

Chiffre d'affaires 1^{er} semestre 2022-23

Paris, le 25 octobre 2022

Très bon premier semestre

Forte progression du chiffre d'affaires : +21,1% en organique
(versus une base de comparaison très élevée de +52,0% au S1 2021-22)

Objectifs annuels confirmés

Au 1^{er} semestre 2022-23, Rémy Cointreau a réalisé un **chiffre d'affaires de 867,1 millions d'euros, en hausse de +21,1% en organique¹** (dont **+16,2% au 2^{ème} trimestre**) par rapport à une base de comparaison exceptionnellement élevée de +52,0% au S1 2021-22. Cette performance traduit une **progression forte de l'effet mix-prix (+11,4%)**, en ligne avec la stratégie de valeur du Groupe, et une **progression des volumes (+9,7%)**. En données publiées, le **chiffre d'affaires a progressé de +34,4%**, incluant un effet très positif des devises (+13,3%), principalement lié à l'évolution du dollar américain et du renminbi chinois.

L'ensemble des régions a contribué à la très bonne performance organique de Rémy Cointreau au 1^{er} semestre. La région Amériques a généré une croissance de +21,1% malgré une base de comparaison exceptionnellement élevée. La région APAC a enregistré une progression de +21,7%, portée par une nette reprise des expéditions en Chine au 2^{ème} trimestre. Enfin, la région EMEA qui a bénéficié d'un très bon *momentum* cet été a progressé de +19,9%.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

<i>En M€</i> <i>(avril- septembre 2022)</i>	S1 2022-23	S1 2021-22	Variation publiée	Variation organique
Cognac	638,1	464,6	+37,3%	+22,4%
Liqueurs & Spiritueux	214,5	164,1	+30,7%	+20,7%
S/total Marques Groupe	852,6	628,7	+35,6%	+22,0%
Marques Partenaires	14,5	16,6	-12,5%	-13,0%
Total	867,1	645,3	+34,4%	+21,1%

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

Cognac

La division **Cognac** a réalisé un très bon semestre malgré une base de comparaison élevée. Le chiffre d'affaires a progressé de +22,4% en organique, porté par l'ensemble des régions. Aux **Etats-Unis**, la division a généré une croissance à deux chiffres, principalement portée par les ventes du 1^{er} trimestre. A l'inverse, en **Chine**, la division enregistre une forte reprise de ses ventes au 2^{ème} trimestre, bénéficiant d'une très bonne performance lors du *Mid Autumn Festival*, dans un marché pourtant encore pénalisé par le « va-et-vient » des restrictions sanitaires. Rémy Martin CLUB a réalisé une performance particulièrement remarquable. Enfin, dans la région **EMEA**, le Groupe a continué de bénéficier d'une excellente dynamique au 2^{ème} trimestre, dans la plupart de ses régions clés.

Rémy Cointreau a poursuivi la mise en œuvre d'une politique d'investissements soutenue pour sa division Cognac. Aux Etats-Unis, le Groupe a réalisé de nombreuses activations autour de son opération, a *Taste of Passion*, en collaboration avec Usher. La totalité de l'édition limitée (bouteille/NFT) s'est vendue en moins de deux secondes sur BlockBar.com. En Chine, le *Mid Autumn Festival* a été propice à de nombreuses initiatives pour promouvoir ses marques et développer leur notoriété. De nombreux banquets ont été organisés, notamment pour Rémy Martin XO, partenaire officiel de Michelin.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a progressé de +20,7% en organique au 1^{er} semestre. Aux **Etats-Unis**, la très bonne performance témoigne des bonnes dynamiques des distilleries Bruichladdich et de la Maison Cointreau qui a réalisé une nouvelle collaboration avec l'acteur américain Dan Levy sur les réseaux sociaux. La **région EMEA** a bénéficié d'une très bonne saison estivale. Celle-ci s'est traduite par une forte performance de Cointreau qui déploie progressivement son nouveau flacon, Metaxa, dynamisée par sa nouvelle campagne tournée vers les cocktails et St-Rémy qui poursuit sa stratégie de valorisation avec *St-Rémy Signature* et XO. En **Chine**, les marques de Single-Malt whiskies continuent de bénéficier d'un véritable engouement et réalisent une excellente performance lors du *Mid Autumn Festival*.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -13,0% en organique au 1^{er} semestre, impactées par une base de comparaison élevée en Europe, notamment au Benelux.

Perspectives 2022-23 : objectifs annuels confirmés

Parfaitement positionné pour profiter des nouvelles tendances de consommation et conforté par son avance sur son plan stratégique, **Rémy Cointreau est confiant pour l'année 2022-23.**

Le Groupe réaffirme sa volonté de continuer de gagner des parts de marché en valeur au sein du secteur des spiritueux d'exception. Il anticipe **une nouvelle année de forte croissance en organique**, intégrant notamment une normalisation des tendances de consommation au second semestre, après deux années de croissance exceptionnelle.

