

Chiffre d'affaires T3 2023-24 : -23,5% en organique  
Objectifs 2023-24 confirmés

- Amélioration séquentielle aux Etats-Unis, notamment portée par un effet de phasage positif
- Important effort de déstockage en Chine en amont du nouvel an chinois
- Solide exécution du plan de réduction des coûts, en ligne avec la feuille de route
- Objectifs 2023-24 confirmés :
  - Chiffre d'affaires : recul situé dans le bas de la fourchette<sup>1</sup> (proche de -20% en organique)
  - Marge ROC : baisse maîtrisée en organique
- Objectifs 2029-30 confirmés

Au cours des neuf premiers mois 2023-24, Rémy Cointreau a réalisé un chiffre d'affaires de 956,6 millions d'euros, en baisse de -22,7% en organique<sup>2</sup> (soit +16,7% par rapport au neuf premiers mois 2019-20). En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -26,7%, incluant un effet négatif des devises de -4,0%, principalement lié à l'évolution du renminbi chinois et du dollar américain. Cette performance inclut une baisse de -23,5% en organique au troisième trimestre 2023-24, soit une progression de +9,1% en organique par rapport au troisième trimestre 2019-20.

Le chiffre d'affaires de la division **Cognac** a reculé de -33,9% en organique au troisième trimestre affecté par un important effort de déstockage en Chine et un marché toujours dégradé aux Etats-Unis. La division **Liqueurs & Spiritueux** a généré une croissance de +4,3% en organique au troisième trimestre, portée par un bon momentum et un effet de phasage positif aux Etats-Unis.

La région **Amériques** a enregistré une légère baisse de ses ventes au troisième trimestre, soulignant une amélioration séquentielle significative par rapport au deuxième trimestre (effet de phasage positif sur les Liqueurs & Spiritueux), tandis que la région **APAC** a affiché un recul marqué de ses expéditions, affectée par un déstockage important en Chine et dans une moindre mesure un effet calendaire défavorable (calendrier du nouvel an chinois). Enfin, les ventes de la région **EMEA** sont en forte baisse, reflétant un effet de phasage défavorable et une consommation désormais pénalisée par l'inflation.

Répartition du chiffre d'affaires par division :

| En M€<br>(avril-décembre) | 9M<br>2023-24 | 9M<br>2022-23  | Variation<br>publiée | Variation organique |                |
|---------------------------|---------------|----------------|----------------------|---------------------|----------------|
|                           |               |                |                      | vs. 9M 22-23        | vs. 9M 19-20   |
| Cognac                    | 613,2         | 952,1          | -35,6%               | -31,4%              | +3,5 %         |
| Liqueurs & Spiritueux     | 321,3         | 328,6          | -2,2%                | +1,5%               | +57,8 %        |
| S/total Marques Groupe    | 934,5         | 1 280,7        | -27,0%               | -22,9%              | +17,1 %        |
| Marques Partenaires       | 22,1          | 24,0           | -7,9%                | -7,3%               | -0,8 %         |
| <b>Total</b>              | <b>956,6</b>  | <b>1 304,7</b> | <b>-26,7%</b>        | <b>-22,7%</b>       | <b>+16,7 %</b> |

<sup>1</sup> Fourchette communiquée le 27 octobre 2023 (entre -15% et -20% en organique)

<sup>2</sup> 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 -33,9% en organique au troisième trimestre.

Aux **Etats-Unis**, la forte intensité promotionnelle (renforcée à l'approche de la fin de l'année) et la poursuite du déstockage ont pesé sur la performance. Les *depletions* (ventes des grossistes) se sont améliorées séquentiellement mais restent encore en-deçà des attentes. Au troisième trimestre, Rémy Martin a continué d'investir dans ses marques et a dévoilé sa nouvelle campagne *Life is a melody*, incarnée par le chanteur Usher.

