



# RÉMY COINTREAU

Paris, le 17 octobre 2017

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2017-18

(avril 2017 – septembre 2017)

Un 1<sup>er</sup> semestre en croissance solide (+7,0%\*)

Objectifs 2017-18 confirmés

Rémy Cointreau réalise un chiffre d'affaires de 544,4 millions d'euros au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2017-18, en croissance publiée de 6,0%. En organique (à devises et périmètre constants), les ventes sont en progression de 7,0%, grâce à la poursuite d'une excellente dynamique au 2<sup>ème</sup> trimestre (+6,2%).

La croissance soutenue du 1<sup>er</sup> semestre est portée par les marques du groupe (9,6% en organique) et notamment par la Maison Rémy Martin (+15,4%). Le repli des ventes de la division Liqueurs & Spiritueux résulte de la déconsolidation de Passoa et masque ainsi une bonne progression des marques de la division (+5%). Les ventes de Marques Partenaires restent pénalisées par la fin du contrat de distribution des marques de champagne.

Sur la période, la croissance organique progresse dans toutes les régions du monde : la zone Asie Pacifique poursuit sa progression remarquable, portée par la dynamique de la Grande Chine et de Singapour mais aussi par de meilleures tendances au Japon. La zone Amériques bénéficie d'une croissance solide aux Etats-Unis au 2<sup>ème</sup> trimestre, dans un contexte favorable de montée en gamme pour le cognac. La croissance de la zone Europe, Moyen Orient & Afrique (EMEA) s'appuie sur la bonne performance de la Russie, de l'Europe Centrale et de l'Afrique.

### Répartition des ventes par division:

(€ millions)	6 mois au 30/09/17	6 mois au 30/09/16	Variation	
			Publiée	Organique (*)
Maison Rémy Martin	367,0	322,5	13,8%	15,4%
Liqueurs & Spiritueux	129,2	134,8	-4,2%	-4,5%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>496,1</b>	<b>457,3</b>	<b>8,5%</b>	<b>9,6%</b>
Marques Partenaires	48,2	56,0	-13,9%	-14,3%
<b>Total</b>	<b>544,4</b>	<b>513,4</b>	<b>6,0%</b>	<b>7,0%</b>

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

## Maison Rémy Martin

La **Maison Rémy Martin** réalise une belle performance sur ce 1<sup>er</sup> semestre (+15,4% en organique), grâce à une croissance des ventes dans toutes les régions du monde : en Asie Pacifique, la Grande Chine confirme son excellente dynamique, Singapour est en plein développement et le Japon retrouve de meilleures tendances. Les Amériques bénéficient d'une demande solide pour les qualités haut-de-gamme, et la zone EMEA est portée par une nouvelle phase d'expansion du groupe en Afrique, ainsi que par une croissance soutenue en Russie. Enfin, le Travel Retail réalise un très bon début d'année, grâce à une amélioration nette des tendances, notamment sur le très haut-de-gamme.

La richesse des créations de la **Maison Rémy Martin** s'est poursuivie sur le 1<sup>er</sup> semestre : après le lancement de son édition limitée *XO Cannes 2017* disponible exclusivement dans le Travel Retail, Rémy Martin a lancé la 2<sup>ème</sup> édition de *Carte Blanche à Baptiste Loiseau*, une série exclusive de 9 650 bouteilles. LOUIS XIII a, pour sa part, lancé l'édition limitée *The Legacy* : 500 carafes magnums en cristal signées de la main des quatre générations de maîtres de chai.

## Liqueurs & Spiritueux

Le repli de la division Liqueurs & Spiritueux (-4.5% en organique) s'explique par la déconsolidation des ventes de Passoa depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2016. Elle masque ainsi une bonne progression des marques de la division (+5%) sur le 1<sup>er</sup> semestre :

La **Maison Cointreau** poursuit sa progression sur ce début d'année, grâce à la bonne performance de son 1<sup>er</sup> marché, les Etats-Unis, mais également au développement rapide de nouveaux relais de croissance, tels que la Grande Chine ou la Russie. La **Maison Metaxa** réalise une belle croissance, portée par le succès de la qualité « 12 Stars » dans ses principaux marchés (Europe Centrale, Russie et Allemagne) et une accélération des tendances dans le Travel Retail, grâce au retour de la clientèle russe. **Mount Gay** bénéficie de bonnes tendances dans ses marchés historiques, notamment la Barbade et le Royaume Uni, tandis que **St-Rémy** profite de la bonne tenue du Canada et du développement de la Russie. Enfin, les **Progressive Hebridean Distillers** (Bruichladdich/Port Charlotte/ Octomore/The Botanist) poursuivent leur croissance remarquable, soutenue par le fort développement du gin The Botanist.

## Marques Partenaires

Le repli des ventes (-14,3% 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) d'une part et la consolidation des ventes de Passoa distribuées par le réseau Rémy Cointreau pour le compte de la joint-venture d'autre part.

## Perspectives 2017-18

Fort d'un chiffre d'affaires semestriel conforme aux prévisions du groupe, Rémy Cointreau confirme son objectif d'une croissance de son résultat opérationnel courant sur l'exercice 2017-18, à devises et périmètre constants.

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

*Annexes:*

*Chiffre d'affaires et croissance organique par activité et par trimestre*

*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
Maison 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%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>215,2</b>	<b>2,7</b>	<b>1,2</b>	<b>211,3</b>	<b>188,1</b>	<b>14,4%</b>	<b>12,3%</b>
Marques Partenaires	25,0	0,1	0,0	24,9	30,5	-18,0%	-18,5%
<b>Total</b>	<b>240,2</b>	<b>2,9</b>	<b>1,2</b>	<b>236,1</b>	<b>218,6</b>	<b>9,9%</b>	<b>8,0%</b>

*Ventes du 2e trimestre 2017-2018 (Juillet-Septembre 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
Maison Rémy Martin	210,3	-7,7	0,0	218,0	192,5	9,2%	13,2%
Liqueurs & Spiritueux	70,6	-1,6	0,3	71,8	76,7	-8,0%	-6,4%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>280,9</b>	<b>-9,2</b>	<b>0,3</b>	<b>289,8</b>	<b>269,3</b>	<b>4,3%</b>	<b>7,6%</b>
Marques Partenaires	23,2	0,1	0,0	23,2	25,5	-8,9%	-9,2%
<b>Total</b>	<b>304,1</b>	<b>-9,2</b>	<b>0,3</b>	<b>313,0</b>	<b>294,8</b>	<b>3,2%</b>	<b>6,2%</b>

*Ventes du 1er semestre 2017-2018 (Avril-Septembre 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
Maison Rémy Martin	367,0	-5,4	0,0	372,3	322,5	13,8%	15,4%
Liqueurs & Spiritueux	129,2	-1,1	1,5	128,8	134,8	-4,2%	-4,5%
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>496,1</b>	<b>-6,5</b>	<b>1,5</b>	<b>501,1</b>	<b>457,3</b>	<b>8,5%</b>	<b>9,6%</b>
Marques Partenaires	48,2	0,2	0,0	48,0	56,0	-13,9%	-14,3%
<b>Total</b>	<b>544,4</b>	<b>-6,3</b>	<b>1,5</b>	<b>549,1</b>	<b>513,4</b>	<b>6,0%</b>	<b>7,0%</b>

Contact: Laetitia Delaye – 01 44 13 45 25

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

## **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*