



Paris, le 19 octobre 2018

Chiffre d'affaires du 1er semestre 2018-19
(avril 2018 – septembre 2018)

Accélération de la croissance au 2^{ème} trimestre
Objectifs annuels 2018-19 confirmés

Le chiffre d'affaires de Rémy Cointreau s'élève à 571,4 millions d'euros au 1er semestre de l'exercice 2018-19, en croissance publiée de 5,0% et en croissance organique (à devises et périmètre constants) de 7,7%. Ainsi, après un 1^{er} trimestre en progression organique de 5,9%, le 2^{ème} trimestre montre une accélération de la dynamique du groupe (+9,1%^{*)}.

La performance du 1^{er} semestre s'appuie une nouvelle fois sur la croissance remarquable des **Marques du Groupe** (+8,9%^{*)}, et en particulier sur celle de la **Maison Rémy Martin** (+11,7%^{*)} portée par des tendances toujours soutenues en Asie Pacifique, mais aussi par la vigueur du marché américain. La division **Liqueurs & Spiritueux** (+0,8%^{*)} réalise un début d'année plus modéré, mais devrait bénéficier d'une belle accélération au cours du 2^e semestre, portée par plusieurs campagnes de communication. Les **Marques Partenaires** poursuivent leur recul, en cohérence avec la stratégie du groupe de recentrage progressif sur ses marques propriétaires.

Au plan géographique, l'Asie Pacifique réalise une excellente performance au 1^{er} semestre, grâce à la poursuite de tendances soutenues dans l'ensemble de la zone, et notamment en Grande Chine. Comme anticipé, la zone Amériques accélère au 2^e trimestre, portée par la dynamique de nos marques de cognac, tandis que la fin de contrats de distribution de Marques Partenaires continue de peser sur la zone Europe, Moyen Orient & Afrique (EMEA).

Répartition des ventes par division :

	Pré IFRS 15				Post IFRS 15
	6 mois au 30/09/18	6 mois au 30/09/17	Variation		6 mois au 30/09/18
(€ millions)			Publiée	Organique(*)	
Maison Rémy Martin	398,0	367,0	8,5%	11,7%	359,6
Liqueurs & Spiritueux	127,1	129,2	-1,6%	0,8%	121,9
S/total Marques	525,1	496,1	5,8%	8,9%	481,5
Marques Partenaires	46,3	48,2	-4,0%	-4,5%	45,5
Total	571,4	544,4	5,0%	7,7%	527,0

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

Maison Rémy Martin

La **Maison Rémy Martin** réalise un nouveau semestre en forte croissance (+11,7% en organique), grâce à la poursuite d'excellentes tendances en Grande Chine mais aussi dans les autres grands marchés de la zone Asie-Pacifique (Singapour, Australie, Japon) et dans le *Travel Retail*. Comme anticipé, la croissance de la zone Amériques a accéléré au 2^{ème} trimestre et enregistre une belle performance, au sein d'une catégorie cognac toujours porteuse, notamment pour les qualités les plus haut de gamme. Au sein de la zone EMEA, les principaux marchés (Russie, Royaume Uni, Suisse, Inde) sont en progression soutenue.

La créativité des marques de la Maison et sa stratégie globale de montée en gamme a de nouveau porté ses fruits sur la période : la croissance organique de 11,7% se décompose en une progression des volumes de 6,4% et une contribution du mix et du prix pour 5,3%.

Liqueurs & Spiritueux

La division **Liqueurs & Spiritueux** réalise un début d'année en légère croissance (+0,8%*), mais devrait bénéficier d'une belle accélération au cours du 2^e semestre, portée par plusieurs campagnes de communication.

Au cours du 1^{er} semestre, la **Maison Cointreau** a déployé sa nouvelle campagne « The Art of the Mix » et des activations autour des 70 ans de la *Margarita*. La marque devrait ainsi profiter d'une accélération de ses ventes sur la 2^{ème} partie de l'année. La **Maison Metaxa** a, pour sa part, lancé le 2^{ème} opus de sa campagne « Don't Drink it, Explore it » et célébré les 130 ans de la marque en Grèce cet été avec l'édition limitée *AEN Cask No 2* (AEN signifiant « *pour toujours* » en grec).

