

**Chiffre d'affaires annuel 2023-24 : -19,2% en organique**  
**Forte amélioration séquentielle des ventes au 4<sup>ème</sup> trimestre : -0,7%**  
**Objectif marge ROC 2023-24 confirmé**

- **Chine** : croissance significative des ventes au T4, portée par des effets de phasage favorables et une bonne résilience de Rémy Martin CLUB, dans un marché qui demeure complexe
- **Etats-Unis** : poursuite du déstockage au T4, amplifié par des effets de phasage négatifs
- **EMEA** : amélioration séquentielle des ventes au T4, malgré des dynamiques de marché contrastées
- **Travel Retail** : forte progression des ventes au T4 ; chiffre d'affaires annuel supérieur à 2019-20
- **Plan de réduction des coûts confirmé** : réalisation de 100 M€ d'économies
- **Objectif marge ROC 2023-24 confirmé** : baisse maîtrisée en organique

Rémy Cointreau a réalisé en 2023-24 un chiffre d'affaires de 1 194,1 millions d'euros, en baisse de -19,2% en organique<sup>1</sup> (soit +16,2% par rapport à 2019-20). En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -22,9%, incluant un effet négatif des devises de -3,7%, principalement lié à l'évolution du renminbi chinois et du dollar américain.

Cette performance inclut une évolution organique quasi stable (-0,7%) du chiffre d'affaires au quatrième trimestre 2023-24, soit une progression de +14,3% en organique par rapport au quatrième trimestre 2019-20.

En 2023-24, les régions APAC et EMEA enregistrent une croissance de respectivement +2,0% et +0,7%, soulignant leur résilience dans un contexte de consommation atrophie. Après un troisième trimestre marqué par une baisse des expéditions en Europe et en Chine, le Groupe est parvenu à normaliser le niveau de ses stocks au quatrième trimestre. A l'inverse, le chiffre d'affaires de la région Amériques a reculé de -39,6%, toujours impacté par un déstockage important dans un contexte marqué par l'inflation, un marché plus promotionnel et une forte normalisation de la consommation post Covid.

**Répartition du chiffre d'affaires par division :**

<i>En M€ (avril 2023-Mars 2024)</i>	2023-24	2022-23	<i>Variation publiée</i>	<i>Variation organique</i>	
				<i>vs. 2022-23</i>	<i>vs. 2019-20</i>
Cognac	778,6	1 100,0	-29,2%	-25,1%	+5,8 %
Liqueurs & Spiritueux	387,8	418,9	-7,4%	-4,6%	+47,4 %
<b>S/total Marques Groupe</b>	<b>1 166,5</b>	<b>1 518,9</b>	<b>-23,2%</b>	<b>-19,4%</b>	<b>+16,6 %</b>
Marques Partenaires	27,7	29,6	-6,6%	-6,1%	+2,3 %
<b>Total</b>	<b>1 194,1</b>	<b>1 548,5</b>	<b>-22,9%</b>	<b>-19,2%</b>	<b>+16,2 %</b>

<sup>1</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 progressé de +15,4% en organique au quatrième trimestre soutenu par la progression significative des ventes en Chine et dans une moindre mesure la croissance des ventes en EMEA.

Aux **Etats-Unis**, les ventes continuent d'être pénalisées par un environnement défavorable et une activité promotionnelle soutenue de la part du marché. Dans ce contexte, le Groupe continue de faire face à une détérioration des *depletions*<sup>2</sup> et poursuit ses efforts de déstockage tout en maintenant une politique de prix ferme, en adéquation avec sa stratégie de valeur à long terme.

En **Chine**, le Groupe enregistre une croissance significative dans un marché qui demeure complexe. Cette excellente performance traduit des effets de phasage favorables et une demande sous-jacente résiliente grâce au succès de la marque Rémy Martin CLUB et aux nombreuses initiatives réalisées en marketing et communication pour soutenir les ventes du Nouvel an chinois. En outre, l'important effort de déstockage réalisé en amont du Nouvel an chinois permet au Groupe de clôturer l'année sur un niveau de stock sain.