En effet, dans un contexte marqué par le retour « à la normale » des conditions de vie dans la plupart des régions, le Groupe estime que le niveau de consommation globale devrait se normaliser à partir du second semestre à un niveau qui demeurera très supérieur à celui qui prévalait en 2019/20. Par ailleurs, le rythme de croissance devrait être tempéré par des effets de base de comparaison importants.

Le Groupe entend poursuivre la mise en œuvre de sa stratégie, centrée sur le développement de ses marques à moyen terme et portée par une **politique d'investissement soutenue en marketing et communication, notamment au second semestre.**

En conséquence, **l'amélioration organique de la Marge Opérationnelle Courante** sera portée par une solide **résilience de sa marge brute** en dépit d'un environnement inflationniste et, par un **strict contrôle de ses coûts de structure.**

Compte tenu des effets de phasage attendus sur l'évolution du chiffre d'affaires et des dépenses en marketing et communication, l'amélioration organique de la Marge Opérationnelle Courante sera essentiellement portée par le 1^{er} semestre.

Le Groupe prévoit pour l'année **un effet favorable de ses devises** sur :

- **le chiffre d'affaires** : entre 110M€ et 120M€ (contre 90-100M€ précédemment)
- **le Résultat Opérationnel Courant** : entre 55M€ et 60M€ (contre 50-60M€ précédemment)

Contacts

Relations investisseurs : Célia d'Everlange / investor-relations@remy-cointreau.com

Relations média : Carina Alfonso Martin / press@remy-cointreau.com

A propos de Rémy Cointreau

Il existe, à travers le monde, des clients à la recherche d'expériences exceptionnelles, des clients pour qui la diversité des terroirs rime avec la variété des saveurs. Leur exigence est à la mesure de nos savoir-faire, ces savoir-faire dont nous assurons la transmission, de génération en génération. Le temps que ces clients consacrent à la dégustation de nos produits est un hommage à tous ceux qui se sont mobilisés pour les élaborer. C'est pour ces femmes et ces hommes que Rémy Cointreau, Groupe familial français, protège ses terroirs, cultive l'exception de spiritueux multi-centenaires et s'engage à en préserver leur éternelle modernité. Le portefeuille du Groupe compte 14 marques singulières, parmi lesquelles les cognacs Rémy Martin & Louis XIII et la liqueur Cointreau. Rémy Cointreau n'a qu'une ambition : devenir le leader mondial des spiritueux d'exception, et s'appuie pour cela sur l'engagement et la créativité de ses 1 924 collaborateurs et sur ses filiales de distribution implantées dans les marchés stratégiques du groupe. Rémy Cointreau est coté sur Euronext Paris.

Annexes

Chiffre d'affaires du T1 2022-23 (avril-juin 2022)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 22-23 A	Devises 22-23	Périmètre 22-23	Organique 22-23 B	Publié 21-22 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	292,3	+29,8	-	262,5	199,6	+46,4%	+31,5%
Liqueurs & Spiritueux	109,7	+7,9	-	101,8	85,3	+28,7%	+19,4%
Marques Groupe	402,0	+37,7	-	364,3	284,9	+41,1%	+27,9%
Marques Partenaires	7,9	+0,1	-	7,9	8,2	-3,1%	-3,8%
Total	409,9	+37,8	-	372,2	293,1	+39,9%	+27,0%

Chiffre d'affaires du T2 2022-23 (juillet-septembre 2022)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 22-23 A	Devises 22-23	Périmètre 22-23	Organique 22-23 B	Publié 21-22 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	345,9	+39,6	-	306,3	265,0	+30,5%	+15,6%
Liqueurs & Spiritueux	104,7	+8,4	-	96,3	78,8	+32,9%	+22,2%
Marques Groupe	450,6	+48,1	-	402,6	343,8	+31,1%	+17,1%
Marques Partenaires	6,6	+0,0	-	6,6	8,4	-21,6%	-21,9%
Total	457,2	+48,1	-	409,1	352,2	+29,8%	+16,2%

Chiffre d'affaires du S1 2022-23 (avril-septembre 2022)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 22-23 A	Devises 22-23	Périmètre 22-23	Organique 22-23 B	Publié 21-22 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	638,1	+69,4	-	568,7	464,6	+37,3%	+22,4%
Liqueurs & Spiritueux	214,5	+16,4	-	198,1	164,1	+30,7%	+20,7%
Marques Groupe	852,6	+85,8	-	766,8	628,7	+35,6%	+22,0%
Marques Partenaires	14,5	+0,1	-	14,5	16,6	-12,5%	-13,0%
Total	867,1	+85,8	-	781,3	645,3	+34,4%	+21,1%

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