La stratégie de montée en gamme chez **Mount Gay** et **St-Rémy** s'est traduite par de nouvelles baisses de volumes, mais de belles progressions en valeur à la caisse. Le gin **The Botanist** poursuit sa forte progression dans toutes ses zones géographiques et la croissance remarquable du pôle **Whisky** s'explique principalement par la performance de nos marques de single malt écossais et le succès de la nouvelle bouteille **Port Charlotte**.

Marques Partenaires

Le repli des ventes se poursuit (-4,5% en organique) sur la période, suite à l'arrêt de nouveaux contrats de distribution de marques partenaires. Le 2^{ème} trimestre a néanmoins bénéficié du succès d'une opération promotionnelle ponctuelle aux Etats-Unis.

Perspectives 2018-19

Fort de ce bon 1^{er} semestre, Rémy Cointreau confirme son objectif d'une croissance de son Résultat Opérationnel Courant sur l'exercice 2018-19, 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 2018-2019 (Avril-Juin 2018)

En millions d'euros	Pré-IFRS 15						Post-IFRS 15
	Publié	Devises	Organique	Publié	Variation	Variation	Publié
	18-19 A	18-19	18-19 (*) B	17-18 C	Publiée A/C-1	Organique (*) B/C-1	18-19
Rémy Martin	163,5	-10,5	174,0	156,6	4,4%	11,1%	147,0
Liqueurs & Spiritueux	57,8	-2,4	60,3	58,6	-1,3%	2,8%	55,3
S/total Marques Groupe	221,3	-12,9	234,3	215,2	2,8%	8,8%	202,3
Marques Partenaires	20,2	0,1	20,1	25,0	-19,2%	-19,7%	20,0
Total	241,5	-12,8	254,4	240,2	0,5%	5,9%	222,2

Ventes du 2ème trimestre 2018-2019 (Juillet-Septembre 2018)

En millions d'euros	Pré-IFRS 15						Post-IFRS 15
	Publié	Devises	Organique	Publié	Variation	Variation	Publié
	18-19 A	18-19	18-19 (*) B	17-18 C	Publiée A/C-1	Organique (*) B/C-1	18-19
Rémy Martin	234,5	-1,5	236,0	210,3	11,5%	12,2%	212,6
Liqueurs & Spiritueux	69,2	-0,7	69,9	70,6	-1,9%	-0,9%	66,6
S/total Marques Groupe	303,7	-2,1	305,9	280,9	8,1%	8,9%	279,3
Marques Partenaires	26,1	0,1	26,0	23,2	12,3%	11,8%	25,5
Total	329,8	-2,0	331,8	304,1	8,5%	9,1%	304,7

Ventes du 1er semestre 2018-2019 (Avril-Septembre 2018)

En millions d'euros	Pré-IFRS 15						Post-IFRS 15
	Publié	Devises	Organique	Publié	Variation	Variation	Publié
	18-19 A	18-19	18-19 (*) B	17-18 C	Publiée A/C-1	Organique (*) B/C-1	18-19
Rémy Martin	398,0	-12,0	410,0	367,0	8,5%	11,7%	359,6
Liqueurs & Spiritueux	127,1	-3,1	130,2	129,2	-1,6%	0,8%	121,9
S/total Marques Groupe	525,1	-15,1	540,1	496,1	5,8%	8,9%	481,5
Marques Partenaires	46,3	0,2	46,1	48,2	-4,0%	-4,5%	45,5
Total	571,4	-14,8	586,2	544,4	5,0%	7,7%	527,0

(*) 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.

Depuis le 1er avril 2018, le groupe Rémy Cointreau applique la norme « IFRS 15 - Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients ». Pour la transition, le groupe n'a pas opté pour l'application rétrospective. Ainsi, la période de comparaison (exercice 2017-18) n'a pas été retraitée et la croissance organique est calculée par rapport à un chiffre d'affaires hors impact d'application de IFRS 15. L'application de cette norme a principalement pour effet le reclassement de certains frais commerciaux (notamment des coûts promotionnels) en déduction du chiffre d'affaires. Son impact en année pleine est évalué à une réduction du chiffre d'affaires de l'ordre de 8% et un effet relatif de 1,5 points sur la marge opérationnelle courante.

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