis (marques propres), mais aussi de l'Afrique, de l'Allemagne, du UK et du Japon
- **Résultat opérationnel courant** en croissance organique de 6,1%^(*):
 - Surperformance des spiritueux d'exception: effets de mix et de prix favorables
 - Optimisation des coûts de structure, qui ont permis de financer....
 -Une hausse des investissements en communication
 - Marge opérationnelle courante à 17,0%, en progression organique de 90bps
- **Résultat net** (hors éléments non récurrents) en croissance organique de 5,0%^(*)

() La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants*

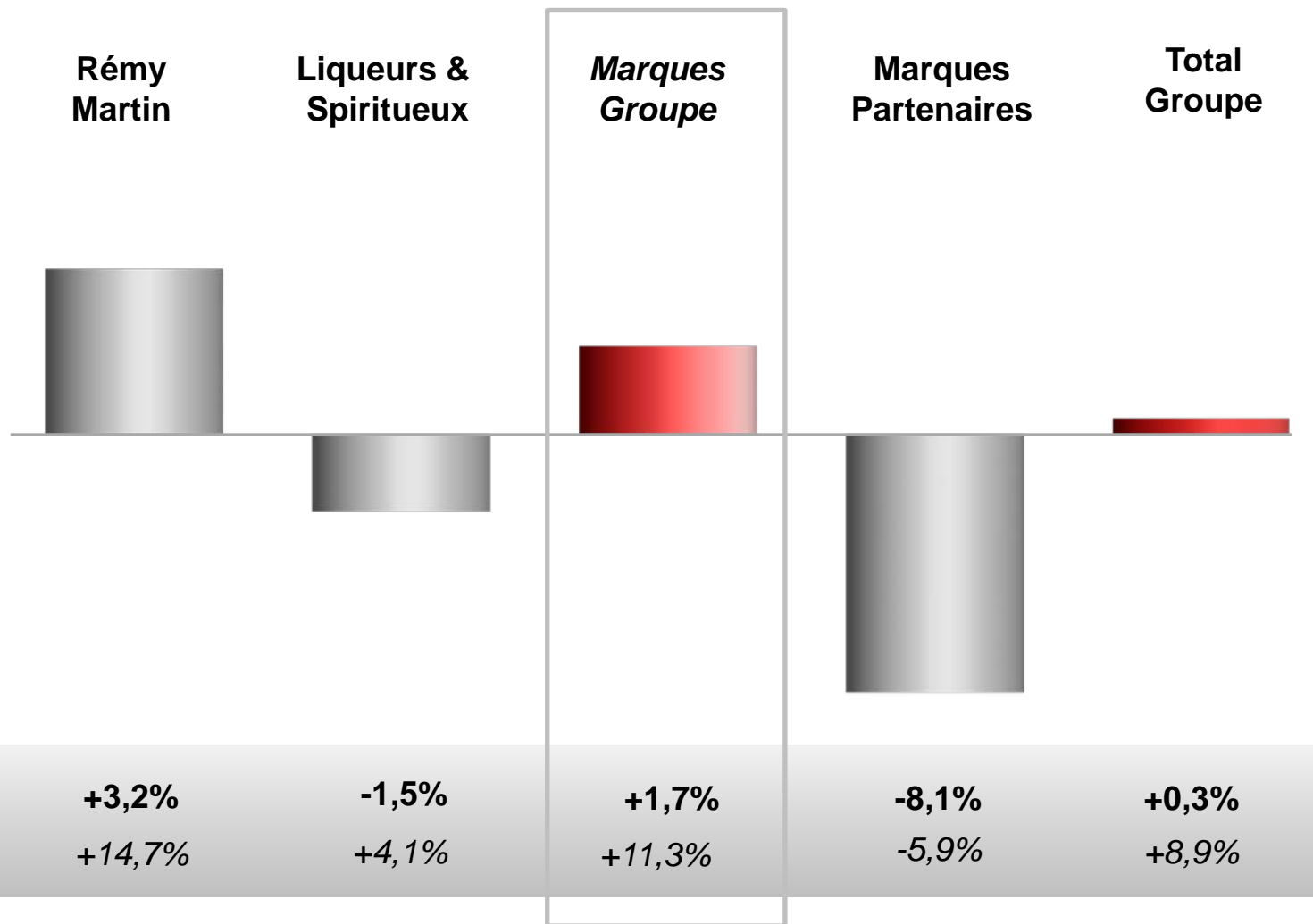


Chiffre d'affaires groupe



(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

Evolution du chiffre d'affaires par division



(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

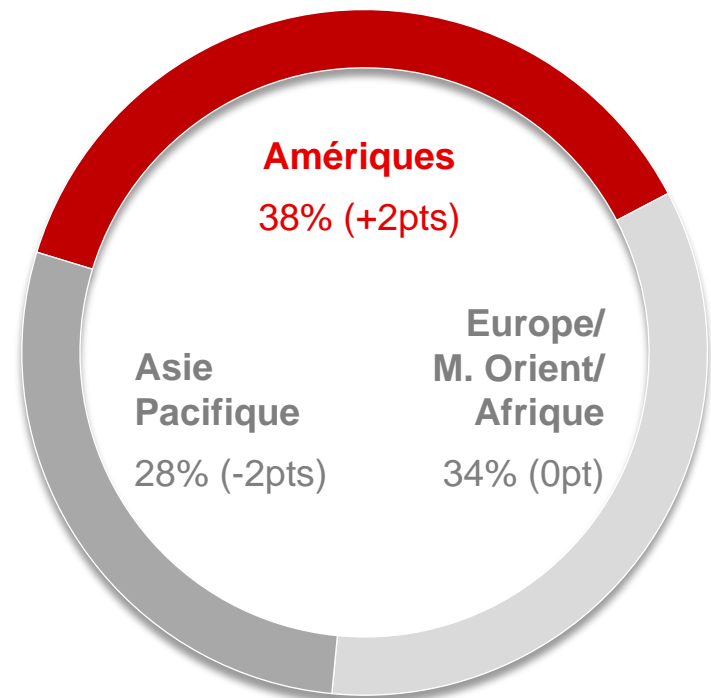
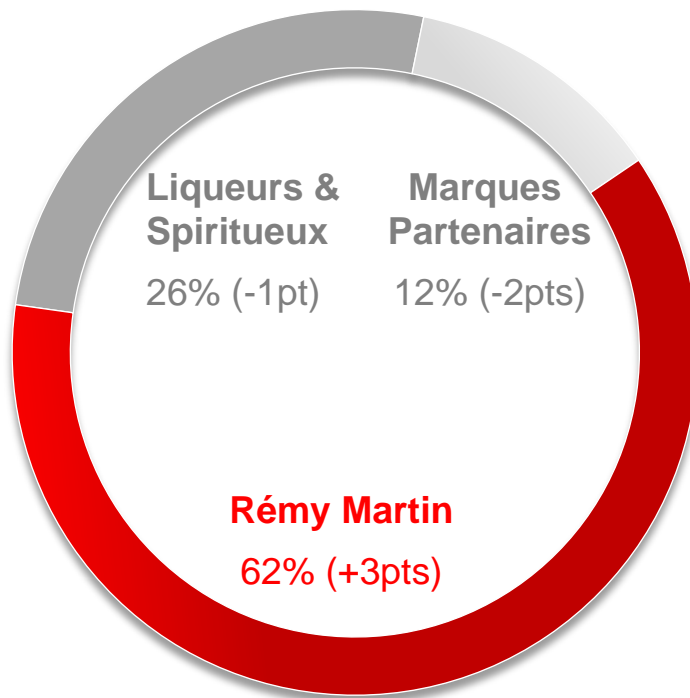


