



RÉMY COINTREAU

Paris, le 23 avril 2021

Chiffre d'affaires annuel 2020/21 (avril 2020 – mars 2021)

Bonne performance dans un environnement complexe Forte accélération des ventes au second semestre Croissance organique annuelle du ROC confortée

Rémy Cointreau réalise un chiffre d'affaires de **1 010,2 millions d'euros** sur l'année 2020/21, en **progression de +1,8% en organique** (à devise et périmètre constant). En données publiées, le chiffre d'affaires est en repli de -1,4%, intégrant une évolution défavorable des devises (-3,5%) et un effet périmètre positif de 0,3% lié aux acquisitions de JR. Brillet et J. de Telmont.

Cette performance démontre la **forte résilience du groupe** dans un contexte marqué par la pandémie de COVID-19. Après un recul au 1^{er} semestre, l'activité a significativement rebondi au 2nd semestre et a enregistré, au **4^{ème} trimestre**, une forte **croissance organique de +15,1%**.

Sur l'ensemble de l'année, les ventes de **Cognac** progressent de +3,7%* grâce à la poursuite d'une excellente dynamique de la consommation aux Etats-Unis et en Chine continentale au 4^{ème} trimestre (+18,2%*). La belle performance de la division **Liqueurs & Spiritueux** au 4^{ème} trimestre (+7,1%*) confirme la reprise initiée au trimestre précédent. Pour autant, celle-ci-enregistre un repli de -3,2%* sur l'ensemble de l'année.

En 2020/21, les **Amériques** sont en croissance de +18,6%* portée par l'excellente performance des Etats-Unis. La tendance en **Asie Pacifique** (-4,5%*) masque une forte croissance à deux chiffres en Chine continentale et en Australie. La zone **Europe, Moyen-Orient & Afrique** est en repli de -21,7%*, pénalisée par les mesures de restriction sanitaire, notamment la fermeture du canal *on-trade*. Le Royaume-Uni, le Benelux, la Suisse et l'Europe de l'Est ont néanmoins enregistré une belle dynamique, bénéficiant d'une consommation à domicile soutenue.

Répartition des ventes par division :

(€ millions)	12 mois au 31/03/21	12 mois au 31/03/20	Variation	
			Publiée	Organique
Cognac	735,0	735,5	(0,1%)	3,7%
Liqueurs & Spiritueux	248,3	261,9	(5,2%)	(3,2%)
S/total Marques Groupe	983,3	997,3	(1,4%)	1,9%
Marques Partenaires	26,9	27,5	(2,1%)	(1,5%)
Total	1 010,2	1 024,8	(1,4%)	1,8%

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

Cognac

Les ventes de la division **Cognac** enregistrent une progression de +3,7%* sur l'année 2020/21, avec une accélération significative des ventes au 2nd semestre (+27,0%*), soutenue par les Etats-Unis et la Chine continentale. Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires est en hausse de +18,2%*, grâce à l'excellente performance du nouvel an chinois en Asie-Pacifique et à la poursuite d'une bonne dynamique aux Etats-Unis, toutefois modérée par la volonté du groupe de maîtriser ses stocks stratégiques. Bien qu'en moindre décroissance au 2nd semestre, le *Duty Free* et le canal *on-trade* continuent de pénaliser l'Asie du Sud-Est, l'Afrique et l'Amérique Latine.

Dans ce contexte de pandémie, la **Maison Rémy Martin** a poursuivi ses initiatives créatives pour maintenir le lien avec ses clients : aux Etats-Unis, la marque **Rémy Martin** a misé sur son programme digital « *Stay at home with Rémy Martin* » et ses vidéos de recettes « *Rémy Martin x Chef Kwame* » pour accompagner une consommation à domicile soutenue. Fort de son lien indéfectible avec le monde de la musique, la marque a également bénéficié d'une belle exposition médiatique en diffusant, aux Grammy Awards, son spot vidéo « Ground's Melody » en collaboration avec le rappeur 6LACK. En Chine continentale, l'ouverture temporaire d'une « Maison Rémy Martin » à Guangzhou a enregistré un très beau succès pendant les festivités du nouvel an chinois. En cohérence avec sa stratégie *Direct-to-Consumer*, **LOUIS XIII** a ouvert deux nouvelles boutiques en Chine continentale – à Shenzhen et à Hangzhou, et a lancé deux e-boutiques – au Royaume-Uni en avril 2020 et aux Etats-Unis en février 2021.

Liqueurs & Spiritueux

Malgré une forte reprise de l'activité au second semestre (+7,2%*), les ventes de **Liqueurs & Spiritueux** affichent un léger repli (-3,2%*) sur l'ensemble de l'année.

