



# RÉMY COINTREAU

Paris, le 21 juillet 2020

## Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2020/21

(avril 2020 – juin 2020)

Un début d'année supérieur à nos attentes,  
dans un contexte marqué par la COVID-19  
Des objectifs semestriels ajustés en conséquence

Ce début d'exercice est significativement marqué par la pandémie mondiale de COVID-19, qui s'est essentiellement traduite par la fermeture du circuit « on-trade » (restaurants, bars, hôtels, ...) dans de nombreux marchés et par l'effondrement du trafic aérien mondial. Néanmoins, la résilience de la consommation de spiritueux aux Etats-Unis et au Royaume-Uni permet au groupe d'enregistrer un chiffre d'affaires légèrement supérieur à ses attentes. Ainsi, au cours du 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice 2020/21, les ventes de Rémy Cointreau s'élèvent à **150,1 millions d'euros**, en recul publié de 32,8% (-33,2% en organique).

La **Maison Rémy Martin** affiche un repli de -39,2%\* au 1<sup>er</sup> trimestre. L'attractivité de ses marques de cognac reste tangible au niveau de la demande finale (notamment aux Etats-Unis et en Chine), même si les ventes ont été pénalisées par des phénomènes de déstockage dans la plupart des grands marchés et par l'effondrement des ventes de *duty free*. La division **Liqueurs & Spiritueux** résiste mieux (-17,0%\*), grâce à la performance remarquable de Cointreau.

Toutes les grandes zones géographiques sont en repli au cours du 1<sup>er</sup> trimestre, mais les Amériques surperforment grâce à la baisse modérée des Etats-Unis. On peut également noter les belles croissances réalisées au Royaume-Uni et en Russie sur la période.

### Répartition des ventes par division :

(€ millions)	3 mois au 30/06/20	3 mois au 30/06/19	Variation	
			Publiée	Organique(*)
Maison Rémy Martin	98,7	161,1	(38,8%)	(39,2%)
Liqueurs & Spiritueux	46,1	55,3	(16,7%)	(17,0%)
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>144,8</b>	<b>216,5</b>	<b>(33,1%)</b>	<b>(33,5%)</b>
Marques Partenaires	5,3	6,7	(21,4%)	(21,1%)
<b>Total</b>	<b>150,1</b>	<b>223,2</b>	<b>(32,8%)</b>	<b>(33,2%)</b>

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

## Maison Rémy Martin

Les ventes de la **Maison Rémy Martin** sont en recul significatif au 1<sup>er</sup> trimestre (-39,2% en organique), dans un contexte de pandémie qui ne favorise pas les moments de célébration. De plus, la reprise graduelle de la demande mondiale observée depuis le mois de mai, ainsi que la très belle performance des marques de la Maison aux Etats-Unis depuis le début du confinement sont masquées par des phénomènes de déstockage de la part des grossistes. Enfin, les ventes de *duty free* sont fortement pénalisées par l'effondrement du trafic aérien mondial.

## Liqueurs & Spiritueux

Plus résiliente, la division Liqueurs & Spiritueux est également en repli au 1<sup>er</sup> trimestre (-17,0% en organique).

Les ventes de la **Maison Cointreau** sont en légère croissance organique sur la période, grâce à une croissance remarquable aux Etats-Unis, en Allemagne et au Royaume-Uni, où la consommation de cocktails à domicile a compensé la fermeture du circuit « on-trade ». En recul, **Mount Gay** profite cependant partiellement du lancement graduel de son nouveau portefeuille de marques. Les ventes de la **Maison Metaxa**, du brandy **St-Rémy**, du gin **The Botanist** et du pôle **Whisky** sont toutes en repli, essentiellement pénalisées par la chute des ventes de *duty free*, qui représentent une part significative de leurs activités respectives.

## Marques Partenaires

La baisse des ventes de Marques Partenaires (-21,1% en organique), très exposées à l'Europe de l'Ouest, s'explique par la chute de la consommation de spiritueux pendant le confinement des pays de la zone.

## Perspectives 2020-21

Dans un contexte sanitaire, économique et géopolitique toujours incertain, le **groupe Rémy Cointreau** reste confiant quant à sa capacité à sortir renforcé de cette crise.

Suite à ce 1<sup>er</sup> trimestre supérieur aux attentes du groupe et à l'anticipation (inchangée) d'un 2<sup>ème</sup> trimestre en repli modéré, Rémy Cointreau prévoit désormais un **Résultat Opérationnel Courant en baisse organique de 35% à 40% pour le 1<sup>er</sup> semestre 2020/21** (contre un repli de 45% à 50% précédemment). Malgré une faible visibilité, le 2<sup>ème</sup> semestre 2020/21 devrait bénéficier d'une forte reprise portée par les Etats-Unis et la Chine continentale.

Contact : *Laetitia Delaye* – +33 7 87 25 36 01

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

## Annexes :

### Chiffre d'affaires et croissance organique par activité

#### Ventes du 1er trimestre 2020-2021 (Avril-Juin 2020)

En millions d'euros	Publié	Devises	Organique	Publié	Variation	Variation
	20-21	20-21	20-21 (*)	19-20	Publiée	Organique (*)
	A		B	C	A/C-1	B/C-1
Rémy Martin	98,7	0,7	98,0	161,1	(38,8%)	(39,2%)
Liqueurs & Spiritueux	46,1	0,2	45,9	55,3	(16,7%)	(17,0%)
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>144,8</b>	<b>0,9</b>	<b>143,9</b>	<b>216,5</b>	<b>(33,1%)</b>	<b>(33,5%)</b>
Marques Partenaires	5,3	(0,0)	5,3	6,7	(21,4%)	(21,1%)
<b>Total</b>	<b>150,1</b>	<b>0,9</b>	<b>149,2</b>	<b>223,2</b>	<b>(32,8%)</b>	<b>(33,2%)</b>

#### 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