

# Rémy Cointreau

## Dynamique du groupe et de ses activités

## Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Octobre 2009

**Réalisation de l'étude** : cette étude a été réalisée par Yoann Pardoux et Eline Maurel. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 55 groupes. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- ✓ l'évolution conjoncturelle et son positionnement concurrentiel
- ✓ la structure industrielle
- ✓ les perspectives stratégiques

**Sommaire de l'étude** : plus de 55 pages de données, d'analyses et de synthèses

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

---

#### 1. PROFIL DU GROUPE

---

##### 1.1. Vue d'ensemble

- 1.1.1. La fiche d'identité du groupe
- 1.1.2. Les dates clés du groupe Rémy Cointreau

##### 1.2. Le groupe Rémy Cointreau

Les activités du groupe

##### 1.3. Répartition géographique

Le continent américain, principal débouché

##### 1.4. Le réseau de distribution

Un réseau indépendant

##### 1.5. Comparaisons internationales

- 1.5.1. Classement des groupes de vins et spiritueux
- 1.5.2. Rémy Cointreau, un acteur clé sur les marchés du champagne et du cognac

##### 1.6. Structures productives

- 1.6.1. Une production majoritairement française
- 1.6.2. La politique RH de Rémy Cointreau

##### 1.7. Structure de l'actionariat

- 1.7.1. Un groupe familial
- 1.7.2. Présentation de l'organisation du groupe

##### 1.8. Structure des comités de direction

Gouvernance du groupe

##### 1.9. Les données boursières

Fiche d'identité boursière

### 2. DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

---

#### 2.1. L'environnement mondial

- 2.1.1. Rémy Cointreau face à ses concurrents
- 2.1.2. Portefeuille d'activités des leaders des boissons alcoolisées

#### 2.2. L'activité du groupe

Chiffre d'affaires du groupe

#### 2.3. L'activité globale du groupe

- 2.3.1. La marge opérationnelle et le résultat net
- 2.3.2. Le chiffre d'affaires par zone géographique
- 2.3.3. Les performances par activité

#### 2.4. L'activité par segment

- 2.4.1. Cognac
- 2.4.2. Liqueurs et Spiritueux
- 2.4.3. Champagne
- 2.4.4. Marques partenaires

### 3. FAITS MARQUANTS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

---

#### 3.1. La stratégie globale

Les axes de développement de Rémy Cointreau

#### 3.2. Les stratégies du groupe

- 3.2.1. Restructuration des activités et désendettement
- 3.2.2. Valorisation de la gamme
- 3.2.3. Renforcement des structures commerciales

#### 3.3. Ephéméride

Principaux événements récents

### 4. DONNÉES FINANCIÈRES

---

#### 4.1. Panorama des éléments financiers

Les chiffres clés

#### 4.2. Indicateurs économiques & financiers

- 4.2.1. Le compte d'exploitation
- 4.2.2. Le bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. Structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Les ratios
- 4.2.5. Définitions

### 5. BASE STATISTIQUE

---

## La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

---

T1 Analyse SWOT du groupe Rémy Cointreau en 2008-2009

### **1. Profil du groupe**

---

T2 L'historique de la constitution du groupe  
T3 Les étapes clés de la constitution du groupe Rémy Cointreau  
T4 La répartition du chiffre d'affaires de Rémy Cointreau par zone géographique  
T5 Le chiffre d'affaires 2008 des principaux groupes de vins et spiritueux  
T6 Les grandes Maisons de champagne en 2008  
T7 Les principales Maisons de cognac en 2006  
T8 Les principaux établissements du groupe Rémy Cointreau  
T9 La répartition des effectifs par activité  
T10 L'actionnariat du groupe Rémy Cointreau  
T11 La répartition des droits de vote  
T12 L'organigramme simplifié de Rémy Cointreau  
T13 La fiche d'identité boursière de Rémy Cointreau  
T14 Le calendrier financier du groupe en 2009/2010

### **2. Dynamique du groupe et de ses activités**

---

T15 L'activité et la rentabilité des principaux opérateurs mondiaux de vins et spiritueux  
T16 Le positionnement des principaux opérateurs mondiaux des boissons alcoolisées par catégorie de produits  
T17 Le chiffre d'affaires de Rémy Cointreau (2000-2008)

T18 La marge opérationnelle de Rémy Cointreau (2000-2008)

T19 Le résultat net de Rémy Cointreau (2000-2008)  
T20 Le chiffre d'affaires de Rémy Cointreau par zone géographique  
T21 Le chiffre d'affaires et la rentabilité par division de Rémy Cointreau  
T22 Le chiffre d'affaires de la division Cognac (2004-2008)  
T23 Le chiffre d'affaires de la division Cognac par zone géographique en 2008-2009  
T24 Le chiffre d'affaires de la division Liqueurs et Spiritueux (2004-2008)  
T25 Le chiffre d'affaires de la division Liqueurs et Spiritueux par zone géographique en 2008-2009  
T26 Le chiffre d'affaires de la division Champagne (2004-2008)  
T27 Le chiffre d'affaires de la division Champagne par zone géographique en 2008-2009  
T28 Le chiffre d'affaires de la division Marques partenaires (2004-2008)

### **4. Données financières**

---

T29 Les chiffres clés  
T30 Le compte d'exploitation consolidé  
T31 Le compte d'exploitation consolidé en % du chiffre d'affaires  
T32 Le bilan consolidé  
T33 L'évolution de l'activité  
T34 L'évolution de la structure financière  
T35 Les définitions des ratios et indicateurs sur le secteur

## Liste des principaux groupes cités dans l'étude

---

BACARDI MARTINI  
BROWN FORMAN  
CAMPARI  
CONSTELLATION BRANDS  
DIAGEO  
FORTUNE BRANDS  
LVMH