Répartition du chiffre d'affaires groupe

Division

Région

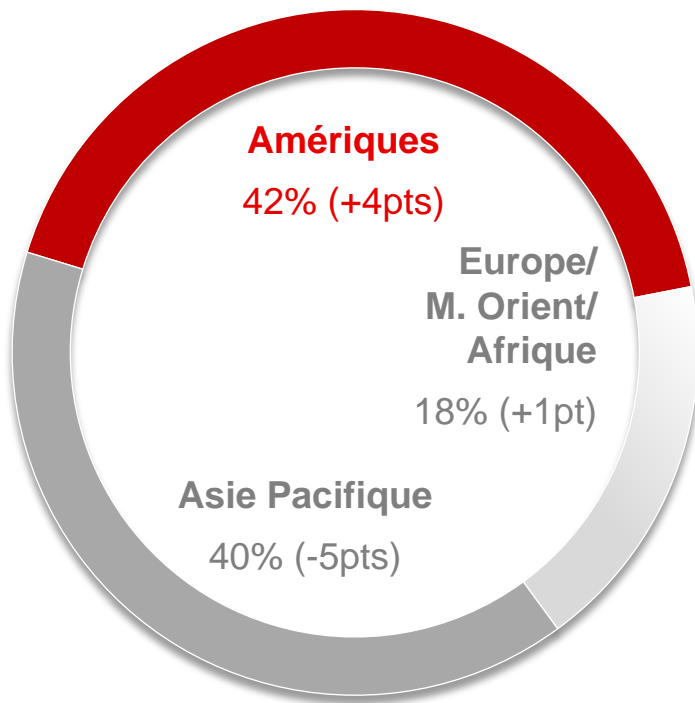
1 050,7 M€



Répartition du chiffre d'affaires des marques propres

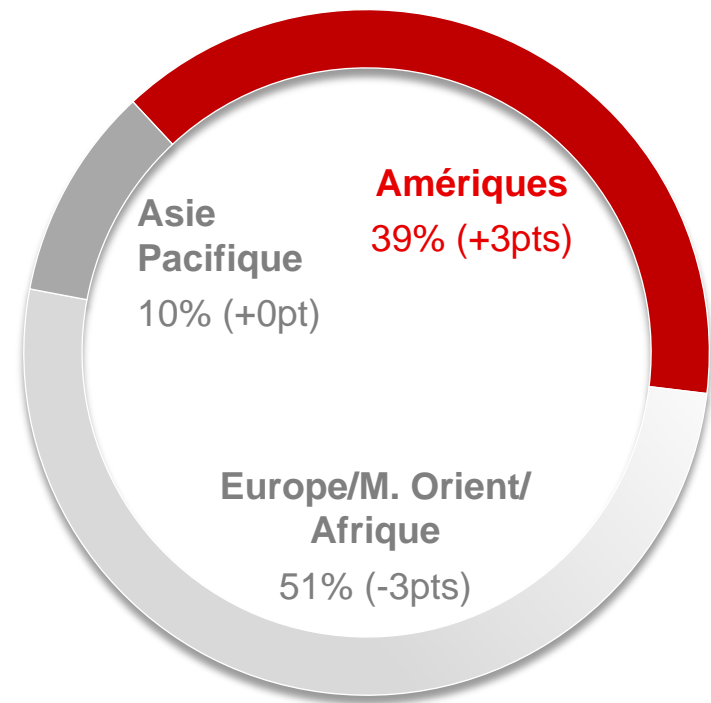
Rémy Martin

647,8 M€



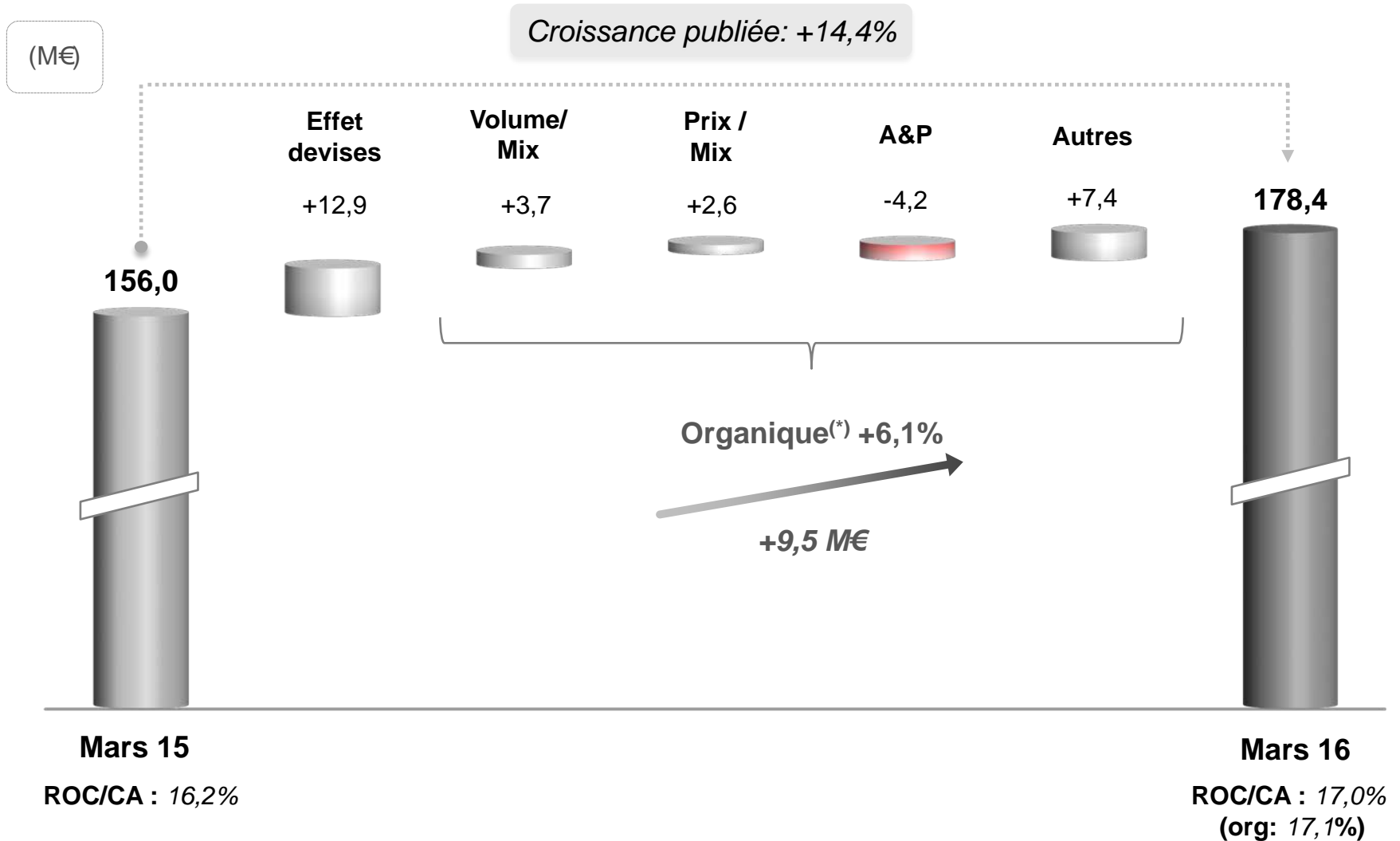
Liqueurs & Spiritueux

273,7 M€





Résultat opérationnel courant



(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants

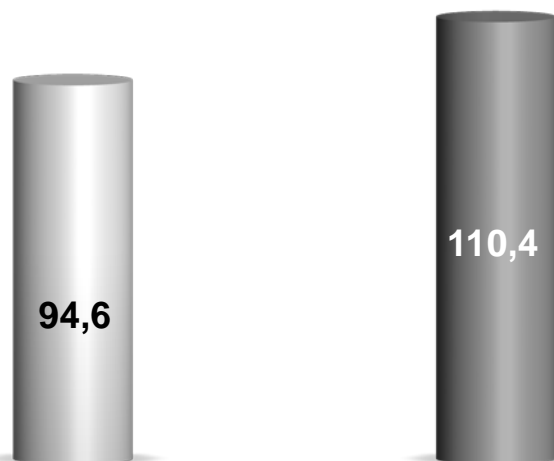


Résultat Net

(M€)

Résultat net hors éléments non récurrents

publié +16,7%
+5,0% en organique^(*)

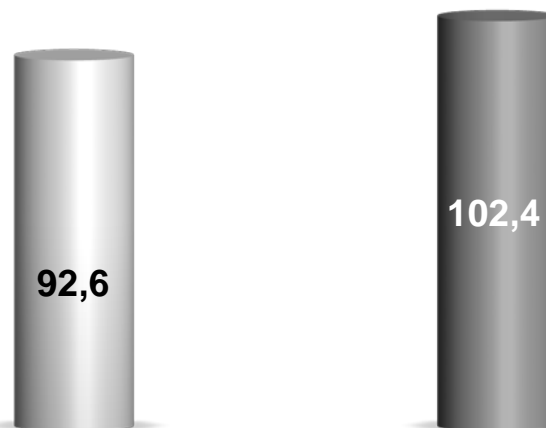


Mars 15

Mars 16

Résultat net part du groupe

Publié +10,6%
-1,4% en organique^(*)



