



RÉMY COINTREAU

Paris, le 20 juillet 2017

Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2017/2018

(avril 2017 – juin 2017)

Un excellent début d'année (+8,0%*)

Objectifs annuels 2017-18 confirmés

Rémy Cointreau réalise un chiffre d'affaires de 240,2 millions d'euros au cours du 1er trimestre de l'exercice 2017-18, en croissance publiée de 9,9%. En organique (à devises et périmètre constants), la progression est de 8,0%, portée par les marques du groupe (+12,3%). Les effets devises et périmètre (acquisition de Westland et Domaine des Hautes Glaces en janvier 2017) ont contribué favorablement sur la période.

La dynamique de ce début d'année s'appuie sur une performance remarquable de la Maison Rémy Martin, qui bénéficie de l'attractivité de ses marques et de sa stratégie de valorisation. Le recul de la division Liqueurs & Spiritueux résulte de la déconsolidation des ventes de Passoã et masque ainsi une très bonne progression des marques demeurant au sein de la division (+7%). Enfin, la tendance des ventes de Marques Partenaires s'explique principalement par la fin du contrat de distribution des marques de champagne.

Au plan géographique, l'Asie Pacifique réalise une excellente performance au 1^{er} trimestre, grâce à une tendance très soutenue en Grande Chine et à Singapour, et une amélioration au Japon. La zone Europe, Moyen Orient & Afrique (EMEA) est en belle progression sur ce début d'année, portée par l'Afrique, la Russie et l'Europe Centrale, tandis que la zone Amérique consolide sur une base de comparaison particulièrement élevée.

Il est à noter que la contribution du premier trimestre à l'activité annuelle est traditionnellement peu significative.

Répartition des ventes par division:

(€ millions)	3 mois au 30/06/17	3 mois au 30/06/16	Variation	
			Publiée	Organique(*)
Maison Rémy Martin	156,6	130,0	20,5%	18,7%
Liqueurs & Spiritueux	58,6	58,1	0,9%	-1,9%
S/total Marques Groupe	215,2	188,1	14,4%	12,3%
Marques Partenaires	25,0	30,5	-18,0%	-18,5%
Total	240,2	218,6	9,9%	8,0%

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

Maison Rémy Martin

La **Maison Rémy Martin** poursuit sa dynamique positive sur ce 1^{er} trimestre (+18,7% en organique), grâce des tendances toujours très favorables en Chine Continentale ainsi qu'à une amélioration du contexte à Macao, à Hong Kong, et au Japon. La zone EMEA bénéficie d'une nouvelle phase d'expansion du groupe en Afrique, tandis que la Russie confirme sa reprise.

La richesse des initiatives s'est de nouveau traduite par des effets de mix très positifs sur la période : LOUIS XIII a lancé l'édition limitée *The Legacy* (500 carafes magnums en cristal signées de la main de quatre générations de maîtres de chai LOUIS XIII) et Rémy Martin a dévoilé son édition limitée XO Cannes 2017 disponible exclusivement dans le Travel Retail. En perpétuelle quête d'innovation, Rémy Martin a également lancé son expérience de réalité mixte "Enracinés dans l'Exception" avec le casque Microsoft HoloLens aux Etats-Unis.

Liqueurs & Spiritueux

Le recul de la division Liqueurs & Spiritueux (-1,9% en organique) s'explique par la déconsolidation des ventes de Passoã depuis le 1^{er} décembre 2016 (marque désormais gérée par une joint-venture sous le contrôle de Lucas Bols). Elle masque ainsi une très bonne progression des marques de la division (+7%) sur le 1^{er} trimestre.

Le bon début d'année de la **Maison Cointreau** s'appuie sur une performance solide de son principal marché, les Etats-Unis, mais également sur ses nouveaux relais de croissance, la Grande Chine et la Russie. La bonne dynamique de la **Maison Metaxa** s'est poursuivie sur ce 1^{er} trimestre, grâce au succès de la qualité « 12 Stars » en Europe Centrale et une accélération des tendances dans le Travel Retail. **Mount Gay** et **St-Rémy** renouent avec la croissance sur la période à fin juin, grâce à de bonnes tendances, pour les deux marques, sur le continent américain. Enfin, la performance du 1^{er} trimestre confirme la dynamique positive des **Progressive Hebridean Distillers** (Bruichladdich/Port Charlotte/ Octomore/The Botanist), soutenue par le fort développement du gin The Botanist.

Marques Partenaires

A fin juin, le repli des ventes (-18,5% en organique) s'explique principalement par l'évolution du portefeuille de marques partenaires : la fin du contrat de distribution des marques de champagne (Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck) en EMEA et dans le Travel Retail d'une part et la consolidation des ventes de Passoã désormais distribuées par le réseau Rémy Cointreau pour le compte de la joint-venture d'autre part.

Perspectives 2017-18

Fort de ce bon début d'année, Rémy Cointreau confirme son objectif d'une croissance de son résultat opérationnel courant sur l'exercice 2017-18, à devises et périmètre constants.

Contact: *Laetitia Delaye* – 01 44 13 45 25

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

Annexes:

Chiffre d'affaires et croissance organique par activité

Ventes du 1er trimestre 2017-2018 (Avril-Juin 2017)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 17-18 A	Devises 17-18	Périmètre 17-18	Organique 17-18 (*) B	Publié 16-17 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) B/C-1
Rémy Martin	156,6	2,3	0,0	154,3	130,0	20,5%	18,7%
Liqueurs & Spiritueux	58,6	0,4	1,2	57,0	58,1	0,9%	-1,9%
S/total Marques Groupe	215,2	2,7	1,2	211,3	188,1	14,4%	12,3%
Marques Partenaires	25,0	0,1	0,0	24,9	30,5	-18,0%	-18,5%
Total	240,2	2,9	1,2	236,1	218,6	9,9%	8,0%

Définitions des indicateurs alternatifs de performance

Le processus de gestion de Rémy Cointreau repose sur les indicateurs alternatifs de performance suivants, choisis pour la planification et le reporting. La direction du groupe estime que ces indicateurs fournissent des renseignements supplémentaires utiles pour les utilisateurs des états financiers pour comprendre la performance du groupe. Ces indicateurs alternatifs de performance doivent être considérés comme complémentaires de ceux figurant dans les états financiers consolidés et des mouvements qui en découlent.

Croissance organique du chiffre d'affaires

La croissance organique est calculée en excluant les impacts des variations des taux de change ainsi que des acquisitions et cessions.

L'impact des taux de change est calculé en convertissant le chiffre d'affaires de l'exercice en cours aux taux de change moyens de l'exercice précédent.

Pour les acquisitions de l'exercice en cours, le chiffre d'affaires de l'entité acquise est exclu des calculs de croissance organique. Pour les acquisitions de l'exercice précédent, le chiffre d'affaires de l'entité acquise est inclus dans l'exercice précédent, mais n'est inclus dans le calcul de la croissance organique sur l'exercice en cours qu'à partir de la date anniversaire d'acquisition.

Dans le cas d'une cession d'importance significative, on utilise les données après application d'IFRS 5 (qui reclasse systématiquement le chiffre d'affaires de l'entité cédée en « résultat net des activités cédées ou en cours de cession » pour l'exercice en cours et l'exercice précédent).

Cet indicateur permet de se concentrer sur la performance du groupe commune aux deux exercices, performance que le management local est plus directement en mesure d'influencer.

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