



# RÉMY COINTREAU

Paris, le 22 janvier 2021

**Chiffre d'affaires des 9 mois 2020/21**  
(avril 2020 – décembre 2020)

## Un troisième trimestre en fort rebond Des objectifs annuels confortés

Les ventes du groupe Rémy Cointreau s'élèvent à **780,9 millions d'euros** sur la période des 9 mois 2020/21, en baisse de 4,1% en publié et de 1,6%\* en organique (à devise et périmètre constant). Ainsi, dans un contexte pourtant toujours significativement marqué par la pandémie mondiale de COVID-19, les ventes du groupe ont rebondi de 25,1%\* au 3<sup>ème</sup> trimestre (après un repli de -16,4%\* au 1<sup>er</sup> semestre).

Avec une très forte croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre (+33.1%\*), les ventes de **Cognac** sont stables (en organique) depuis le début de l'exercice. Cette performance s'explique essentiellement par un rattrapage des ventes aux Etats-Unis, où la dynamique de consommation reste excellente et par l'accélération de la reprise en Chine continentale. La division **Liqueurs & Spiritueux** retrouve également une vraie croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre (+7,2%\*), portée par les Etats-Unis, l'Australie et le Royaume Uni. Sur la période des 9 mois, les ventes de la division sont en repli organique de 6,2%. De manière générale, elles restent pénalisées par leur exposition notable au canal *on-trade* (notamment en Europe).

Les Amériques sont désormais en forte croissance depuis le début de l'exercice, grâce à l'excellente performance des Etats-Unis. Malgré un retour à une légère croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre portée par la Chine continentale et l'Australie, l'Asie Pacifique reste globalement en repli sur la période. Enfin la zone Europe, Moyen-Orient & Afrique montre une amélioration séquentielle au 3<sup>ème</sup> trimestre, mais reste largement pénalisée par la fermeture du canal *on-trade*. Seul le Royaume Uni bénéficie d'une vraie consommation à domicile soutenue depuis le début de la pandémie.

### Répartition des ventes par division :

(€ millions)	9 mois au 31/12/20	9 mois au 31/12/19	Variation	
			Publiée	Organique <sup>(*)</sup>
Cognac	572,5	588,9	(2,8%)	0,1%
Liqueurs & Spiritueux	187,2	202,5	(7,6%)	(6,2%)
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>759,6</b>	<b>791,4</b>	<b>(4,0%)</b>	<b>(1,5%)</b>
Marques Partenaires	21,2	22,7	(6,4%)	(5,8%)
<b>Total</b>	<b>780,9</b>	<b>814,0</b>	<b>(4,1%)</b>	<b>(1,6%)</b>

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

## Cognac

Sur la période, les ventes de cognac sont désormais stables (+0,1%<sup>(\*)</sup>). Après un recul de 18,1%<sup>(\*)</sup> au 1<sup>er</sup> semestre, elles affichent une très forte progression de 33,1%<sup>(\*)</sup> au 3<sup>ème</sup> trimestre, grâce à un rattrapage des expéditions aux Etats-Unis, où nos marques continuent de bénéficier d'une demande très soutenue de la consommation à domicile. De plus, la dynamique s'accélère en Chine, conséquence du succès des marques de cognac du groupe lors des célébrations du « Mid Autumn Festival » puis du « Double-Eleven ». Bien qu'en moindre décroissance, les ventes de *Duty Free* restent faibles et la lente réouverture du canal *on-trade* continue de pénaliser les nouveaux marchés (Asie du Sud-Est, Afrique et Amérique Latine).

## Liqueurs & Spiritueux

Le recul des ventes de Liqueurs & Spiritueux depuis le début de l'année (-6,2%<sup>(\*)</sup>), masque un vrai rebond au 3<sup>ème</sup> trimestre (+7,2%<sup>(\*)</sup>). Les ventes de la **Maison Cointreau** sont désormais en croissance sur la période, portées par une croissance à deux chiffres sur ce 3<sup>ème</sup> trimestre, sous l'impulsion des Etats-Unis, mais également du Royaume-Uni, de l'Australie et de la Belgique. Le **pôle Whisky** est également en croissance sur la période, l'accélération de la dynamique des marques dans les grandes régions compensant désormais la baisse des ventes en *Duty Free*. La **Maison Metaxa**, le brandy **St-Rémy**, le gin **The Botanist**, et le rhum **Mount Gay** restent en repli sur la période, essentiellement pénalisés par la faiblesse persistante de la zone EMEA et du *Duty Free*.

## Marques Partenaires

Après un rebond pendant l'été, les ventes de Marques Partenaires sont de nouveau affectées par les fermetures du canal *on-trade* en Europe de l'Ouest. Depuis le début de l'année, les ventes sont ainsi en recul de 5,8%<sup>(\*)</sup>.

## 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.

Ainsi, au terme des 9 premiers mois, **le groupe réitère, avec confiance, ses objectifs annuels 2020/21**. Il anticipe, comme prévu, une **croissance organique soutenue de ses ventes au 4<sup>ème</sup> trimestre**, moins forte cependant qu'au 3<sup>ème</sup>, reflet de la volonté du groupe de maîtriser ses stocks stratégiques. Rémy Cointreau maintient également sa prévision d'une **croissance organique positive de son Résultat Opérationnel Courant 2020/21**.

Par ailleurs, le groupe estime désormais que cette performance sera modérée par des effets devises et périmètre défavorables à hauteur de 8,0 M€ et de 2,0 M€, respectivement.

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

## 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 A	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*) B	Publié 19-20 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) 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 A	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*) B	Publié 19-20 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) 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 A	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*) B	Publié 19-20 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) 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>

### Ventes du 3ème trimestre 2020-2021 (Septembre-Décembre 2020)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 20-21 A	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*) B	Publié 19-20 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) B/C-1
Cognac	267,0	(11,8)	0,2	278,7	209,4	27,5%	33,1%
Liqueurs & Spiritueux	75,1	(3,2)	1,9	76,4	71,2	5,4%	7,2%
<b>Marques Groupe</b>	<b>342,1</b>	<b>(15,0)</b>	<b>2,1</b>	<b>355,0</b>	<b>280,6</b>	<b>21,9%</b>	<b>26,5%</b>
Marques Partenaires	7,9	(0,1)	0,0	8,0	9,6	(17,5%)	(16,6%)
<b>Total</b>	<b>350,0</b>	<b>(15,1)</b>	<b>2,1</b>	<b>363,0</b>	<b>290,2</b>	<b>20,6%</b>	<b>25,1%</b>

### Ventes des 9 mois 2020-2021 (Avril-Décembre 2020)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 20-21 A	Devises 20-21	Périmètre 20-21	Organique 20-21 (*) B	Publié 19-20 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique (*) B/C-1
Cognac	572,5	(17,4)	0,3	589,6	588,9	(2,8%)	0,1%
Liqueurs & Spiritueux	187,2	(5,0)	2,3	189,8	202,5	(7,6%)	(6,2%)
<b>Marques Groupe</b>	<b>759,6</b>	<b>(22,4)</b>	<b>2,6</b>	<b>779,4</b>	<b>791,4</b>	<b>(4,0%)</b>	<b>(1,5%)</b>
Marques Partenaires	21,2	(0,1)	0,0	21,4	22,7	(6,4%)	(5,8%)
<b>Total</b>	<b>780,9</b>	<b>(22,5)</b>	<b>2,6</b>	<b>800,7</b>	<b>814,0</b>	<b>(4,1%)</b>	<b>(1,6%)</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