Mars 15

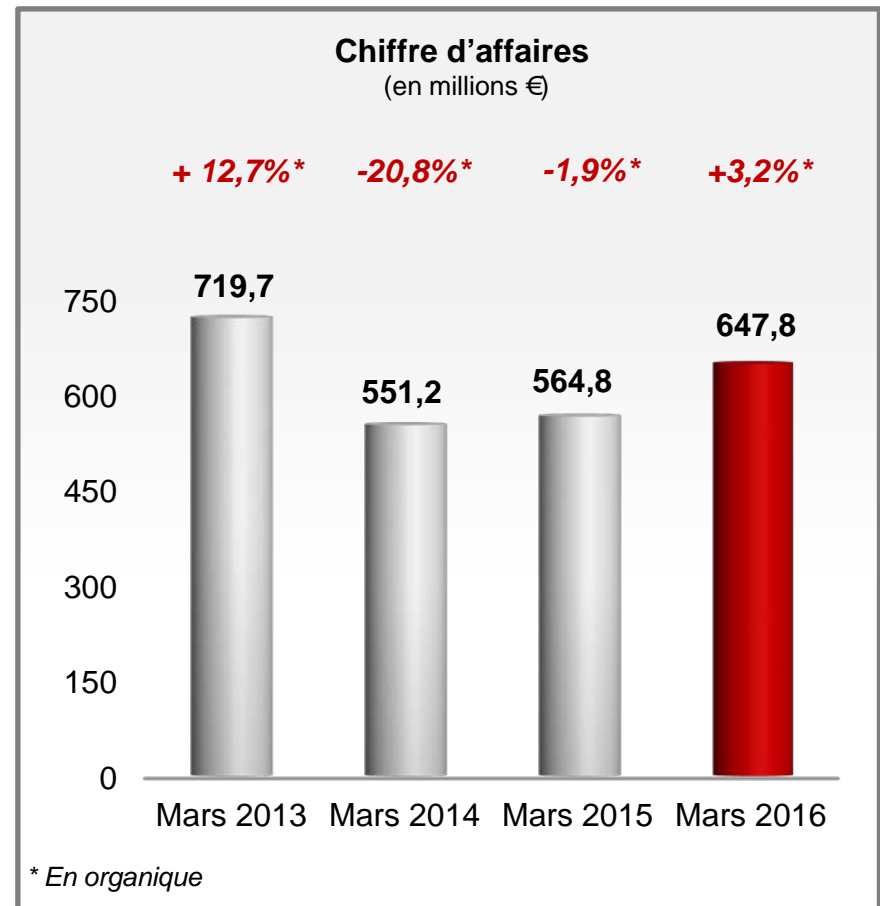
Mars 16

^(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants



Maison Rémy Martin

- **Chiffre d'affaires** en croissance de 3,2% en organique (volumes +10,5%)
 - Année record en volume
 - Excellente performance des Etats-Unis
 - Demande dynamique en Afrique, Allemagne, UK et Asie du Sud Est
 - Inflexion positive en Chine: depletions +5% en volume; stable en valeur



Rémy Martin: initiatives marketing



RÉMY COINTREAU

Rémy Martin: Campagne de communication One Life/ Live Them

*Edition Limitée Rémy Martin Club
by Christofle*



*La Maison Rémy Martin
à Londres
(2ème édition)*



*Bouteille connectée
Rémy Martin Club
en Chine*

Louis XIII: initiatives marketing

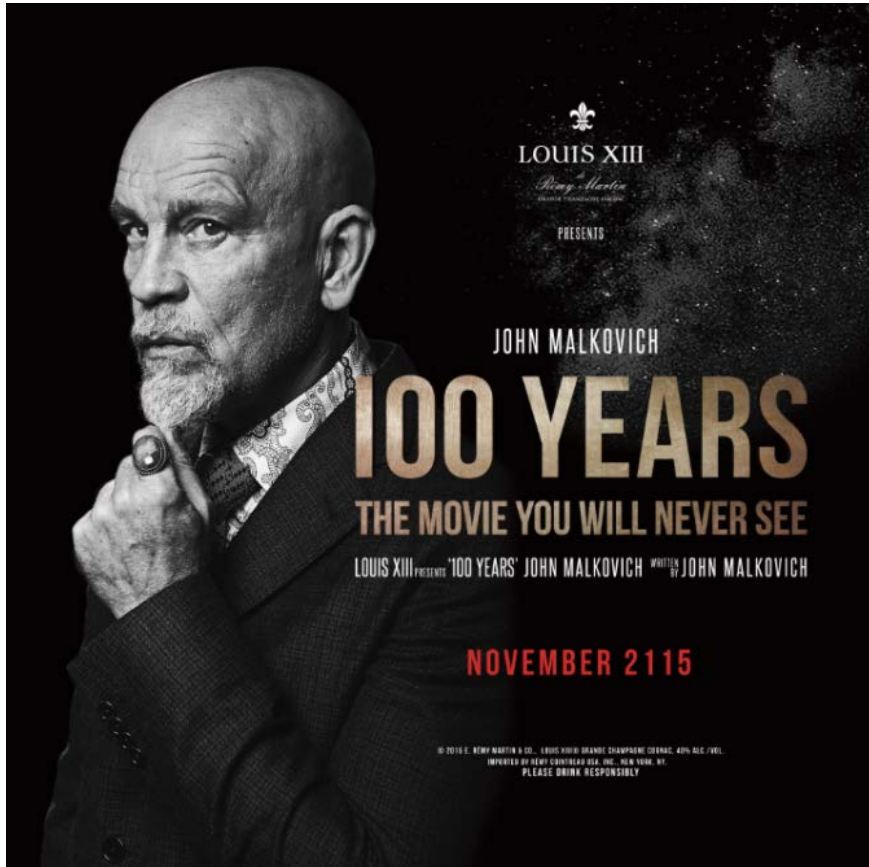


RÉMY COINTREAU

Campagne de communication

"100 Years, the movie you will never see" avec John Malkovich

*Partenariat avec Hermès, Puiforcat et Sèvres:
L'Odyssée d'un Roi*





« 100 Years » récompensé pour sa créativité



Un « Wood pencil » au *D&AD (Design and Art Direction)* dans la catégorie « The Best in Advertising and Design »