En **Chine**, le Groupe a réalisé une réduction importante du niveau de ses stocks en amont de la préparation du nouvel an chinois. En parallèle, il a multiplié ses initiatives marketing avec notamment le lancement d'une nouvelle campagne pour Rémy Martin CLUB, incarnée pour la première fois par une égérie (l'acteur chinois Xian Li) et la diffusion de la nouvelle série phare *Blossoms Shanghai* du réalisateur hongkongais Wong Kar-wai qui met en lumière le cognac Rémy Martin XO. Enfin, Rémy Cointreau a réalisé de nombreuses activations e-commerce sur ses plateformes stratégiques T-Mall et JD.com lors du Festival *Double-Eleven* et a enregistré une forte croissance de ses ventes sur le canal e-commerce.

La région **EMEA** a affiché une performance en demi-teinte, affectée par un effet de phasage défavorable, une demande affaiblie par le contexte inflationniste et une forte intensité promotionnelle concurrentielle.

## Liqueurs & Spiritueux

---

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a progressé de +4,3% en organique au troisième trimestre grâce à une forte croissance des ventes aux Etats-Unis, notamment celles du gin The Botanist et de la liqueur Cointreau. Cette dernière bénéficie d'un bon momentum alimenté par le déploiement de ses dernières campagnes *Keep it Cosmo* et *MargaRight* avec la collaboration de l'actrice Aubrey Plaza.

Après un solide premier semestre, les ventes en **EMEA** enregistrent un ralentissement, traduisant un effet de phasage défavorable et un essoufflement de la demande lié au contexte inflationniste.

Enfin, les ventes de la région **APAC** étaient en recul, affectées par le ralentissement de la catégorie whisky en Chine.

## Marques Partenaires

---

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une baisse de -13,5% en organique au troisième trimestre, affectées par les tendances du Bénélux et du Royaume-Uni.

## Objectifs 2023-24 confirmés

---

Pour l'année 2023-24, Rémy Cointreau s'appuie sur les hypothèses suivantes :

- **Aux Etats-Unis**, les conditions de marché se sont détériorées avec la persistance d'un environnement fortement promotionnel et la hausse des taux d'intérêt qui impacte les capacités de financement des distributeurs. En conséquence, Rémy Cointreau ne prévoit pas de reprise de la croissance des ventes avant l'exercice 2024-25.
- En **APAC**, le Groupe prévoit une croissance des ventes tempérée par une reprise économique post-Covid moins rapide que prévu en **Chine**.
- Enfin, dans la région **EMEA**, il anticipe une croissance des ventes modérée par un contexte inflationniste persistant.

Dans ce contexte, Rémy Cointreau est déterminé à protéger sa rentabilité pour 2023-24 grâce à un contrôle rigoureux de ses coûts, tout en poursuivant le développement de son plan à moyen terme. A ce titre, le Groupe entend :

- Mener une politique de prix ferme et sans compromis
- Protéger sa marge brute, dans un contexte inflationniste
- Réduire de manière sélective les dépenses en marketing et communication, notamment pour la division Cognac
- Réduire significativement ses autres coûts opérationnels

En conséquence, Rémy Cointreau anticipe pour l'année 2023-24 :

- Un recul du chiffre d'affaires situé dans le bas de la fourchette<sup>3</sup> (proche de -20% en organique)
- Une baisse maîtrisée de la marge opérationnelle courante en organique grâce à la mise en œuvre d'un plan important de réduction des coûts estimé à environ 100 M€ cette année (dont 25 M€ ont déjà été réalisés au 1<sup>er</sup> semestre)

Enfin, en tenant compte de l'évolution du mix géographique et de la détérioration du renminbi, le Groupe prévoit pour l'année un **effet défavorable du taux de change** :

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

Rémy Cointreau est aujourd'hui en avance sur son plan stratégique et peut s'appuyer sur des fondations solides et une vision à long terme. L'année 2023-24 s'inscrit pour le Groupe comme une année qui permettra d'assainir le niveau de ses stocks de cognac aux Etats-Unis et d'absorber les effets de normalisation post-Covid afin d'aborder l'année 2024-25 dans les meilleures conditions et reprendre la trajectoire qu'il s'est fixé à l'horizon 2029-30.

