



RÉMY COINTREAU

Paris, 9 juin 2016

Résultats annuels consolidés 2015-16 (avril 2015– mars 2016)

Bonne performance annuelle Résultat opérationnel courant : +6,1% en organique Résultat net: +10,6%

Au 31 mars 2016, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 1 050,7 M€, en progression de 8,9% par rapport à l'exercice précédent. En organique, la croissance est positive : +1,7% pour les marques du groupe et +0,3% au total.

Sur l'année, la zone EMEA (Europe, Middle East & Africa) affiche une belle progression, grâce à la stratégie d'expansion du groupe en Afrique, et la zone Amériques bénéficie de la croissance remarquable de nos marques dans un contexte favorable pour les alcools bruns, en particulier aux Etats-Unis. Les pays d'Asie Pacifique enregistrent une croissance significative sur le 2^{ème} semestre.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 178,4 M€, en progression organique de 6,1% (+14,4% en publié), conforme aux objectifs de croissance organique que le groupe s'était fixé en juin 2015. La rentabilité opérationnelle s'est ainsi améliorée de 80bps à 17,0%. Ce gain s'explique par la performance de nos spiritueux d'exception (> USD50) et l'optimisation de nos coûts de structure, qui ont ainsi permis une hausse ciblée de nos investissements en communication.

Le résultat net consolidé part du groupe progresse de 10,6% à 102,4 M€. Hors éléments non récurrents, le résultat net s'établit à 110,4 M€, en hausse de 16,7%.

Chiffres clés

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2016	Au 31 mars 2015	Variation	
	Publié	Publié	Publiée	Organique*
Chiffre d'affaires	1 050,7	965,1	8,9%	+0,3%
Résultat opérationnel courant	178,4	156,0	+14,4%	+6,1%
Marge opérationnelle courante	17,0%	16,2%	-	-
Résultat net part du groupe	102,4	92,6	+10,6%	-1,4%
Marge nette part du groupe	9,7%	9,6%	-	-
Résultat net hors éléments non récurrents	110,4	94,6	+16,7%	+5,0%
Marge nette hors éléments non récurrents	10,5%	9,8%	-	-
BPA part du groupe	2,11	1,91	+10,5%	-
BPA hors éléments non récurrents	2,27	1,95	+16,4%	-
Ratio dette nette /EBITDA	2,29	2,64	-	-

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

Résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2016	au 31 mars 2015	Variation	
	Publié		Publié	Publiée
Rémy Martin	139,7	117,4	19,0%	+6,4%
<i>Marge %</i>	21,6%	20,8%		
Liqueurs & Spiritueux	48,1	51,8	(7,1%)	(2,8%)
<i>Marge %</i>	17,6%	19,7%		
S/total marques du Groupe	187,8	169,2	+11,0%	+3,6%
<i>Marge %</i>	20,4%	20,4%		
Marques partenaires	6,0	7,3	(17,1%)	(22,9%)
<i>Marge %</i>	4,7%	5,3%		
Frais holding	(15,4)	(20,5)	(25,0%)	(25,0%)
Total	178,4	156,0	+14,4%	+6,1%
<i>Marge %</i>	17,0%	16,2%		

Rémy Martin

Après deux années de repli, les ventes de la **Maison Rémy Martin** se sont redressées sur l'année et enregistrent une croissance organique de 3,2%, essentiellement portée par des performances soutenues aux Etats-Unis, en Afrique, en Asie du Sud Est et au Japon.

La marque **Rémy Martin** a ainsi bénéficié de sa nouvelle plateforme globale de communication « One Life / Live Them », et de la très forte progression de ses marques *1738 Accord Royal* aux Etats-Unis et *Club* en Asie. **Louis XIII** a, pour sa part, profité du succès de sa campagne « 100 Years, the movie you will never see ».

Le résultat opérationnel courant s'élève à 139,7 M€, en croissance organique de 6,4%. La marge opérationnelle s'établit à 21,6%, en progression de 80 points de base, les effets de mix et prix favorables, ainsi que l'optimisation des coûts de structure de la division ayant largement compensé la hausse du coût des eaux-de-vie, et l'accélération des investissements en communication.