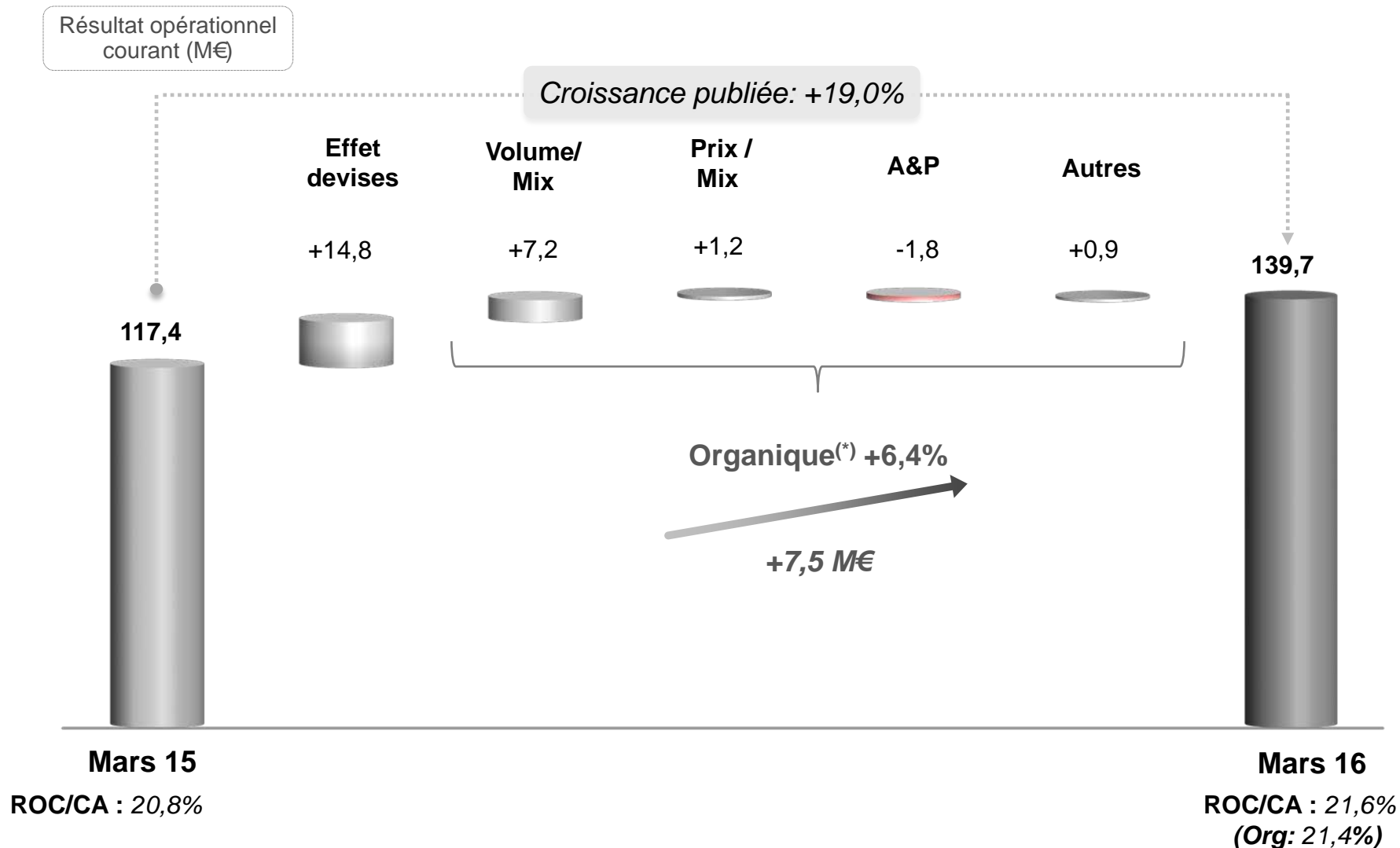


Le prix « Best in One Show » dans la catégorie « Branded Entertainment » (5 prix au total) à *The One Show*



Le prix « Brand of the Year » pour « son engagement à la créativité et à l'innovation » (12 prix au total) au *New York Festivals*

Maison Rémy Martin



(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants



Liqueurs & Spiritueux

■ **Chiffre d'affaires** en repli de 1,5% en organique (volumes -4,0%)

■ Cointreau

- Recul des ventes reflète un comparatif élevé sur le 1^{er} semestre
- Demande finale solide aux Etats-Unis, en légère amélioration en Europe

■ Metaxa

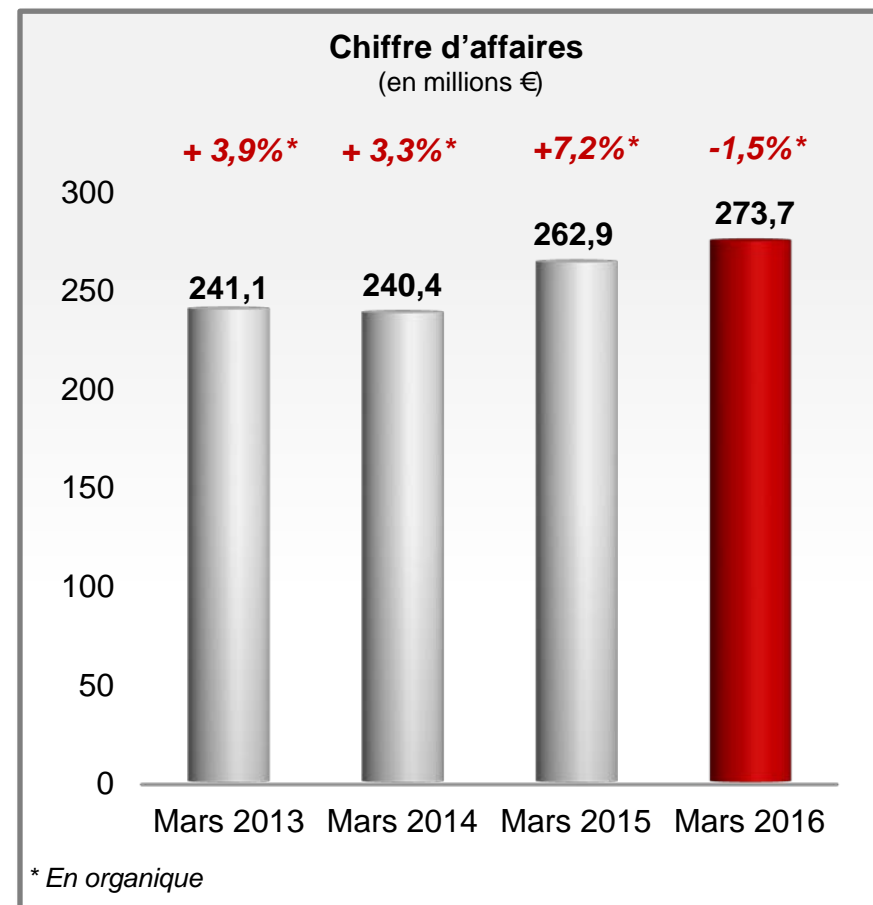
- Ventes pénalisées par les conjonctures Russe et Grecque
- Inflexion positive au 2^e semestre

■ Mount Gay

- Principaux marchés en belle croissance

■ Bruichladdich/Botanist

- Poursuite d'une croissance soutenue



Liqueurs & Spiritueux: initiatives marketing



REMY COINTREAU

Octomore 7.4 Virgin Oak



Metaxa Angels' Treasure



The Botanist



Bruichladdich and Port Charlotte



COINTREAU BLOOD ORANGE
The bold face of Cointreau

Cointreau Blood Orange



Mount Gay Black Barrel



*Metaxa AEN
Everness by Dimitri Tsigos*

La Cointreau Creative Crew: succès médiatique



marie claire
THINK SMART, LOOK AMAZING

Win 20K For Your Business Idea



Cointreau Are Offering £20,000 To A Creative Young Entrepreneur

Fancy winning £20,000 to fund a new business?

La Maison Cointreau and French Model Larissa Cassa have joined forces to announce the official launch of the Cointreau Creative Crew £20,000 Grant Scheme. Part of a worldwide philanthropic programme, it will see the drinks company champion creative minds across the country, and encourage them to make their dreams a reality.



DESIGN - ILLUSTRATION - PHOTOGRAPHY - VIDEO - ADVERTISING - ART - FASHION - FEATURES



The Cointreau Creative Crew is cheering female creativity

Written by Sabatella Pede on April 7, 2016 in Campaigns, Competition

Get lucky. Get a zine. Get a drink.

Cointreau's #WomenOver30 campaign has travelled from foreign shores, landed in South Africa and chosen an official Cointreau Creative Crew (CCC) zine. It will award one lucky creative the opportunity to pursue their dream career. The CCC is an exclusive communication platform aimed at empowering women to realize and boost their creativity by being brave to achieve their dreams. The grant scheme will reward one entrepreneur a £10,000 subsidy to initiate their project either in art, music, design, film, food or



Voir la vidéo

THE COCKTAIL LOVERS
One man, one woman, living the London



Win a £20,000 grant for your creative vision with Cointreau Creative Crew - entry opens today!

Harpers.co.uk
The online fashion authority for all the latest in fashion

Home > News >

Cointreau launches £20,000 creativity award



28 Feb 2016 | [Melissa Lyons](#)

The Cointreau Creative Crew launched a £20,000 grant scheme to champion creativity and artistic innovation worldwide this week.

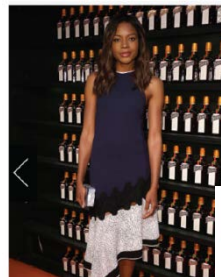
The competition will run until Friday, April 15 and is open to anyone over the age of 25.

Entries are invited with no criteria other than that the proposal matches Cointreau Creative Crew's Dream, Dare, Create vision.

Participants will have to write 500 words about their particular talent and how the Cointreau Grant will help them to achieve their ambitions.

BEST DRESSED THIS WEEK: 23 MAY

11 Of 33 SEE PHOTOS



24 May Nacmie Harris wore a simple asymmetric dress and a Milly clutch for the Cointreau Creative Awards at Liberty London.

