

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre conforme aux prévisions

- Chiffre d'affaires en baisse organique¹ de -35,0%, en ligne avec les attentes
- Baisse significative du chiffre d'affaires aux Amériques liée à une base de comparaison exceptionnellement élevée, un fort effet de déstockage et une poursuite de la normalisation de la consommation post-Covid
- Très forte croissance dans le reste du monde, notamment en Chine, en Asie du Sud-Est et dans la région EMEA
- Objectifs annuels confirmés

Au cours du premier trimestre 2023-24, Rémy Cointreau a réalisé un **chiffre d'affaires de 257,5 millions d'euros, en baisse de -35,0% en organique** (+14,3% par rapport au 1^{er} trimestre 2019-20). En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -37,2%, incluant un effet négatif des devises de -2,2%.

Cette performance traduit une base de comparaison exceptionnellement élevée (le 1^{er} trimestre 2022-23 était en progression de +74,0% par rapport au 1^{er} trimestre 2019-20), la volonté du Groupe de baisser fortement le niveau de ses stocks de Cognac aux Etats-Unis et une poursuite de la normalisation de la consommation aux Etats-Unis.

Dans ce contexte, le chiffre d'affaires de la division **Cognac** a reculé de -44,7% en organique. La division **Liqueurs & Spiritueux** affiche une baisse de -11,4% en organique. Cette dernière est affectée par un effet de phasage et une base de comparaison élevée mais les tendances sous-jacentes demeurent solides, permettant un retour à la croissance dès le 2^{ème} trimestre.

Le chiffre d'affaires de la région **Amériques** a enregistré une baisse significative de ses ventes tandis que la région **APAC** a généré une très forte croissance, soutenue par la Chine, l'Asie du Sud-Est et la reprise du Travel Retail. Enfin, **EMEA** affiche une croissance à deux chiffres, portée par l'ensemble de ses régions.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

En M€ (avril- juin)	T1 2023-24	T1 2022-23	Variation publiée	Variation organique	
				vs. T1 22-23	vs. T1 19-20
Cognac	155,1	292,3	-46,9%	-44,7%	-4,4%
Liqueurs & Spiritueux	95,0	109,7	-13,5%	-11,4%	+69,7%
S/total Marques Groupe	250,0	402,0	-37,8%	-35,6%	+14,3%
Marques Partenaires	7,5	7,9	-5,4%	-4,6%	+13,9%
Total	257,5	409,9	-37,2%	-35,0%	+14,3%

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

Le chiffre d'affaires de la division **Cognac** a baissé de -44,7% en organique au 1^{er} trimestre, comme attendu et essentiellement affecté par une baisse significative des ventes dans la **région Amériques**. Celle-ci a été impactée par une base de comparaison exceptionnellement élevée (+175,8% au 1^{er} trimestre 2022-23 vs 1^{er} trimestre 2019-20), la volonté du Groupe de baisser fortement le niveau de ses stocks et une poursuite de la normalisation de la consommation. Par ailleurs, dans un contexte marqué par une intensité promotionnelle accrue, le Groupe a choisi de maintenir sa stratégie de valeur, à travers une politique de prix ferme.

Au sein de la région **APAC**, la **Chine** enregistre un nouveau trimestre de très forte croissance portée par la reprise du trafic sur le canal « on-trade » et une très nette surperformance de Rémy Martin CLUB. L'activité a été également soutenue par l'excellente croissance du e-commerce (T-Mall et JD.com à l'occasion du festival 6.18) où le Groupe enregistre des résultats supérieurs à ses attentes. Dans le reste de l'Asie, la division Cognac affiche de fortes dynamiques notamment dans le Sud-Est.

Enfin, **EMEA** a bénéficié d'une très bonne performance dans l'ensemble de ses régions, en particulier en AMO² et en Europe de l'Ouest.

Liqueurs & Spiritueux

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a reculé de -11,4% en organique au 1^{er} trimestre, impacté par un effet de phasage (les distributeurs ont augmenté leurs stocks aux Etats-Unis à la fin du 4^{ème} trimestre en amont des hausses de prix réalisées le 1^{er} avril 2023) et une base de comparaison très élevée dans la région Amériques (+127,2% au 1^{er} trimestre 2022-23 vs 1^{er} trimestre 2019-20).

La tendance sous-jacente de la **région Amériques** est solide et souligne un très bon momentum pour la marque Cointreau qui vient de lancer sa nouvelle campagne *Margarita Right* au côté de l'actrice Aubrey Plaza. A ce titre, le Groupe prévoit un retour à la croissance dès le 2^{ème} trimestre 2023-24.

La région **EMEA** enregistre une très bonne performance traduisant de fortes dynamiques pour l'ensemble de la région, en particulier en Europe de l'Ouest (Allemagne, France et Grèce) et au Royaume-Uni. Enfin, la région **APAC** a bénéficié d'un bon début d'année, en Asie du Nord et du Sud-Est et au sein du *Travel Retail*.

Marques Partenaires

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -4,6% en organique au 1^{er} trimestre.

² Afrique et Moyen-Orient

Perspectives 2023-24 : objectifs annuels confirmés

Pour l'année 2023-24, Rémy Cointreau prévoit la 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** en organique 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

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

- le chiffre d'affaires : entre -50M€ et -60M€
- le Résultat Opérationnel Courant : entre -10M€ et -15M€

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 2021 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 2023-24 (avril-juin 2023)

<i>En millions d'euros</i>	Publié 23-24 A	Devises 23-24	Périmètre 23-24	Organique 23-24 B	Publié 22-23 C	Variation Publiée A/C-1	Variation Organique B/C-1
Cognac	155,1	-6,6	-	161,6	292,3	-46,9%	-44,7%
Liqueurs & Spiritueux	95,0	-2,2	-	97,2	109,7	-13,5%	-11,4%
S/Total Marques Groupe	250,0	-8,8	-	258,8	402,0	-37,8%	-35,6%
Marques Partenaires	7,5	-0,1	-	7,6	7,9	-5,4%	-4,6%
Total	257,5	-8,9	-	266,4	409,9	-37,2%	-35,0%

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

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.