Les ventes annuelles de la **Maison Cointreau** sont en croissance soutenue, portées par une croissance à deux chiffres aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, au Benelux et en Australie, où la fermeture du canal *on-trade* s'est traduite par un essor de la mixologie à la maison. La marque récolte également les fruits de sa stratégie qui positionne la Margarita au cœur de sa communication. Enfin, elle a affiché son soutien à l'industrie de la restauration dans plusieurs marchés, et en particulier aux Etats-Unis avec son initiative « Love Letter », un spot de 30 secondes lors du Super Bowl, encourageant les consommateurs américains à soutenir leurs restaurants et bars préférés.

Le pôle **Whisky** est également en forte croissance sur l'année, grâce à une bonne dynamique dans la plupart de ses marchés-clés, notamment en Asie pendant le nouvel an chinois.

Le reste du portefeuille est pénalisé par la faiblesse de la zone EMEA (fermeture du canal *on-trade*) et du *Duty Free*.

Marques Partenaires

Les ventes annuelles de Marques Partenaires sont en légère décroissance (-1,5%*), mais renouent avec la croissance au 4^{ème} trimestre.

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

Perspectives

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 **chiffre d'affaires annuel légèrement supérieur à ses prévisions**, Rémy Cointreau anticipe désormais une **croissance organique de son Résultat Opérationnel Courant autour de +10%, pour l'année fiscale 2020/21**.

Cette performance sera modérée par des effets devises désormais estimés à -5,0 M€. L'effet périmètre prévisionnel est inchangé (-2,0 M€).

Par ailleurs, le groupe anticipe un **fort démarrage de l'année 2021/22**, soutenu par une base de comparaison très favorable, des effets de phasage de ses expéditions et de nouvelles tendances de consommation structurellement plus porteuses aux Etats-Unis.

() 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%)
Marques Groupe	144,8	0,9	0,0	143,9	216,5	(33,1%)	(33,5%)
Marques Partenaires	5,3	(0,0)	0,0	5,3	6,7	(21,4%)	(21,1%)
Total	150,1	0,9	0,0	149,2	223,2	(32,8%)	(33,2%)

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%)
Marques Groupe	272,7	(8,3)	0,6	280,5	294,3	(7,3%)	(4,7%)
Marques Partenaires	8,1	(0,0)	0,0	8,1	6,4	26,1%	26,5%
Total	280,8	(8,3)	0,6	288,5	300,7	(6,6%)	(4,0%)

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%)
Marques Groupe	417,5	(7,4)	0,6	424,3	510,8	(18,3%)	(16,9%)
Marques Partenaires	13,3	(0,0)	0,0	13,4	13,1	1,8%	2,1%
Total	430,8	(7,4)	0,6	437,7	523,9	(17,8%)	(16,4%)

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%
Marques Groupe	342,1	(15,0)	2,1	355,0	280,6	21,9%	26,5%
Marques Partenaires	7,9	(0,1)	0,0	8,0	9,6	(17,5%)	(16,6%)
Total	350,0	(15,1)	2,1	363,0	290,2	20,6%	25,1%

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%)
Marques Groupe	759,6	(22,4)	2,6	779,4	791,4	(4,0%)	(1,5%)
Marques Partenaires	21,2	(0,1)	0,0	21,4	22,7	(6,4%)	(5,8%)
Total	780,9	(22,5)	2,6	800,7	814,0	(4,1%)	(1,6%)

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

Ventes du 4^{ème} trimestre 2020-2021 (Janvier-Mars 2021)

<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	162,5	(10,7)	0,0	173,2	146,5	10,9%	18,2%
Liqueurs & Spiritueux	61,2	(3,0)	0,6	63,6	59,4	2,9%	7,1%
Marques Groupe	223,7	(13,7)	0,6	236,8	205,9	8,6%	15,0%
Marques Partenaires	5,7	(0,0)	0,0	5,7	4,8	17,9%	18,7%
Total	229,4	(13,8)	0,6	242,6	210,8	8,8%	15,1%

Ventes du 2nd semestre 2020-2021 (Octobre 2020-Mars 2021)

<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	429,6	(22,5)	0,2	451,9	355,9	20,7%	27,0%
Liqueurs & Spiritueux	136,2	(6,2)	2,5	140,0	130,6	4,3%	7,2%
Marques Groupe	565,8	(28,8)	2,7	591,9	486,5	16,3%	21,6%
Marques Partenaires	13,6	(0,1)	0,0	13,7	14,4	(5,6%)	(4,8%)
Total	579,4	(28,9)	2,7	605,6	501,0	15,7%	20,9%

Ventes annuelles 2020-2021 (Avril 2020-Mars 2021)

<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	735,0	(28,2)	0,4	762,8	735,5	(0,1%)	3,7%
Liqueurs & Spiritueux	248,3	(8,0)	2,9	253,4	261,9	(5,2%)	(3,2%)
Marques Groupe	983,3	(36,1)	3,2	1016,2	997,3	(1,4%)	1,9%
Marques Partenaires	26,9	(0,2)	0,0	27,1	27,5	(2,1%)	(1,5%)
Total	1 010,2	(36,3)	3,2	1 043,3	1 024,8	(1,4%)	1,8%

(*) 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

Célia d'Everlange – +33 6 03 65 46 78

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