GETTY IMAGES



THE COCKTAIL LOVERS
One man, one woman, living the London cocktail lifestyle



Cointreau crowns its first Cointreau Creative Crew winner

May 31, 2016

Thanks to the fabulous folk at Cointreau one creative project is £20,000 better off than it was at this time last week. The fantastically generous business grant was the top prize in the first Cointreau Creative Crew initiative launched in the capital and a Maison Cointreau in London earlier this year. Little wonder why 250 business women

Life
THE COINTREAU

HOME LIFESTYLE SHOWBIZ TRENDING LS DIARIES ON THE COVER

Cointreau Creative Crew Officially Launches in Nigeria

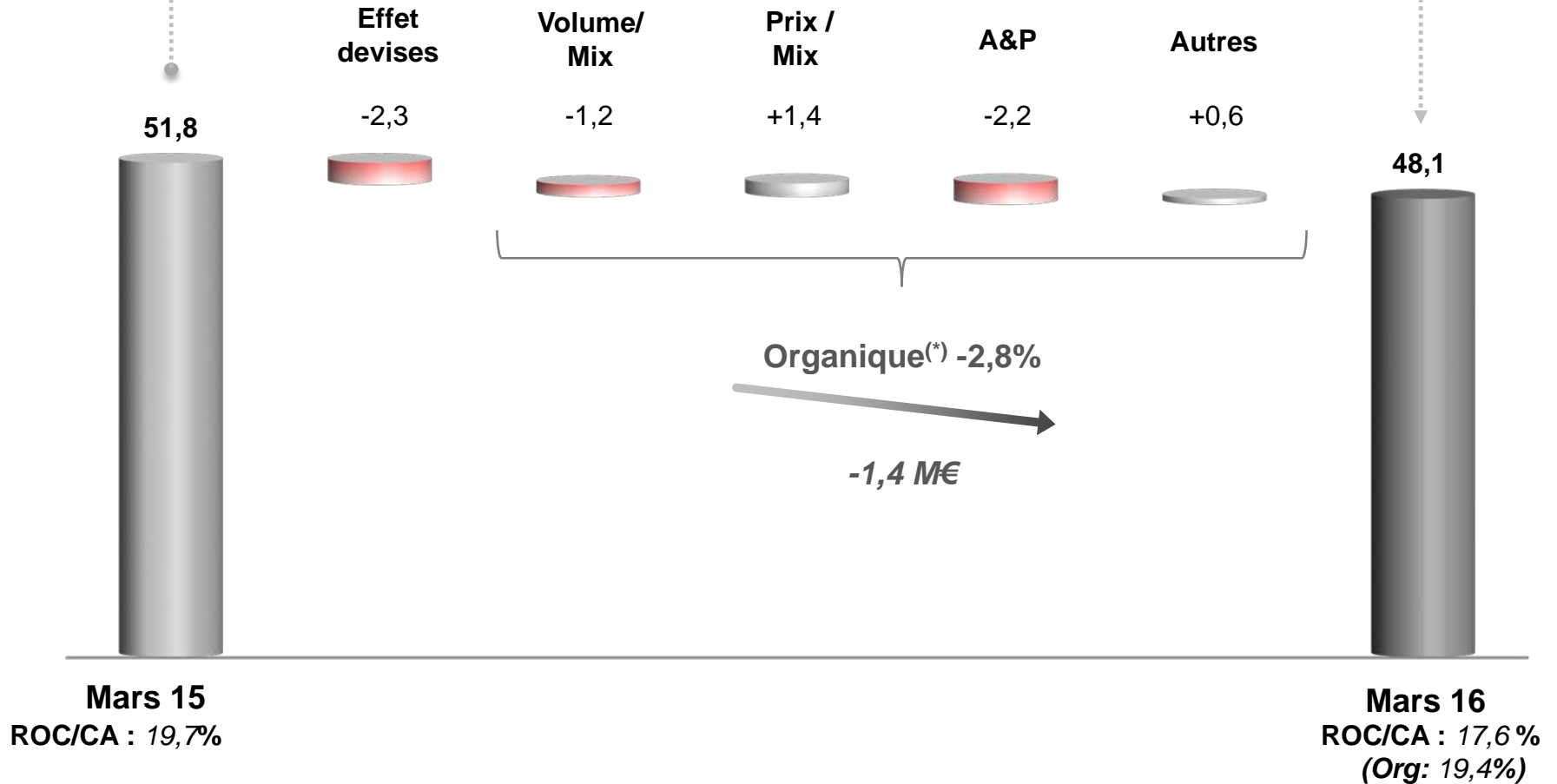




Liqueurs & Spiritueux

Résultat opérationnel courant (M€)

Croissance publiée: -7,1%



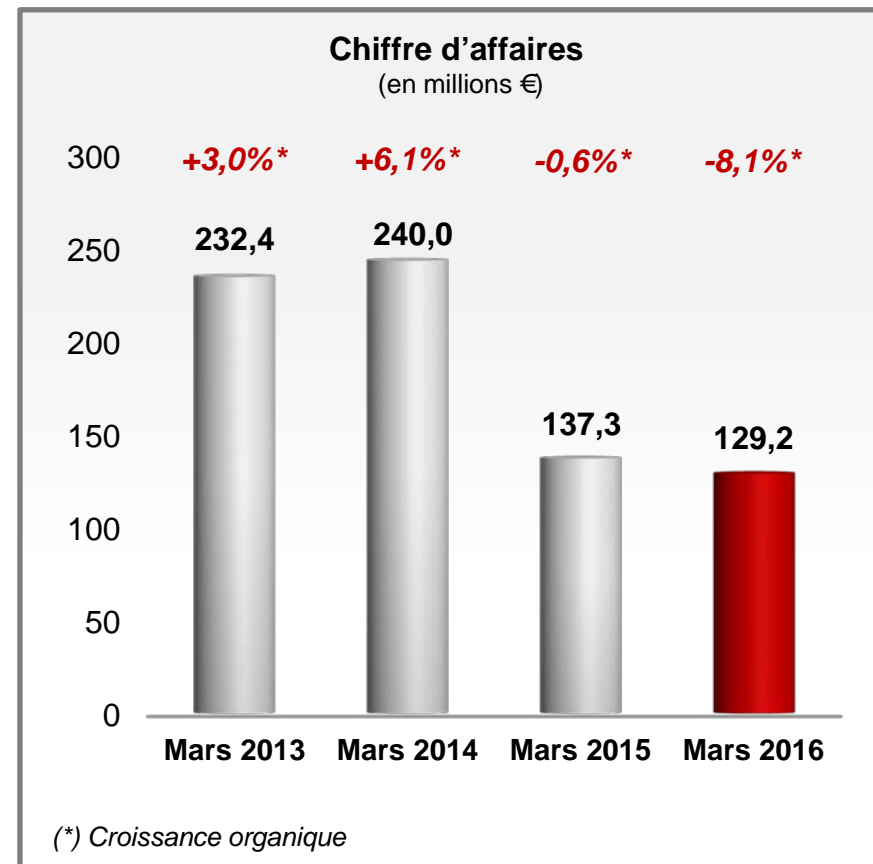
(*) La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants



Marques Partenaires

■ **Chiffre d'affaires** en baisse de 8,1% en organique (volumes -0,8%)

- Bonne progression des marques tiers en zone EMEA
- Recul des ventes de champagne (contrat de distribution du champagne aux Etats-Unis arrivé à échéance)

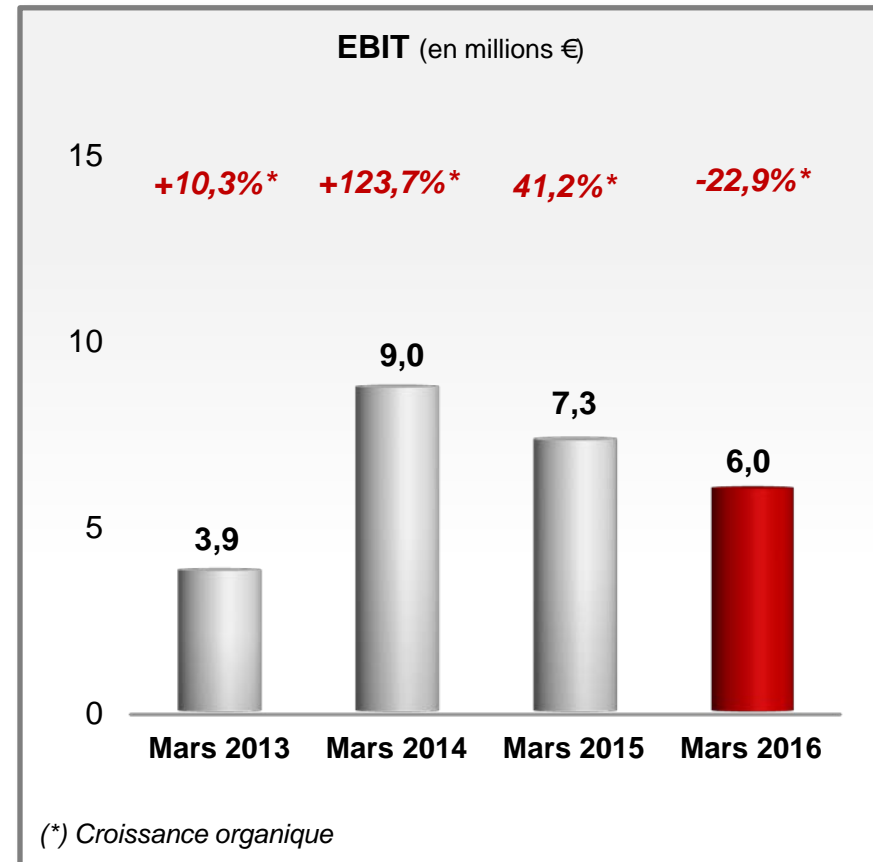




Marques Partenaires

■ Résultat opérationnel courant: 6,0M € (-22,9% en organique)