Liqueurs & Spiritueux

La stratégie d'accélération de montée en gamme a également été effective pour la division Liqueurs & Spiritueux en 2015-16 : dans le circuit du Travel Retail, **Cointreau** a lancé avec succès *Cointreau Blood Orange* et **Metaxa** a déployé *Angels' Treasure*. **Mount Gay Black Barrel** continue de s'affirmer comme l'un des leaders du segment des rhums haut-de-gamme dans ses nouveaux marchés et **Octomore** a renforcé son offre avec le lancement de l'édition limitée *7.4 Virgin Oak*.

Ces initiatives ont soutenu la croissance de la division au 2^{ème} semestre, mais n'ont pas complètement compensé les facteurs macro-économiques (Grèce et Russie) et techniques qui ont pesé sur la 1^{ère} partie de l'année. La performance annuelle reste ainsi légèrement négative (-1,5% en organique).

Le résultat opérationnel courant atteint 48,1 M€ (-2,8% en organique), conséquence du repli des ventes et de l'augmentation des dépenses de communication pour soutenir les marques et initiatives créatives de l'année. La marge opérationnelle courante s'établit à 17,6% contre 19,7% à fin mars 2015.

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

Marques Partenaires

Le repli du chiffre d'affaires est lié à la fin du contrat de distribution des marques de champagne (Piper Heidsieck et Charles Heidsieck) aux Etats-Unis, alors que les ventes des autres marques partenaires enregistrent une croissance à deux chiffres en zone EMEA.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 6,0 M€ (-22,9% en organique), et s'explique par le recul du chiffre d'affaires de l'activité sur l'exercice.

Résultats consolidés

Le résultat opérationnel courant s'élève à 178,4 M€, en progression organique de 6,1%. En publié (+14,4%), celui-ci intègre un effet de change positif de 12,9 M€, qui résulte à la fois d'effets de conversion et de transaction (politique de couverture).

Le résultat opérationnel s'établit à 178,7 M€, après prise en compte d'un produit net non-récurrent de 0,3 M€.

Le résultat financier est une charge de 27,3 M€, en réduction de 2,4 M€ sur l'année, grâce à une réduction des frais liés à la dette financière brute et à un résultat de change positif.

La charge d'impôt s'élève à 44,1 M€ soit un taux effectif de 29,1%, en augmentation par rapport au taux de mars 2015 (26,4%), qui avait bénéficié d'un mix géographique favorable et d'éléments techniques positifs.

La quote-part du résultat des entreprises associées est une perte de 4,8 M€, qui reflète essentiellement un ajustement de la valeur de la participation dans Dynasty Fine Wines Ltd. Au 31 mars 2016, Dynasty n'avait toujours pas publié ses comptes 2012, 2013, 2014 et 2015. Au cours de l'exercice, Rémy Cointreau a procédé à une nouvelle évaluation de sa participation, à la suite de laquelle une dépréciation de 3,7 M€ a été comptabilisée.

Le résultat net part du groupe est de 102,4 M€, en progression de 10,6%.

Hors éléments non récurrents (-8,0 M€), le résultat net part du groupe ressort à 110,4 M€, en hausse de 16,7% et la marge nette affiche une progression de 70 points de base à 10,5%. Le résultat net par action (hors éléments non récurrents) s'établit à 2,27€ (+16,4%).

La dette nette s'élève à 458,2 M€ au 31 mars 2016, en baisse de 8,4 M€ sur l'exercice, grâce à une gestion performante du besoin en fond de roulement (hors achats d'eaux-de-vie stratégiques).

Ainsi, **le ratio bancaire « dette nette/EBITDA »** s'améliore significativement à 2,29 à fin mars 2016 contre 2,64 à fin mars 2015.

Le retour sur capitaux employés (ROCE) s'établit à 17,3% au 31 mars 2016, en progression de 170bps sur l'exercice.