---

<sup>3</sup> Fourchette communiquée le 27 octobre 2023 (entre -15% et -20% en organique)

## Evènements post-clôture

Les associations de représentation de la filière (SpiritsEUROPE et BNIC) et les acteurs du secteur (dont le Groupe Rémy Cointreau) ont été informés, le 5 janvier 2024, de l'ouverture d'une enquête antidumping en Chine par le Ministère du Commerce de la République populaire de Chine.

Cette enquête vise les exportations de brandy des états membres de l'Union européenne vers la Chine dans des contenants de moins de 200 litres, entre le 1<sup>er</sup> octobre 2022 et le 30 septembre 2023. Elle pourra durer jusqu'à 12 mois et être prorogée de 6 mois.

Rémy Cointreau s'est immédiatement rapproché de ses représentants institutionnels et coopère pleinement avec les autorités chinoises dans le cadre de cette enquête.

La Chine est un partenaire commercial historique de Rémy Cointreau et du secteur des spiritueux européens. Les relations et le niveau de coopération ont toujours été excellents. Convaincu de la conformité de ses produits et de ses pratiques commerciales aux réglementations chinoises et internationales, le Groupe aborde les futures discussions avec confiance et diligence.

## Objectifs 2029-30 confirmés

**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 a pour ambition 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](mailto:investor-relations@remy-cointreau.com)

Relations média : Mélissa Lévine / [press@remy-cointreau.com](mailto: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](http://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<br>23-24<br>A | Devises<br>23-24 | Périmètre<br>23-24 | Organique<br>23-24<br>B | Publié<br>22-23<br>C | Variation<br>Publiée<br>A/C-1 | Variation<br>Organique<br>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%                          |
| <b>S/Total Marques Groupe</b> | <b>250,0</b>         | <b>-8,8</b>      | <b>-</b>           | <b>258,8</b>            | <b>402,0</b>         | <b>-37,8%</b>                 | <b>-35,6%</b>                   |
| Marques Partenaires           | 7,5                  | -0,1             | -                  | 7,6                     | 7,9                  | -5,4%                         | -4,6%                           |
| <b>Total</b>                  | <b>257,5</b>         | <b>-8,9</b>      | <b>-</b>           | <b>266,4</b>            | <b>409,9</b>         | <b>-37,2%</b>                 | <b>-35,0%</b>                   |

*Chiffre d'affaires du T2 2023-24 (juillet-septembre 2023)*

| <i>En millions d'euros</i>    | Publié<br>23-24<br>A | Devises<br>23-24 | Périmètre<br>23-24 | Organique<br>23-24<br>B | Publié<br>22-23<br>C | Variation<br>Publiée<br>A/C-1 | Variation<br>Organique<br>B/C-1 |
|-------------------------------|----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Cognac                        | 261,0                | -23,1            | -                  | 284,1                   | 345,9                | -24,5%                        | -17,8%                          |
| Liqueurs & Spiritueux         | 111,7                | -5,7             | -                  | 117,4                   | 104,7                | +6,7%                         | +12,1%                          |
| <b>S/Total Marques Groupe</b> | <b>372,7</b>         | <b>-28,8</b>     | <b>-</b>           | <b>401,6</b>            | <b>450,6</b>         | <b>-17,3%</b>                 | <b>-10,9%</b>                   |
| Marques Partenaires           | 6,4                  | 0,0              | -                  | 6,5                     | 6,6                  | -2,3%                         | -1,6%                           |
| <b>Total</b>                  | <b>379,2</b>         | <b>-28,9</b>     | <b>-</b>           | <b>408,0</b>            | <b>457,2</b>         | <b>-17,1%</b>                 | <b>-10,8%</b>                   |

