

2022-23 : forte croissance du chiffre d'affaires

+10,1% en organique (soit +43,6% par rapport à 2019-20)

Objectifs 2023-24 : stabilité du chiffre d'affaires en organique, reflétant une poursuite de la normalisation aux Etats-Unis et une forte reprise en Chine et dans le reste du monde

- Chiffre d'affaires en progression organique¹ de +10,2% au 4^{ème} trimestre 2022-23
- Normalisation accrue de la consommation pour la division Cognac aux Etats-Unis
- Forte reprise de l'activité en Chine depuis février, après une vague de contamination inédite en décembre-janvier
- Rebond important du Travel Retail, porté par la reprise des voyages internationaux en Asie
- **Objectifs 2023-24** : stabilité du chiffre d'affaires en organique, reflétant une poursuite de la normalisation aux Etats-Unis et une forte reprise en Chine et dans le reste du monde

Rémy Cointreau a réalisé en 2022-23 un chiffre d'affaires de 1 548,5 millions d'euros, en hausse de +10,1% en organique (soit +43,6% par rapport à 2019-20). Cette performance reflète la forte progression de l'effet mix-prix (+10,1%) et une évolution stable des volumes. En données publiées, le chiffre d'affaires a progressé de +17,9%, incluant un effet positif des devises de +7,8%. Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires a progressé de +10,2% en organique, soit +7,4% en données publiées, intégrant un effet change négatif de -2,8%.

En 2022-23, la région **Amériques** a généré une croissance de +2,5%, soit +58,4% par rapport à l'année 2019-20. La région **APAC**² a enregistré une très forte croissance de +22,7%, représentant une hausse des ventes de +49,1% par rapport à 2019-20. Enfin, la croissance des ventes de la région **EMEA**³ s'est établie à +11,0%, renouant ainsi avec ses niveaux d'activité de 2019-20 (+8,8% vs. 2019-20).

Répartition du chiffre d'affaires par division :

En M€ (avril 2022- mars 2023)	2022-23	2021-22	Variation publiée	Variation organique	
				vs. 2021-22	vs. 2019-20
Cognac	1 100,0	948,3	+16,0%	+7,6%	+41,3%
Liqueurs & Spiritueux	418,9	333,2	+25,7%	+18,7%	+54,1%
S/total Marques Groupe	1 518,9	1 281,5	+18,5%	+10,5%	+44,6%
Marques Partenaires	29,6	31,3	-5,4%	-5,3%	+8,5%
Total	1 548,5	1 312,9	+17,9%	+10,1%	+43,6%

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 Asie Pacifique

³ Europe, Moyen-Orient et Afrique

Cognac

Le chiffre d'affaires de la division **Cognac** a progressé de +7,6% en organique en 2022-23, soit une hausse de +41,3% par rapport à 2019-20.

Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires était en progression de +2,9%. Aux **Etats-Unis**, les ventes ont été affectées par une normalisation accrue de la consommation. Dans un environnement plus promotionnel, Rémy Martin a maintenu sa stratégie de valeur, à travers une politique de prix ferme. En parallèle, la marque a renforcé ses investissements au dernier trimestre avec notamment le lancement d'une campagne d'envergure à l'occasion du *Superbowl* afin de continuer d'accroître sa désirabilité et sa notoriété. Incarné par Serena Williams, le spot publicitaire, *Inch by Inch*, a été diffusé aux Etats-Unis à l'échelle nationale et sera complété par de nombreuses activations *on-trade* et *off-trade*, au 1^{er} trimestre 2023-24. En **Chine**, la division a généré une très forte croissance, traduisant une nette reprise de l'activité depuis le mois de février et les nombreuses activations réalisées pour le Nouvel An Chinois. Rémy Martin CLUB a continué de se démarquer et surperforme l'ensemble du portefeuille. Enfin, dix ans après avoir révélé RARE CASK 42.6, Louis XIII a dévoilé, lors d'un évènement exclusif à Venise, le troisième jalon de sa collection, RARE CASK 42.1. Issu d'un tierçon unique, cette édition limitée (775 carafes) a été spécialement façonnée en cristal noir de Baccarat.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a progressé de +18,7% en organique en 2022-23, soit +54,1% par rapport à 2019-20. En ligne avec son plan stratégique à long terme, Rémy Cointreau se dote d'un véritable second pilier de croissance. Une source de volume additionnelle qui permettra, à moyen terme, de pleinement bénéficier du solide levier opérationnel des Liqueurs & Spiritueux.

Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires a augmenté de +26,2%. Aux **Etats-Unis**, la division a affiché une excellente performance portée par la plupart de ses marques, notamment Cointreau qui bénéficie d'un solide momentum, The Botanist qui continue d'augmenter sa distribution et St-Rémy qui déploie sa référence *Signature*. Par ailleurs, Belle de Brillet, historiquement présent au Canada, est désormais distribué aux Etats-Unis, en privilégiant le canal *on-trade*, dans les principales villes du pays. La région **EMEA** enregistre également une forte croissance grâce à l'ensemble de ses pays-clés : Europe de l'Ouest, Royaume-Uni et Benelux. St Rémy a bénéficié de nouveaux gains de distribution au Royaume-Uni, et de résultats prometteurs pour sa collection de cocktails *St-Rémy Café* dans les Emirats Arabes Unis. Le champagne Telmont a continué de développer son réseau de distribution, notamment en France et au Royaume-Uni, avec une approche sélective sur le canal *on-trade*, ciblant principalement les établissements dotés d'une forte approche environnementale. Enfin, la région **APAC** a généré une excellente performance grâce à la poursuite de la reprise du *Travel Retail*. En Chine, Rémy Cointreau a ouvert le 1^{er} concept de bar durable, nommé le *Dentree*, créé en partenariat avec Spirits Architects à Shanghai.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -5,3% en organique en 2022-23, soit +8,5% par rapport à 2019-20. Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires a augmenté +2,5%.

Objectifs 2022-23 confirmés

Rémy Cointreau confirme son objectif de générer une **croissance organique forte de son Résultat Opérationnel Courant en 2022-23**, engendrant ainsi une **amélioration organique de la Marge Opérationnelle Courante**.

Cette évolution reflétera :

- Une **nette amélioration de la marge brute** en dépit d'un environnement inflationniste
- Une **politique d'investissement soutenue en marketing et communication au second semestre**
- Un **strict contrôle des coûts de structure**

Compte tenu des effets de phasage 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 désormais un **effet favorable de ses devises sur le Résultat Opérationnel Courant d'environ 40M€** (contre 55M€ et 60M€ précédemment).

Objectifs 2023-24

Pour l'année 2023-24, Rémy Cointreau prévoit une poursuite d'une forte normalisation de la consommation aux Etats-Unis à un niveau qui demeurera, toutefois, nettement supérieur à celui de 2019-20.

En parallèle, le Groupe anticipe une forte croissance dans le reste du monde, soutenue par une progression importante en Chine, une très bonne performance de la région EMEA et du Reste de l'Asie ainsi qu'un niveau d'activité similaire à celui de 2019-20 pour le Travel Retail.

Dans ce contexte, le Groupe anticipe un **chiffre d'affaires stable en organique pour 2023-24** intégrant :

- Un **recul marqué** du chiffre d'affaires au **premier semestre**, impacté par une très forte baisse du chiffre d'affaires aux Etats-Unis et des bases de comparaison élevées
- Une **forte reprise** de la croissance au **second semestre** dans le sillage d'un net rebond de l'activité aux Etats-Unis à partir du 3^{ème} trimestre

Par ailleurs, Rémy Cointreau entend **confirmer son niveau de profitabilité** cette année en s'appuyant sur :

- Une poursuite de la mise en œuvre de sa stratégie de valeur, à travers une politique de prix ferme et une amélioration du mix
- Une bonne résilience de sa marge brute, dans un contexte toujours inflationniste
- Une stabilisation du ratio « dépenses en marketing et communication/chiffre d'affaires »
- Un strict contrôle de ses coûts de structure

Objectifs 2029-30

En tenant compte de l'année 2023-24 et conforté par son avance sur son plan stratégique, **Rémy Cointreau réitère ses objectifs financiers et extra-financiers pour 2029-30** et réaffirme son ambition de devenir **le leader mondial des spiritueux d'exception**.

