LETTRE AUX ACTIONNAIRES

/ JANVIER 2020

RÉMY COINTREAU

EXERCICE 2019-20

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE

SOMMAIRE

3 RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT EN BELLE CROISSANCE POUR LES MARQUES DU GROUPE
4 PERFORMANCE DES MARQUES
5 RÉSULTATS CONSOLIDÉS
6 CHIFFRES CLÉS
8 PERSPECTIVES ANNUELLES ET MOYEN TERME
8 PERFORMANCE BOURSIÈRE
9 CALENDRIER 2020

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT EN BELLE CROISSANCE POUR LES MARQUES DU GROUPE

À fin septembre 2019, le chiffre d'affaires de Rémy Cointreau s'élève à 523,9 millions d'euros, **quasi-stable** en publié (-0.6%) et en repli de **3.6%** en organique (à devises et périmètre constants).

Le Résultat Opérationnel Courant (ROC) du groupe est stable à 138,3 M€ : la belle croissance du ROC des Marques du Groupe (+5,5%) a été compensée par une baisse de 3,3 M€ du ROC des Marques Partenaires (liée au désengagement volontaire de certains contrats) et par la volatilité habituelle des Frais de Holding (en hausse de 4,3 M€). Ainsi, **la marge opérationnelle courante atteint 26,4%** à fin septembre, en **hausse de 0,2 point**. Alors que **la stratégie de montée en gamme** s'est une nouvelle fois traduite par **une hausse significative de la marge brute (+4,0 points)**, celle-ci a été réinvestie en dépenses de communication stratégiques (+13,3%) et en Frais de Holding. **Les effets devises ont été favorables sur la période (+6,5 M€).**

Hors éléments non-récurrents, le résultat net part du groupe s'établit à **84,6 M€,** en repli de 5,6%.

LA MAISON RÉMY MARTIN

La **Maison Rémy Martin** poursuit sa croissance au 1er semestre (+2,1% en organique). Elle est néanmoins pénalisée par la chute du tourisme à Hong Kong et une reconstitution des stocks plus lente que prévue chez les détaillants, aux Etats-Unis. Cette performance masque une demande toujours très soutenue de nos cognacs et un excellent Mid-Autumn Festival en Chine pour toutes les qualités de la Maison. La stratégie globale de montée en gamme a continué de porter ses fruits sur la période: la croissance organique de 2,1% se décompose en un repli des volumes de 5,0% et une contribution positive des effets mix/prix pour +7,1%.

Les initiatives créatives se sont poursuivies sur la période: **Louis XIII** a lancé **l'édition limitée « Black Pearl AHD »**, en hommage à André Hériard Dubreuil, l'ancien président visionnaire de la Maison Rémy Martin né il y a 100 ans, et a ouvert une nouvelle boutique éphémère remarquée à l'aéroport de Changi (Singapour), où les clients peuvent vivre une expérience multisensorielle, capturant l'essence de Louis XIII. Et début septembre, Rémy Martin a innové en lançant « Tercet ». Issu de la collaboration de trois artisans, le maître de chai Baptiste Loiseau, le maître distillateur Jean-Marie Bernard et le vigneron Francis Nadeau, cette nouvelle qualité de cognac sera d'abord lancée aux Etats-Unis et en Chine.

Le Résultat Opérationnel Courant atteint 126,9 M€, en croissance de 6,2% et la marge opérationnelle courante s'établit à 33,4%, en croissance de 0,2 point. Celle-ci s'explique par une nouvelle augmentation significative des investissements en communication (+9,8%) en amont du lancement de la nouvelle campagne globale de communication de la marque Rémy Martin: « Team up for excellence ».

Lancement de Tercet, une nouvelle qualité de cognac, par Rémy Martin

LIQUEURS & SPIRITUEUX

La division **Liqueurs & Spiritueux** est en belle croissance au 1er semestre (+4,9% en organique), portée par la plupart de ses marques.

La **Maison Cointreau** réalise un excellent premier semestre, grâce à la poursuite de sa bonne dynamique aux Etats-Unis et de meilleures tendances dans ses marchés historiques européens (notamment en France et en Allemagne). Les ventes de la **Maison Metaxa** sont en repli sur la période, principalement suite aux changements de distributeurs en Europe Centrale et en Allemagne. La bonne performance de sa qualité « 12 Stars » cet été dans ses marchés principaux est néanmoins encourageante pour les perspectives de croissance de la marque. **Mount Gay** et **St-Rémy** réalisent un bon début d'année, grâce à leurs marchés historiques, les Etats-Unis et le Canada, respectivement. **The Botanist** poursuit sa croissance à deux chiffres, portée par le développement de la marque aux Etats-Unis et dans le Travel Retail. Enfin, le pôle Whisky bénéficie de la belle dynamique de la catégorie single-malt, en particulier en Europe et en Asie.