La région **EMEA** a affiché une forte performance portée par de bonnes dynamiques dans la région Afrique/Moyen Orient et en Europe de l'Ouest.

## Liqueurs & Spiritueux

---

Le chiffre d'affaires de la division **Liqueurs & Spiritueux** a reculé de -27,0% en organique au quatrième trimestre, affecté par un effet de phasage négatif aux **Etats-Unis** où le Groupe a volontairement réalisé la plupart de ses expéditions au troisième trimestre. La demande sous-jacente demeure résiliente malgré un environnement de marché difficile et une base de comparaison élevée.

Dans le même temps, la région **EMEA** a affiché une nette amélioration de ses ventes, portée par l'ensemble des régions, dans un marché freiné par l'inflation et en proie à une activité promotionnelle plus importante.

Enfin, la région **APAC** a enregistré une baisse de son chiffre d'affaires, affecté par le ralentissement de la catégorie whisky en Chine.

## Marques Partenaires

---

Les ventes des **Marques Partenaires** ont enregistré une légère baisse de -1,1% en organique au quatrième trimestre, affectées par une tendance défavorable au Bénélux.

---

<sup>2</sup> *Ventes des grossistes vers les détaillants*

## Objectif marge ROC 2023-24 confirmé

---

Rémy Cointreau a protégé sa rentabilité et sa capacité à investir en 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 a :

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

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

Le Groupe prévoit désormais pour 2023-24 un effet défavorable du taux de change sur le Résultat Opérationnel Courant compris entre -7M€ et -10M€ (contre -10M€ et -15M€ précédemment).

## 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 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%
<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 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	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 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	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 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	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 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	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>

*Chiffre d'affaires du T4 2023-24 (Janvier-mars 2024)*

<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	165,4	-5,2	-	170,6	147,9	+11,9%	+15,4%
Liqueurs & Spiritueux	66,5	+0,6	-	66,0	90,3	-26,3%	-27,0%
<b>S/Total Marques Groupe</b>	<b>232,0</b>	<b>-4,6</b>	<b>-</b>	<b>236,6</b>	<b>238,2</b>	<b>-2,6%</b>	<b>-0,7%</b>
Marques Partenaires	5,6	0,0	-	5,6	5,6	-1,0%	-1,1%
<b>Total</b>	<b>237,5</b>	<b>-4,6</b>	<b>-</b>	<b>242,1</b>	<b>243,8</b>	<b>-2,6%</b>	<b>-0,7%</b>

*Chiffre d'affaires du S2 2023-24 (Octobre 2023-mars 2024)*

<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	362,6	-15,5	-	378,1	461,8	-21,5%	-18,1%
Liqueurs & Spiritueux	181,1	-3,8	-	185,0	204,4	-11,4%	-9,5%
<b>S/Total Marques Groupe</b>	<b>543,7</b>	<b>-19,4</b>	<b>-</b>	<b>563,1</b>	<b>666,3</b>	<b>-18,4%</b>	<b>-15,5%</b>
Marques Partenaires	13,7	0,0	-	13,7	15,1	-9,1%	-8,9%
<b>Total</b>	<b>557,4</b>	<b>-19,4</b>	<b>-</b>	<b>576,8</b>	<b>681,4</b>	<b>-18,2%</b>	<b>-15,3%</b>

*Chiffre d'affaires annuel 2023-24 (avril 2023-mars 2024)*

<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	778,6	-45,3	-	823,9	1 100,0	-29,2%	-25,1%
Liqueurs & Spiritueux	387,8	-11,7	-	399,6	418,9	-7,4%	-4,6%
<b>S/Total Marques Groupe</b>	<b>1 166,5</b>	<b>-57,0</b>	<b>-</b>	<b>1 223,5</b>	<b>1 518,9</b>	<b>-23,2%</b>	<b>-19,4%</b>
Marques Partenaires	27,7	-0,1	-	27,8	29,6	-6,6%	-6,1%
<b>Total</b>	<b>1 194,1</b>	<b>-57,2</b>	<b>-</b>	<b>1 251,3</b>	<b>1 548,5</b>	<b>-22,9%</b>	<b>-19,2%</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.