



RÉMY COINTREAU

1^{er} trimestre 2021/22 (avril-juin 2021)

Communiqué de presse - Paris, le 20 juillet 2021

Croissance exceptionnelle des ventes : +105,0% en organique Un niveau d'activité supérieur au 1^{er} trimestre 2019/20 (pré-pandémie) Objectifs annuels confirmés

Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de **293,1 millions d'euros**, une **progression de +105,0% en organique**¹, portée par la poursuite d'une excellente dynamique aux Etats-Unis et en Grande Chine, ainsi qu'une nette amélioration de la zone EMEA² grâce à la réouverture progressive du canal de distribution *on-trade*. Cette performance intègre également des effets de phasage des expéditions aux Etats-Unis. Le Groupe réalise ainsi un chiffre d'affaires en **progression de +36,5%** à taux de change et périmètre constants par rapport au 1^{er} trimestre 2019/20 (pré-pandémie).

En données publiées, le chiffre d'affaires a progressé de +95,3%, intégrant un effet périmètre positif de +0,9% lié aux acquisitions de JR. Brillet et J. de Telmont, et une évolution défavorable des devises (-10,6%).

Toutes les marques ont contribué à la très bonne performance du Groupe. La division **Cognac** a réalisé un début d'année remarquable (+114,4% en organique). La division **Liqueurs & Spiritueux** affiche également une forte progression de +90,5% en organique.

Répartition des ventes par division :

(€ millions)	T1 2021/22	T1 2020/21	Variation T1 21/22 vs. T1 20/21		Variation T1 21/22 vs. T1 19/20
			Publiée	Organique	Organique
Cognac	199,6	98,7	102,3%	114,4%	29,8%
Liqueurs & Spiritueux	85,3	46,1	84,9%	90,5%	58,0%
S/total Marques Groupe	284,9	144,8	96,8%	106,8%	37,0%
Marques Partenaires	8,2	5,3	55,6%	55,3%	21,8%
Total	293,1	150,1	95,3%	105,0%	36,5%

¹ Toutes références à "la croissance organique" dans le présent communiqué correspondent à la croissance du chiffre d'affaires à devises et périmètre constants

² Europe, Moyen-Orient et Afrique

Cognac

La division **Cognac** a réalisé une croissance remarquable de +114,4% en organique, portée par l'ensemble des régions. Aux Etats-Unis, Rémy Cointreau a continué de bénéficier d'une demande soutenue soulignant la bonne résistance de la consommation à domicile et une forte reprise du canal *on-trade*. Cette performance reflète également des effets de phasage de ses expéditions alors que le quatrième trimestre avait été marqué par la volonté du Groupe de maîtriser ses stocks stratégiques. En Grande Chine, les ventes ont également enregistré une excellente performance, confirmant la reprise amorcée dès le second semestre 2020/21.

Au cours du trimestre, **Rémy Martin** a dévoilé sa nouvelle campagne *Team Up For Excellence* aux Etats-Unis, déjà primée à Cannes au Festival International de la Créativité³. Incarnée par le chanteur et acteur Usher, elle permet d'accroître la présence de la marque sur les réseaux sociaux (3^{ème} marque de spiritueux dans le classement *The Spirits business*⁴) et sera animée tout au long de l'année par de nombreuses initiatives marketing. En collaboration avec l'Atelier Thiery, la maison Rémy Martin a également lancé une carafe XO en édition limitée, immortalisée par la création d'une œuvre d'art du designer Charles Kaisin. Enfin, **Louis XIII** a poursuivi sa stratégie *Direct-to-Consumer* avec l'ouverture d'une boutique à Singapour au sein du Mall One Raffles Place.

Liqueurs & Spiritueux

Les ventes de **Liqueurs & Spiritueux** (+90,5% en organique) ont enregistré une nette accélération dans l'ensemble des régions. Aux Etats-Unis, la très bonne performance traduit le succès de **Cointreau**, le développement du portefeuille de whiskies et du gin **The Botanist**. En Grande Chine, le Groupe continue de s'appuyer sur le fort engouement des nouvelles générations pour ses marques de whisky, notamment **Octomore**. Enfin, au sein de la zone EMEA, l'enthousiasme suscité par la réouverture du canal *on-trade*, le regain d'optimisme des distributeurs à l'approche de la saison estivale et des bases de comparaison plus favorables ont permis à la division d'enregistrer une forte croissance.

Au cours du trimestre, le pôle whisky a poursuivi sa stratégie de croissance avec l'ouverture d'un *pop-up store* **Bruichladdich** au cœur de Tokyo et le lancement de sa première édition limitée *The Ternary Project*, rassemblant trois millésimes issus de trois single malts. **The Botanist** a également lancé une édition limitée *Islay Aged Gin*. Cette première innovation, réalisée à l'occasion de la célébration des 10 ans de la marque, expérimente pour la première fois le vieillissement en fût de Bordeaux. Enfin, **Cointreau** a multiplié ses initiatives commerciales et marketing dans ses marchés clés afin de préparer et de profiter pleinement de la reprise du canal *on-trade* en Europe.

Marques Partenaires

Les ventes des Marques Partenaires ont enregistré une progression de +55,3% en organique. Plus exposées à l'Europe de l'Ouest, elles profitent d'un effet de base favorable.

³ Médaille Lions de Bronze dans la catégorie Film Lions – Food & Drink

⁴ *The Spirits Business 2021 Brand Champions Report*

Perspectives 2021/22

Pour l'année 2021/22, Rémy Cointreau réitère sa confiance dans sa capacité à surperformer le secteur des spiritueux d'exception. Il anticipe notamment un excellent premier semestre 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.

Fort de son avance sur son plan stratégique 2030 et d'un environnement porteur, le Groupe a décidé d'augmenter significativement ses investissements en communication. Ceci afin d'accompagner ses marques dans le rebond et d'accroître leur potentiel de croissance à moyen terme en développant leur notoriété et leur attractivité.

La bonne croissance anticipée du Résultat Opérationnel Courant sera également modérée par des effets devises estimés entre -16M€ et -20M€ et un effet périmètre d'environ -2M€.

Contacts

Celia d'Everlange – +33 6 03 65 46 78

Laetitia Delaye – +33 7 87 25 36 01

Annexes

Chiffre d'affaires du T1 2021-2022 (avril-juin 2021) et croissance organique par activité

<i>En millions d'euros</i>	Publié 21-22 A	Devises 21-22	Périmètre 21-22	Organique 21-22 B	Publié 20-21 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	199,6	-12,1	0,1	211,6	98,7	102,3%	114,4%
Liqueurs & Spiritueux	85,3	-3,8	1,3	87,8	46,1	84,9%	90,5%
S/total Marques Groupe	284,9	-15,9	1,4	299,5	144,8	96,8%	106,8%
Marques Partenaires	8,2	0	0	8,2	5,3	55,6%	55,3%
Total	293,1	-15,9	1,4	307,6	150,1	95,3%	105,0%

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.

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