*Chiffre d'affaires du S1 2023-24 (avril-septembre 2023)*

| <i>En millions d'euros</i>    | Publié<br>23-24<br>A | Devises<br>23-24 | Périmètre<br>23-24 | Organique<br>23-24<br>B | Publié<br>22-23<br>C | Variation<br>Publiée<br>A/C-1 | Variation<br>Organique<br>B/C-1 |
|-------------------------------|----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Cognac                        | 416,1                | -29,7            | -                  | 445,8                   | 638,1                | -34,8%                        | -30,1%                          |
| Liqueurs & Spiritueux         | 206,7                | -7,9             | -                  | 214,6                   | 214,5                | -3,6%                         | +0,1%                           |
| <b>S/Total Marques Groupe</b> | <b>622,7</b>         | <b>-37,7</b>     | <b>-</b>           | <b>660,4</b>            | <b>852,6</b>         | <b>-27,0%</b>                 | <b>-22,5%</b>                   |
| Marques Partenaires           | 14,0                 | -0,1             | -                  | 14,1                    | 14,5                 | -4,0%                         | -3,2%                           |
| <b>Total</b>                  | <b>636,7</b>         | <b>-37,8</b>     | <b>-</b>           | <b>674,5</b>            | <b>867,1</b>         | <b>-26,6%</b>                 | <b>-22,2%</b>                   |

*Chiffre d'affaires du T3 2023-24 (octobre-décembre 2023)*

| <i>En millions d'euros</i>    | Publié<br>23-24<br>A | Devises<br>23-24 | Périmètre<br>23-24 | Organique<br>23-24<br>B | Publié<br>22-23<br>C | Variation<br>Publiée<br>A/C-1 | Variation<br>Organique<br>B/C-1 |
|-------------------------------|----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Cognac                        | 197,1                | -10,4            | -                  | 207,5                   | 314,0                | -37,2%                        | -33,9%                          |
| Liqueurs & Spiritueux         | 114,6                | -4,4             | -                  | 119,0                   | 114,1                | +0,4%                         | +4,3%                           |
| <b>S/Total Marques Groupe</b> | <b>311,8</b>         | <b>-14,7</b>     | <b>-</b>           | <b>326,5</b>            | <b>428,1</b>         | <b>-27,2%</b>                 | <b>-23,7%</b>                   |
| Marques Partenaires           | 8,1                  | 0,0              | -                  | 8,2                     | 9,5                  | -14,0%                        | -13,5%                          |
| <b>Total</b>                  | <b>319,9</b>         | <b>-14,8</b>     | <b>-</b>           | <b>334,7</b>            | <b>437,6</b>         | <b>-26,9%</b>                 | <b>-23,5%</b>                   |

*Chiffre d'affaires du 9M 2023-24 (avril-décembre 2023)*

| <i>En millions d'euros</i>    | Publié<br>23-24<br>A | Devises<br>23-24 | Périmètre<br>23-24 | Organique<br>23-24<br>B | Publié<br>22-23<br>C | Variation<br>Publiée<br>A/C-1 | Variation<br>Organique<br>B/C-1 |
|-------------------------------|----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Cognac                        | 613,2                | -40,1            | -                  | 653,3                   | 952,1                | -35,6%                        | -31,4%                          |
| Liqueurs & Spiritueux         | 321,3                | -12,3            | -                  | 333,6                   | 328,6                | -2,2%                         | +1,5%                           |
| <b>S/Total Marques Groupe</b> | <b>934,5</b>         | <b>-52,4</b>     | <b>-</b>           | <b>986,9</b>            | <b>1 280,7</b>       | <b>-27,0%</b>                 | <b>-22,9%</b>                   |
| Marques Partenaires           | 22,1                 | -0,2             | -                  | 22,2                    | 24,0                 | -7,9%                         | -7,3%                           |
| <b>Total</b>                  | <b>956,6</b>         | <b>-52,6</b>     | <b>-</b>           | <b>1 009,2</b>          | <b>1 304,7</b>       | <b>-26,7%</b>                 | <b>-22,7%</b>                   |

*L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site [www.remy-cointreau.com](http://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.