- Fin du contrat de distribution des marques de champagne aux Etats-Unis (impact: €1,5M)
- Effets mix-produits défavorables





COINTREAU BLOOD ORANGE

The bold face of Cointreau



Luca Marotta
Directeur Financier

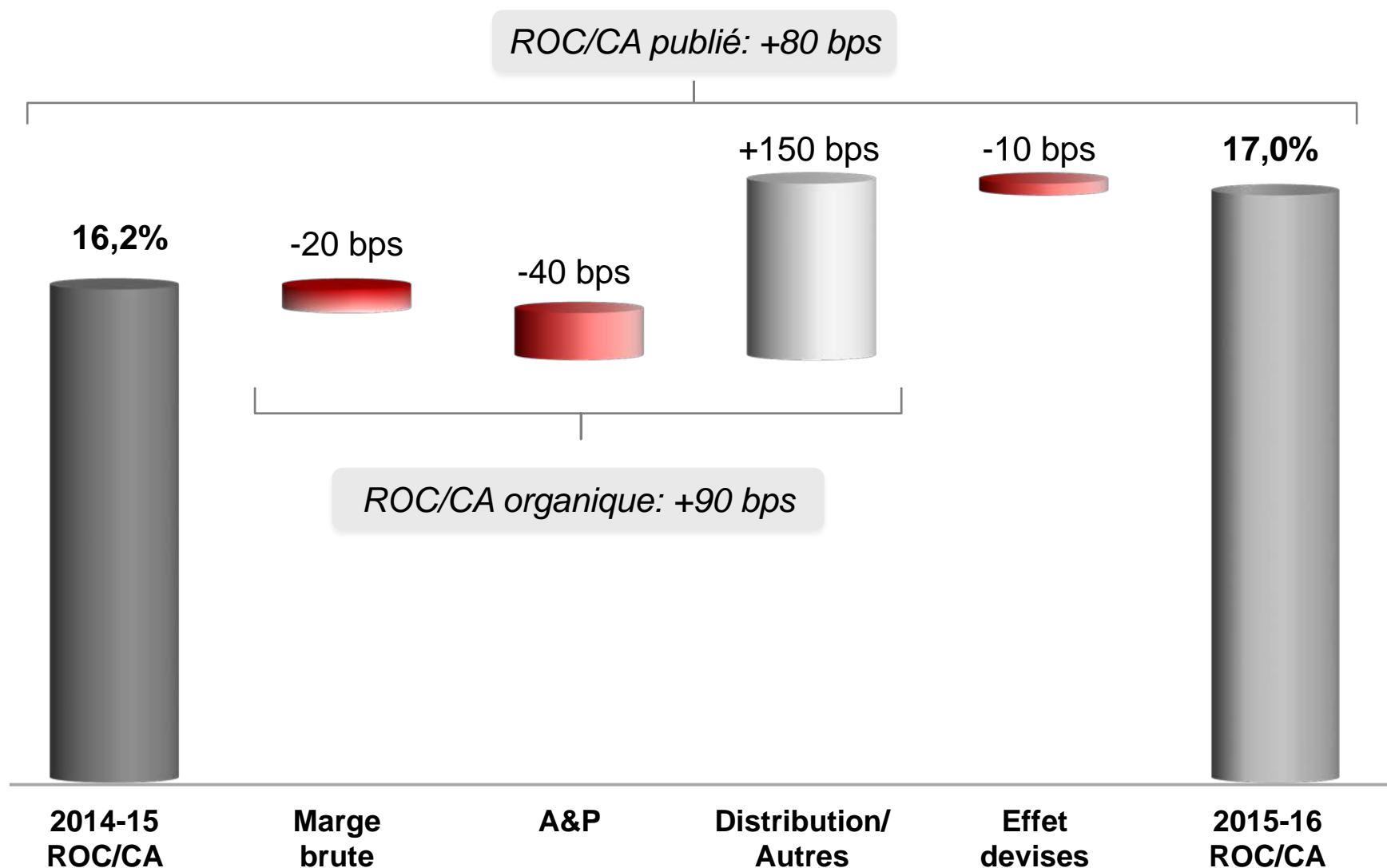


Résultat opérationnel courant

(M€)	2015	2016	Variation publiée	Variation organique
Chiffre d'affaires	965,1	1 050,7	+8,9%	+0,3%
Marge brute	618,1	665,8	+7,7%	+0,0%
<i>en %</i>	<i>64,0%</i>	<i>63,4%</i>	<i>-60bps</i>	<i>-20bps</i>
Frais commerciaux	(374,2)	(406,7)	+8,7%	-0,5%
Frais administratifs	(89,4)	(81,6)	-8,7%	-9,4%
Autres produits & charges	1,5	0,9	-	-
Résultat opérationnel courant	156,0	178,4	14,4%	+6,1%
Marge opérationnelle courante	16,2%	17,0%	+80bps	+90bps



Marge opérationnelle courante





Résultat net

(M€)	2015	2016
Résultat opérationnel courant	156,0	178,4
Autres produits et charges opérationnels	0,5	0,3
Résultat opérationnel	156,5	178,7
Résultat financier	(29,7)	(27,3)
Résultat avant impôts	126,8	151,4
Impôts	(33,5)	(44,1)
Taux d'impôt	26,4%	29,1%
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	(0,7)	(4,8)
Résultat net part du groupe	92,6	102,4
Marge nette part du groupe	9,6%	9,7%
Résultat net (hors éléments non récurrents)	94,6	110,4
Marge nette (hors éléments non récurrents)	9,8%	10,5%



Dettes nettes/Cash flow

(M€)	2015	2016	Variation
Dettes financières nettes à l'ouverture (1 avril)	(413,5)	(466,6)	(53,1)
Résultat brut d'exploitation (EBITDA)	178,2	199,6	21,4
BFR eaux-de-vie et spiritueux en cours de vieillissement	(38,0)	(42,6)	(4,6)
Autres éléments de fonds de roulement	(42,7)	0,0	42,7
Investissements industriels	(36,8)	(30,8)	6,0
Frais financiers	(26,6)	(21,1)	5,5
Paiements d'impôts	(24,3)	(29,9)	(5,6)
Total flux opérationnels	9,8	75,2	65,4
Dividendes	(48,0)	(72,8)	(24,8)
Acquisitions /Cessions d'actifs	1,7	1,5	(0,2)
Ecart de conversion et autres	(16,6)	4,5	21,1
Total flux de la période	(53,1)	8,4	61,5
Dettes financières nettes à la clôture (31 mars)	(466,6)	(458,2)	8,4
Ratio A (dettes nettes/EBITDA)	2,64	2,29	(0,35)