Sur le plan financier, le Groupe vise **une marge brute de 72% et une Marge Opérationnelle Courante de 33%** (sur la base des taux et du périmètre 2019-20).

Dans le cadre de son plan « Exception Durable », le Groupe ambitionne de former et d'engager **100% de ses partenaires agricoles directs aux pratiques agroécologiques** et vise **une réduction de ses émissions carbone de 50% par bouteille d'ici 2030**. Une première étape en vue de l'ambition « **Net Zéro carbone** » en 2050 dont la trajectoire, compatible avec le scénario d'un réchauffement à +1,5°C, a été validée par le **Science Based Target Initiative (SBTi)**.

Contacts

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

Relations média : Mélissa Lévine / 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.

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue ce jour par Luca Marotta, Directeur Financier à partir de 9h00 (heure de Paris). Le support de présentation sera également disponible sur le site internet (www.remy-cointreau.com), à la section Finance.

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%

Chiffre d'affaires du T3 2022-23 (octobre-décembre 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	314,0	+17,8	-	296,2	332,7	-5,6%	-11,0%
Liqueurs & Spiritueux	114,1	+5,5	-	108,6	98,7	+15,7%	+10,1%
Marques Groupe	428,1	+23,3	-	404,8	431,4	-0,8%	-6,2%
Marques Partenaires	9,5	0,0	-	9,5	9,1	+3,6%	+3,9%
Total	437,6	+23,3	-	414,3	440,5	-0,7%	-6,0%

Chiffre d'affaires du 9M 2022-23 (avril-décembre 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	952,1	+87,2	-	864,9	797,3	+19,4%	+8,5%
Liqueurs & Spiritueux	328,6	+21,9	-	306,7	262,8	+25,1%	+16,7%
Marques Groupe	1 280,7	+109,1	-	1 171,6	1 060,1	+20,8%	+10,5%
Marques Partenaires	24,0	+0,1	-	23,9	25,7	-6,8%	-7,0%
Total	1 304,7	+109,2	-	1 195,5	1 085,8	+20,2%	+10,1%

Chiffre d'affaires du T4 2022-23 (Janvier-mars 2023)

<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	147,9	-7,5	-	155,4	151,0	-2,0%	+2,9%
Liqueurs & Spiritueux	90,3	+1,3	-	89,0	70,5	+28,1%	+26,2%
Marques Groupe	238,2	-6,2	-	244,4	221,5	+7,6%	+10,4%
Marques Partenaires	5,6	-0,1	-	5,7	5,6	+0,7%	+2,5%
Total	243,8	-6,3	-	250,1	227,0	+7,4%	+10,2%

Chiffre d'affaires du S2 2022-23 (Octobre 2022-mars 2023)

<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	461,8	10,3	-	451,6	483,7	-4,5%	-6,6%
Liqueurs & Spiritueux	204,4	6,9	-	197,6	169,2	+20,9%	+16,8%
Marques Groupe	666,3	17,1	-	649,2	652,8	+2,1%	-0,6%
Marques Partenaires	15,1	-0,1	-	15,2	14,7	+2,5%	+3,4%
Total	681,4	17,0	-	664,4	667,6	+2,1%	-0,5%

Chiffre d'affaires annuel 2022-23 (Avril 2022-mars 2023)

<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	1 100,0	+79,7	-	1 020,3	948,3	+16,0%	+7,6%
Liqueurs & Spiritueux	418,9	+23,2	-	395,7	333,2	+25,7%	+18,7%
Marques Groupe	1 518,9	+102,9	-	1 416,0	1 281,5	+18,5%	+10,5%
Marques Partenaires	29,6	0,0	-	29,7	31,3	-5,4%	-5,3%
Total	1 548,5	+102,8	-	1 445,6	1 312,9	+17,9%	+10,1%

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.