Le Résultat Opérationnel Courant s'élève à 21,0 M€, en progression de 1,6%. L'augmentation significative des investissements en communication (+18,3%) visant à renforcer la notoriété et à accélérer l'internationalisation des marques de la division s'est ainsi traduite par un recul de 0,9 point sur la marge opérationnelle courante, qui s'établit à 16,0% sur la période.

MARQUES PARTENAIRES

Le repli des ventes de Marques Partenaires s'accélère cette année (-71,4% en organique), avec le désengagement d'importants contrats de distribution en République Tchèque, en Slovaquie et aux Etats-Unis. Ajustées de ces fins de contrats, les ventes des Marques Partenaires sont en repli organique de 2,8% sur la période, conséquence d'une faiblesse persistante de la Belgique.

Par conséquent, **le Résultat Opérationnel Courant est une perte de 0,6 M€, contre un gain de 2,8 M€** au 30 septembre 2018.

RÉSULTATS CONSOLIDÉS

Le Résultat Opérationnel Courant (ROC) s'élève à 138,3 M€, stable en publié et en repli organique de 4,7%. La belle performance du Résultat Opérationnel Courant des Marques du Groupe, en **croissance de 5,5% à 147,9 M€ (+0,8% en organique)**, a été compensée par la stratégie de désengagement des contrats de Marques Partenaires et la hausse des frais de holding. Cette dernière s'explique par la non-récurrence d'une reprise de provision qui avait diminué ponctuellement les frais de holding au 1er semestre 2018-19, et par des coûts relatifs aux changements d'organisation annoncés récemment.

Le ROC a bénéficié d'effets de change favorables sur le semestre à hauteur de 6,5 M€ : le cours moyen de conversion euro-dollar s'est amélioré (1,12 contre 1,18 au 30 septembre 2018) et le cours moyen d'encaissement (lié à la politique de couverture du groupe) s'est élevé à 1,16 sur la période, contre 1,19 au 30 septembre 2018.

Ainsi, **la marge opérationnelle courante** est en légère progression de **0,2 point à 26,4%** sur le 1er semestre **(-0,3 point en organique).**

Le résultat opérationnel s'élève à **137,7 M€**, après inclusion d'une charge nette opérationnelle de 0,6 M€.

Le résultat financier est une charge nette de 14,4 M€ sur la période, en baisse de 2,3 M€. Celle-ci s'explique par une baisse du coût de l'endettement financier brut et par la non-récurrence de la charge de 5,2M€, liée au remboursement anticipé du prêt vendeur par le groupe EPI, enregistrée au 1er semestre 2018-19. Inversement, le résultat de change (résultats de change sur les flux futurs) est une charge de 2,4 M€ contre un produit de 0,6 M€ au 30 septembre 2018.

La charge d'impôt s'élève à 39,1 M€, soit un taux effectif de 31,7% (taux identique hors éléments non-récurrents), en hausse par rapport au taux de septembre 2018 (29,2% en publié et 29,3% hors éléments non récurrents), conséquence de la répartition géographique des résultats.

Après prise en compte du produit net de cession des filiales de République Tchèque et Slovaquie (6,3 M€), **le résultat net part du groupe** s'établit à **90,5 M€**, en croissance de 3,5%. La marge nette du groupe s'élève ainsi à 17,3% (+0,7pt).

Hors éléments non récurrents, le résultat net part du groupe ressort à **84,6 M€**, en baisse de 5,6%, et la marge nette s'établit à 16,2% (en repli de 0,8pt).

Hors éléments non récurrents, le résultat net par action s'élève à **1,70€**, en repli de 5,0%.

La dette nette s'établit à 458,9 M€ (pic saisonnier du besoin en fond de roulement), en hausse de 115,6 M€ par rapport à mars 2019 et de 127,2 M€ par rapport à son niveau de septembre 2018. Ceci s'explique essentiellement par la hausse des décaissements liés au paiement du dividende. Pour rappel, un dividende exceptionnel de 1,00€ a été attribué aux actionnaires à l'assemblée générale de juillet 2019 (en plus du dividende ordinaire de 1,65€) et l'intégralité de ces versements a été payée en numéraire cette année, alors que 89% des droits avaient été exercés en faveur d'un paiement en actions au cours du 1er semestre 2018-19.

Ainsi, **le ratio bancaire « dette nette/EBITDA** » s'établit à **1,39 contre 1,21** à fin septembre 2018.