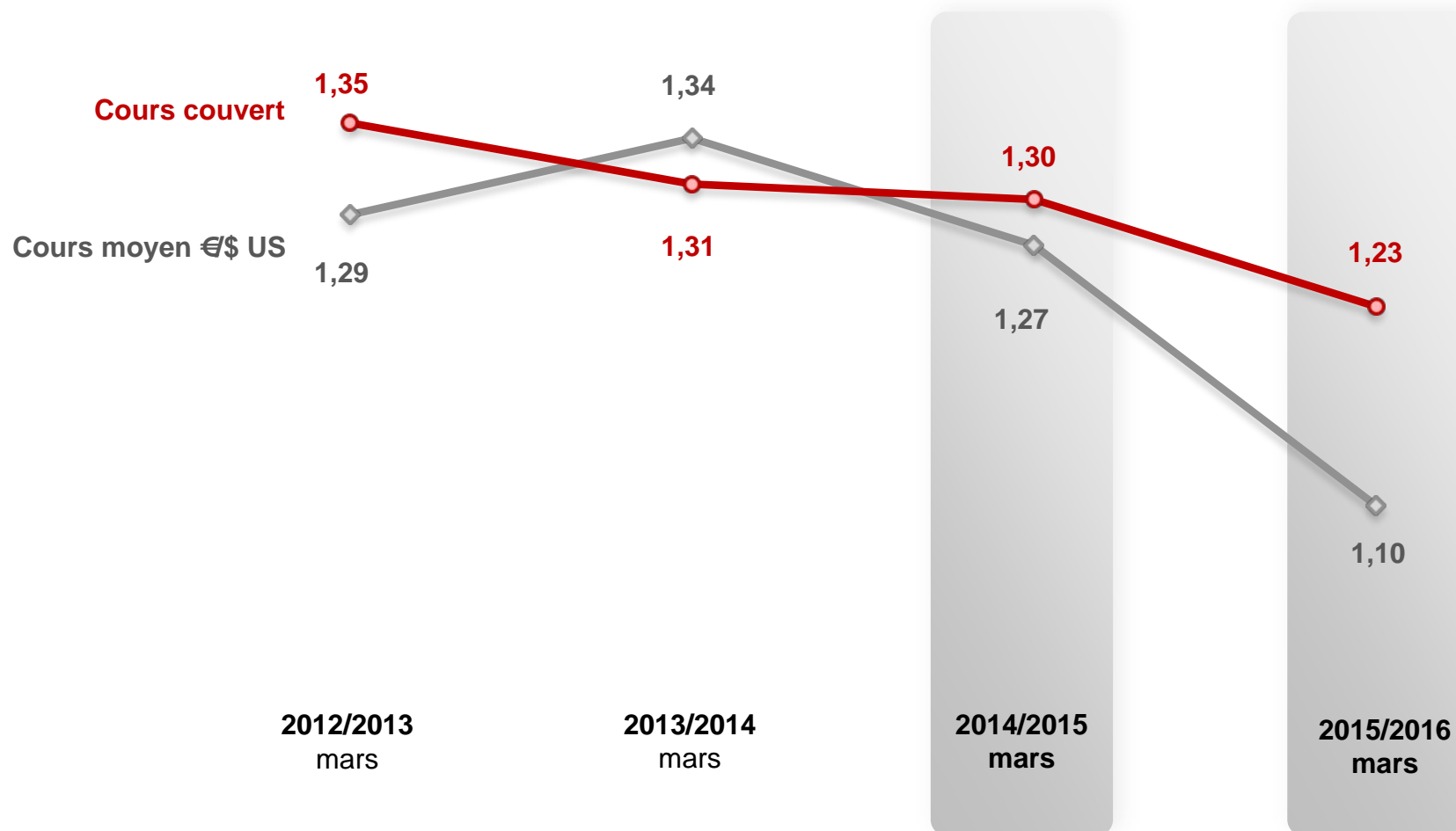


Résultat Financier

(M€)	2015	2016
Coût de l'endettement financier brut	(26,8)	(24,1)
Revenus de placements	2,9	0,1
Sous-total	(23,9)	(24,0)
Variation de valeur du portefeuille d'instruments de couverture de taux	(0,1)	-
Résultat de change	(2,0)	0,8
Autres charges financières (Net)	(3,7)	(4,1)
Résultat financier	(29,7)	(27,3)



Change : impact des couvertures





Bilan au 31 mars 2016

Actif

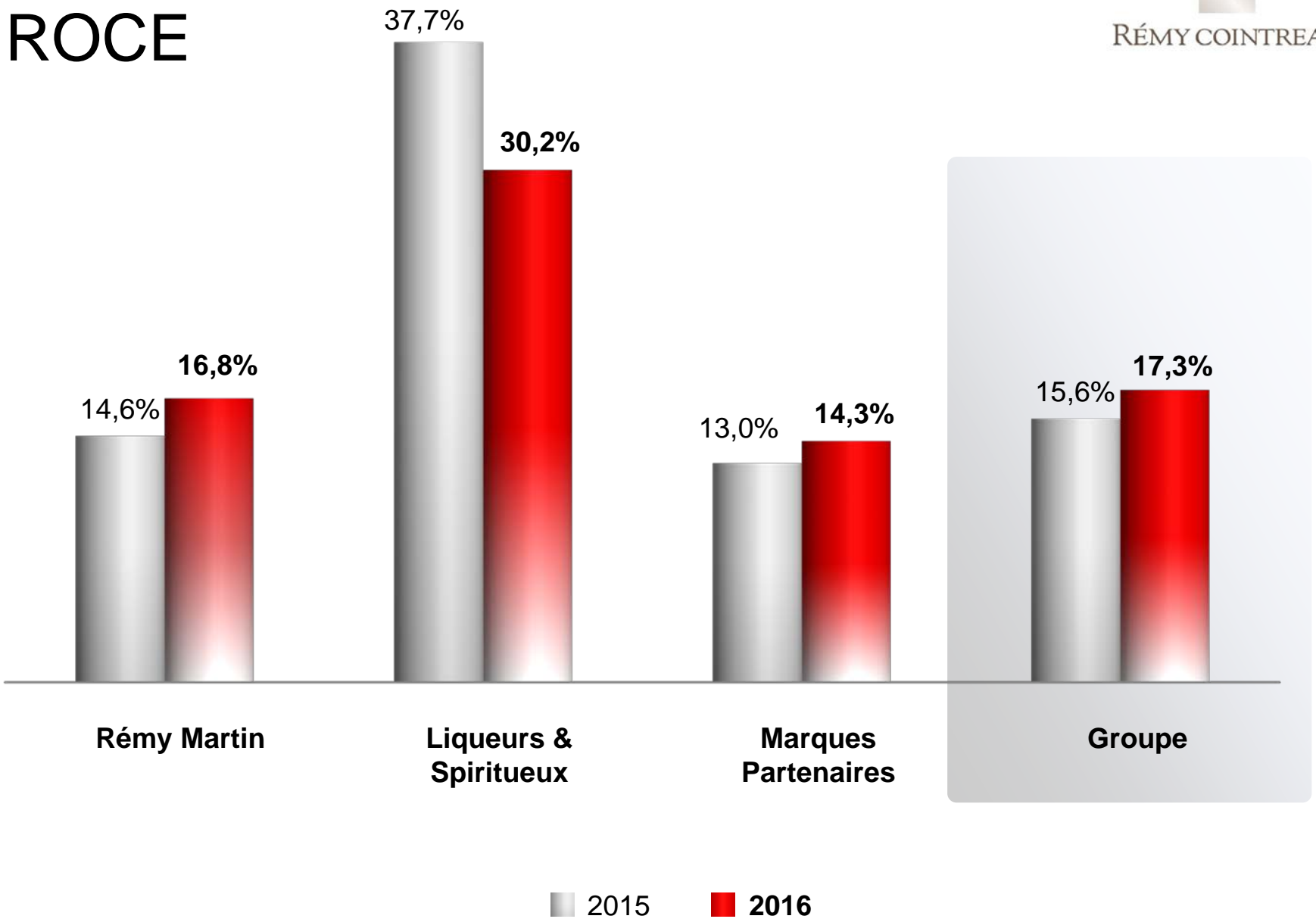
Passif

(M€)	2015	en %	2016	en %		2015	en %	2016	en %
Actifs non courants	889	38%	875	38%	Capitaux propres	1 076	46%	1 113	49%
Actifs courants	1 376	59%	1 360	60%	Passifs courants et non courants	722	31%	664	29%
<i>dont Stocks</i>	1 109	47%	1 108	49%	Dette financière brute	541	23%	505	22%
Trésorerie	74	3%	47	2%					
Total Actif	2 339	100%	2 282	100%	Total Passif	2 339	100%	2 282	100%
Stocks/Actif		47%		49%	Net Gearing		43%		41%

