



# RÉMY COINTREAU

Paris, le 20 octobre 2020

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

(avril 2020 – septembre 2020)

### Un second trimestre en nette amélioration, dans un contexte toujours marqué par la COVID-19 Nouvel ajustement des objectifs semestriels

Au cours de ce premier semestre, significativement marqué par la pandémie mondiale de COVID-19, les ventes du groupe Rémy Cointreau s'élèvent à **430,8 millions d'euros**, en baisse publiée de 17,8% et de 16,4%\* en organique (à devise et périmètre constant). Ainsi, après un 1<sup>er</sup> trimestre en recul de 33,2%\*, le 2<sup>ème</sup> trimestre (-4,0%\*) marque une nette amélioration.

Les ventes de **Cognac** sont en baisse de -18,1%\* depuis le début de l'exercice, mais seulement de -2,5%\* au 2<sup>ème</sup> trimestre, grâce à l'excellente dynamique des Etats-Unis et une reprise qui se confirme en Chine continentale. Pour autant, le très faible niveau des ventes de *Duty Free* et la lente réouverture du canal *on-trade* dans les nouveaux marchés d'Asie du Sud-Est, d'Afrique, et d'Amérique du Sud, pèsent sur la performance globale. La division **Liqueurs & Spiritueux**, qui avait mieux résisté au 1<sup>er</sup> trimestre (-17,0%\*), s'améliore plus lentement au 2<sup>ème</sup> trimestre (-11,0%\*), pénalisée par son exposition notable au canal *on-trade* et notamment aux bars qui restent fermés dans de nombreux pays.

Toutes les grandes zones géographiques sont en repli sur la période, mais les Amériques (-0,7%\*) ont bénéficié d'un vrai retour à la croissance au 2<sup>ème</sup> trimestre, portée par une forte progression des Etats-Unis. L'Asie Pacifique recule de 27,4% sur le semestre, pénalisée par la faiblesse du *Duty Free* et des marchés d'Asie du Sud-Est. La zone Europe, Moyen-Orient & Afrique est en repli de 31,6%, malgré la très belle performance du Royaume Uni depuis le début de l'année.

#### Répartition des ventes par division :

(€ millions)	6 mois au 30/09/20	6 mois au 30/09/19	Variation	
			Publiée	Organique(*)
Cognac	305,4	379,6	(19,5%)	(18,1%)
Liqueurs & Spiritueux	112,1	131,2	(14,6%)	(13,6%)
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>417,5</b>	<b>510,8</b>	<b>(18,3%)</b>	<b>(16,9%)</b>
Marques Partenaires	13,3	13,1	1,8%	2,1%
<b>Total</b>	<b>430,8</b>	<b>523,9</b>	<b>(17,8%)</b>	<b>(16,4%)</b>

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

## Cognac

La division Cognac intègre désormais les ventes de la **Maison Brillet**, consolidées depuis le 1<sup>er</sup> avril 2020 pour 0,1m€.

Sur la période, les ventes de cognac sont en repli de 18,1%\*. Après un recul de 39,2%\* au 1<sup>er</sup> trimestre, les ventes affichent une baisse limitée au 2<sup>ème</sup> trimestre (-2.5%\*), qui s'explique essentiellement par l'excellente performance des Etats-Unis, où nos marques – traditionnellement consommées à domicile – bénéficient d'une demande très soutenue, dans un contexte favorable de montée en gamme. De plus, la reprise se confirme en Chine, comme suggéré par la croissance remarquable de nos marques durant les célébrations du « Mid Autumn Festival ». En revanche, les ventes de *Duty Free* ne montrent pas d'amélioration et les nouveaux marchés (Asie du Sud-Est, Afrique et Amérique Latine) restent sensiblement pénalisés par la lente réouverture du canal *on-trade*.

## Liqueurs & Spiritueux

La division intègre désormais les ventes de la liqueur Belle de Brillet, consolidées depuis le 1<sup>er</sup> avril 2020 pour 0,4m€.