_CHIFFRES CLÉS

MILLIONS D'EUROS (M€)	AU 30 SEPT. 2019 PUBLIÉ	AU 30 SEPT. 2018 PUBLIÉ	VARIATION PUBLIÉE	VARIATION ORGANIQUE (*)
Chiffres d'affaires	523,9	527,0	(0,6%)	(3,6%)
Résultat opérationnel courant - Marques du Groupe	147,9	140,2	+5,5%	+0,8%
Résultat opérationnel courant - Groupe	138,3	138,2	+0,0%	(4,7%)
Marge opérationnelle courante	26,4%	26,2%	+0,2pt	-0,3pt
Résultat net — Part du groupe	90,5	87,5	+3,5%	+0,8%
Marge nette — Part du groupe	17,3%	16,6%	+0,7pt	+0,7pt
Résultat net hors éléments non récurrents	84,6	89,6	(5,6%)	(8,2%)
Marge nette hors éléments non récurrents	16,2%	17,0%	-0,8pt	-0,8pt
BPA — Part du groupe (€)	1,82	1,75	+4,1%	+1,3%
BPA — Hors éléments non récurrents (€)	1,70	1,79	(5,0%)	(7,7%)
Ratio dette nette / EBITDA	1,39	1,21	+0,18pt	

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

_RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR DIVISION

MILLIONS D'EUROS (M€)	AU 30 SEPT. 2019 PUBLIÉ	AU 30 SEPT. 2018 PUBLIÉ	VARIATION PUBLIÉE	VARIATION ORGANIQUE (*)
Maison Rémy Martin	126,9	119,5	+6,2%	+0,9%
Marge %	33,4%	33,2%	+0,2pt	-0,4pt
Liqueurs & Spiritueux	21,0	20,6	+1,6%	+0,3%
Marge %	16,0%	16,9%	-0,9pt	-0,7pts
S/total: Marques du Groupe	147,9	140,2	+5,5%	+0,8%
Marge %	29,0%	29,1%	-0,1pt	-0,6pt
Marques partenaires	(0,6)	2,8	(121,0%)	(119,6%)
Marge %	-4,5%	6,1%	-	-
Frais Holding	(9,0)	(4,7)	+92,4	+91,9%
Total	138,3	138,2	+0,0%	(4,7%)
Marge %	26,4%	26,2%	+0,2pt	-0,3pt

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

Edition limitée Louis XIII Black Pearl André Hériard Dubreuil

ÉVÈNEMENTS POST-CLÔTURE

Le 26 novembre 2019, comme précédemment annoncé, le conseil d'administration a nommé **Eric Vallat** en qualité de Directeur Général du groupe Rémy Cointreau, à compter du 1er décembre 2019, pour une durée de 3 ans.

PERSPECTIVES ANNUELLES ET MOYEN TERME

Au terme de ce premier semestre et dans le cadre géopolitique actuel, **Rémy Cointreau anticipe une légère croissance organique du ROC des Marques du Groupe et une stabilité de son Résultat Opérationnel Courant pour l'année fiscale 2019-20.** Pour rappel, l'année intègrera la fin de contrats de distribution de marques partenaires (en République Tchèque, Slovaquie et Etats-Unis) dont l'impact est estimé à 56 M€ sur le chiffre d'affaires et à 5 M€ sur le Résultat Opérationnel Courant.

Les objectifs moyen terme du groupe sont inchangés : **Rémy Cointreau a l'ambition de devenir le leader mondial des spiritueux d'exception.** Cela se traduira notamment par la **réalisation de 60 à 65% de son chiffre d'affaires** grâce à des spiritueux d'exception (prix de vente supérieur à USD50). Le groupe anticipe également que sa Marge Opérationnelle Courante continuera de bénéficier de sa stratégie de valeur, tout en continuant à investir significativement derrière les marques et le réseau de distribution du groupe. L'objectif de Rémy Cointreau est ainsi de construire un modèle d'entreprise toujours plus pérenne, résilient et rentable.

PERFORMANCE BOURSIÈRE

Performance des dernières années: (à fin Novembre)

Un an : 14,3%

Deux ans : 4,6%

Trois ans : 47,5%

Quatre ans: 74,1%

CALENDRIER 2020

24 janvier 2020 Chiffre d'affaires des 9 mois 2019-20

29 avril 2020 Chiffre d'affaires annuel 2019-20

4 juin 2020 Résultats annuels 2019-20

17 juillet 2020 Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2020-21

23 Juillet 2020 Assemblée Générale 2020

16 octobre 2020 Chiffre d'affaires du 1er semestre 2020-21

26 novembre 2020 Résultats semestriels 2020-21

CONTACTS ACTIONNAIRES

Laetitia Delaye

+33 (0)7 87 25 36 01

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

RÉMY MARTIN

TEAM UP FOR EXCELLENCE

Baptiste Loiseau
Cellar Master

Julien Georget
Wine Estates Manager

Laura Mornet
Winegrower Advisor

Behind every individual success
is a collective story.