Un dividende de 1,60 euro par action (soit une hausse de 4,6%) sera proposé au vote des actionnaires lors de l'assemblée générale du 26 juillet 2016. Le paiement sera assorti d'une option en numéraire ou en actions pour la totalité du dividende mis en distribution.

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

Perspectives 2016-17

Confiant dans sa stratégie d'accélération de montée en gamme, le groupe Rémy Cointreau anticipe une croissance de son résultat opérationnel courant, à devises et périmètre constants, au cours de l'exercice 2016-17.

Contact : Laetitia Delaye : 01 44 13 45 25

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

ANNEXES

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant par division

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2016		au 31 mars 2015	Variation		
	Publié	A devises constantes		Publié	Publiée	Organique ^(*)
	A	B		C	A/C-1	B/C-1
Chiffre d'affaires						
Rémy Martin	647,8	582,8	564,8	+14,7%	3,2%	
Liqueurs & Spiritueux	273,7	259,0	262,9	+4,1%	-1,5%	
S/total marques du Groupe	921,5	841,8	827,8	+11,3%	+1,7%	
Marques Partenaires	129,2	126,2	137,3	-5,9%	-8,1%	
Total	1 050,7	968,0	965,1	+8,9%	+0,3%	
Résultat opérationnel courant						
Rémy Martin	139,7	124,9	117,4	+19,0%	+6,4%	
<i>Marge %</i>	<i>21,6%</i>	<i>21,4%</i>	<i>20,8%</i>			
Liqueurs & Spiritueux	48,1	50,3	51,8	-7,1%	-2,8%	
<i>Marge %</i>	<i>17,6%</i>	<i>19,4%</i>	<i>19,7%</i>			
S/total marques du Groupe	187,8	175,2	169,2	+11,0%	+3,6%	
<i>Marge %</i>	<i>20,4%</i>	<i>20,8%</i>	<i>20,4%</i>			
Marques partenaires	6,0	5,6	7,3	-17,1%	-22,9%	
<i>Marge %</i>	<i>4,7%</i>	<i>4,4%</i>	<i>5,3%</i>			
Frais holding	(15,4)	(15,4)	(20,5)	-25,0%	-25,0%	
Total	178,4	165,5	156,0	+14,4%	+6,1%	
<i>Marge %</i>	<i>17,0%</i>	<i>17,1%</i>	<i>16,2%</i>			

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

Compte de résultat synthétique

Millions d'euros (M€)	au 31 mars 2016		au 31 mars 2015	Variation	
	Publié	A devises constantes	Publié	Publiée	Organique*
	A	B	C	A/C-1	B/C-1
Chiffre d'affaires (CA)	1 050,7	968,0	965,1	8,9%	0,3%
Marge Brute	665,8	617,9	618,1	7,7%	0,0%
MB/CA	63,4%	63,8%	64,0%		
Résultat opérationnel courant	178,4	165,5	156,0	14,4%	6,1%
ROC/CA	17,0%	17,1%	16,2%		
Autres produits et charges opérationnels	0,3	0,3	0,5		
Résultat opérationnel	178,7	165,7	156,5		
Résultat financier	(27,3)	(30,1)	(29,7)		
Impôts sur les bénéfices	(44,1)	(39,5)	(33,5)		
Taux d'impôt	29,1%	29,1%	26,4%		
Quote-part des entreprises associées	(4,8)	(4,8)	(0,7)		
Minoritaires	(0,1)	(0,1)	-		
Résultat net part du groupe	102,4	91,3	92,6	10,6%	-1,4%
RN/CA	9,7%	9,4%	9,6%		
Résultat net hors éléments non récurrents	110,4	99,3	94,6	16,7%	5,0%
RN (hors éléments non-récurrents)/CA	10,5%	10,3%	9,8%	-	-
BPA part du groupe	2,11	1,88	1,91	10,5%	-
BPA hors éléments non récurrents	2,27	2,04	1,95	16,4%	-

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