Les ventes de Liqueurs & Spiritueux reculent de 13,6%\* sur le premier semestre, avec une légère amélioration sur le 2<sup>ème</sup> trimestre (-11,0%\*). Les ventes de la **Maison Cointreau** sont en repli modeste depuis le début de l'année, la belle croissance enregistrée aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Belgique, et en Australie ayant été compensée par une faiblesse de l'activité dans les autres pays Européens, en Asie Pacifique et dans le *Duty Free*. Les ventes de la **Maison Metaxa**, du brandy **St-Rémy**, du gin **The Botanist**, du rhum **Mount Gay** et du pôle **Whisky** sont toutes en repli, essentiellement pénalisées une saison touristique estivale décevante et la chute des ventes dans le *on-trade* et le *Duty Free*, qui représentent une part significative de leurs activités respectives.

## Marques Partenaires

Les ventes de Marques Partenaires progressent de 2,1%\* depuis le début de l'année, grâce à un vrai rebond du Benelux au 2<sup>ème</sup> trimestre, également observé sur les marques du groupe.

## 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.

Fort d'un mix géographique plus favorable que prévu au cours des 6 premiers mois de l'année, Rémy Cointreau anticipe désormais un **Résultat Opérationnel Courant en baisse organique de 25% à 30% pour le 1<sup>er</sup> semestre 2020/21** (contre un repli de 35% à 40% précédemment). Malgré une faible visibilité persistante, le groupe confirme que le 2<sup>ème</sup> semestre 2020/21 devrait continuer de bénéficier d'une vraie reprise portée par les Etats-Unis et la Chine continentale.

(\* ) 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)**

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

**Ventes du 2ème trimestre 2020-2021 (Juillet-Septembre 2020)**

<i>En millions d'euros</i>	Publié 20-21	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*)	Publié 19-20	Variation Publiée	Variation Organique (*)
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	206,8	(6,3)	0,1	213,0	218,4	(5,3%)	(2,5%)
Liqueurs & Spiritueux	66,0	(2,0)	0,4	67,5	75,9	(13,1%)	(11,0%)
<b>Marques Groupe</b>	<b>272,7</b>	<b>(8,3)</b>	<b>0,6</b>	<b>280,5</b>	<b>294,3</b>	<b>(7,3%)</b>	<b>(4,7%)</b>
Marques Partenaires	8,1	(0,0)	0,0	8,1	6,4	26,1%	26,5%
<b>Total</b>	<b>280,8</b>	<b>(8,3)</b>	<b>0,6</b>	<b>288,5</b>	<b>300,7</b>	<b>(6,6%)</b>	<b>(4,0%)</b>

**Ventes du 1er semestre 2020-2021 (Avril-Septembre 2020)**

<i>En millions d'euros</i>	Publié 20-21	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*)	Publié 19-20	Variation Publiée	Variation Organique (*)
	A			B	C	A/C-1	B/C-1
Cognac	305,4	(5,6)	0,1	310,9	379,6	(19,5%)	(18,1%)
Liqueurs & Spiritueux	112,1	(1,8)	0,4	113,4	131,2	(14,6%)	(13,6%)
<b>Marques Groupe</b>	<b>417,5</b>	<b>(7,4)</b>	<b>0,6</b>	<b>424,3</b>	<b>510,8</b>	<b>(18,3%)</b>	<b>(16,9%)</b>
Marques Partenaires	13,3	(0,0)	0,0	13,4	13,1	1,8%	2,1%
<b>Total</b>	<b>430,8</b>	<b>(7,4)</b>	<b>0,6</b>	<b>437,7</b>	<b>523,9</b>	<b>(17,8%)</b>	<b>(16,4%)</b>

(\*) 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.*

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

<sup>(\*)</sup> La croissance organique est calculée à devises et périmètre constants