ROCE



RÉMY COINTREAU

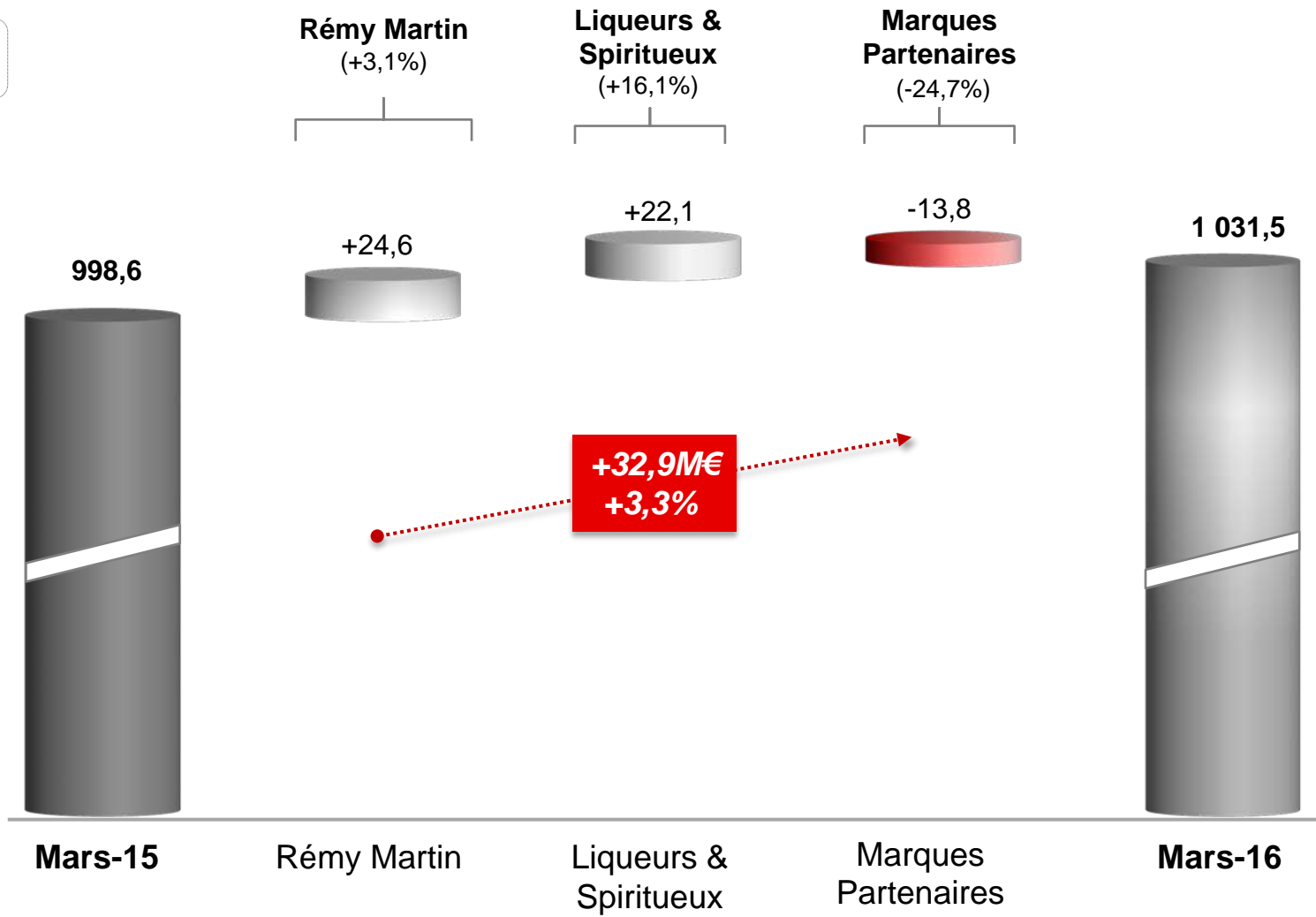


■ 2015 ■ 2016



Evolution des capitaux employés

(M€)





Evènements de l'année et post-clôture

- **27 octobre 2015** → Cession de la société Izarra – Distillerie de la Côte Basque à Spirited Brands
- **26 Juillet 2016** → Un dividende de 1,60 euro par action, avec une option en numéraire ou en actions (pour la totalité du dividende mis en distribution), sera proposé au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 26 juillet 2016

En €	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Dividende	1,40	1,27	1,53	1,60

- **31 août 2016** → Sortie du joint-venture Lixir en France
- **1 Septembre 2016** → Accord de distribution avec Bollinger Diffusion sur le marché français pour les marques de la Maison Rémy Martin et le rhum Mount Gay

RSE: une ambition renouvelée



RÉMY COINTREAU

Faits majeurs 2015/16

- Lancement du nouveau Plan RSE2020
- Première enquête de satisfaction RH Monde 85% de participation
- Initiatives internes en Consommation Responsable
- Nouvelle Charte Ethique
- Adhésion SEDEX (achats)
- Maintien du niveau GC Advanced (Global Compact) N° 1 du secteur Industrie / Indice Gaïa

Projets 2016/17

- Alignement des objectifs Groupe sur ceux de la COP 21
- Partenariat RSE avec la Viticulture (Cognac) Reporting en Scope III
- Rémunération des cadres dirigeants liée à des indicateurs RSE (2017/18)
- Création d'une Commission RSE au sein du Conseil d'Administration

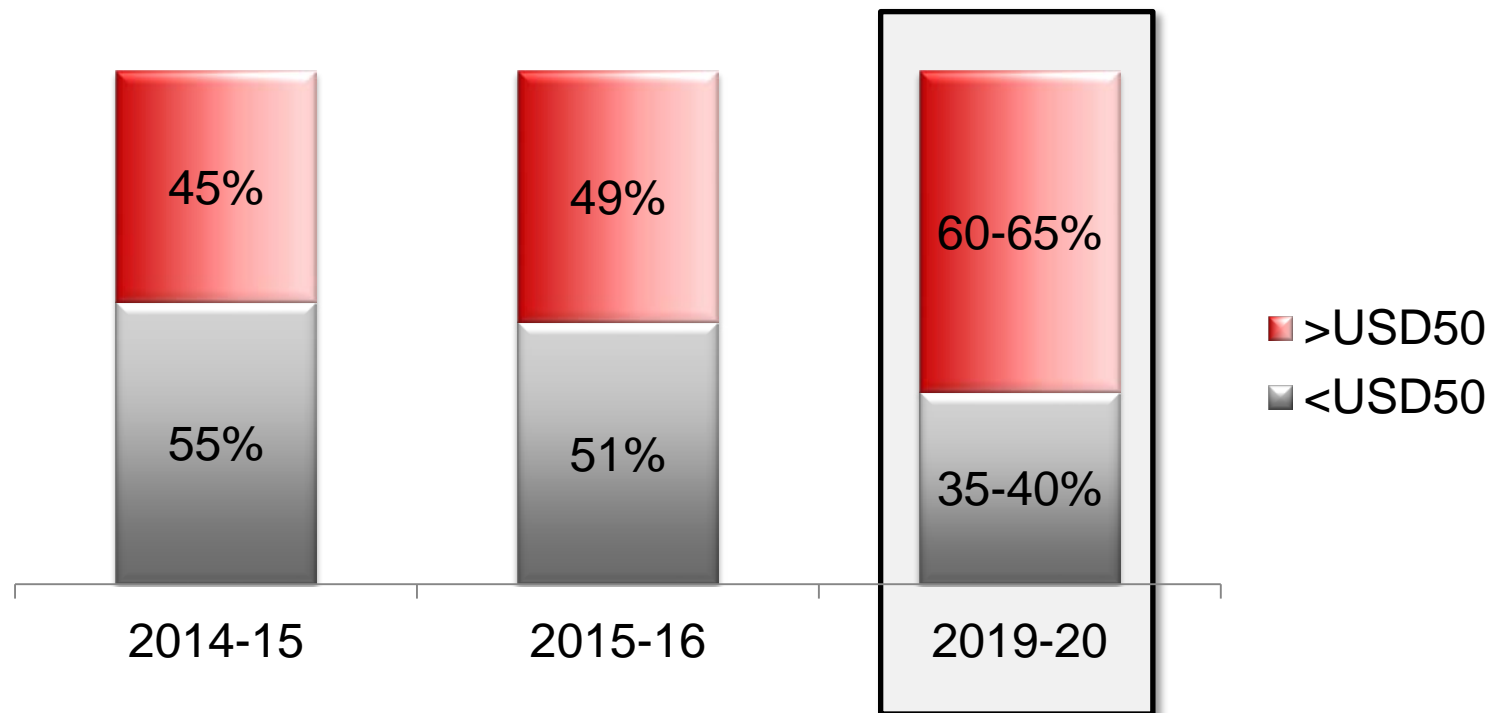


Des performances 2015-16 cohérentes avec nos objectifs financiers 2019-20



RÉMY COINTREAU

- **Les Spiritueux d'Exception (>USD50) représenteront 60-65% du chiffre d'affaires du groupe en 2019-20**



- **Une Marge Opérationnelle Courante située entre 18-20% en 2019-20 (à taux de change 14-15 et périmètre constants), soit une progression organique de 200-400bps sur la période**



Perspectives 2016-17

- Dans une conjoncture mondiale économique, géopolitique et monétaire qui demeure incertaine...
- ...Le groupe reste confiant dans sa stratégie d'accélération de montée en gamme, soutenue par une créativité produits, une augmentation ciblée de ses investissements en communication et une optimisation de son réseau de distribution
- **Croissance positive du résultat opérationnel courant, à taux de change et périmètre constants, en 2016-17**



Q&A