



# Résultats de l'exercice 2015-2016

27 mai 2016

---

# Agenda

- Chiffres clés
- Poursuite du plan de croissance
- Résultats
- Objectifs et perspectives

---

# Agenda

- Chiffres clés
- Poursuite du plan de croissance
- Résultats
- Objectifs et perspectives

## 2015-2016 : principales données consolidées

Exercice clos le 31 mars En millions d'euros	2015	2016	Variations
Chiffre d'affaires	231,9	244,8	+5,6%
Résultat opérationnel	42,1	44,5	+5,7%
<i>en % chiffre d'affaires</i>	18,2%	18,2%	-
Résultat net part du groupe	22,9	25,2	+10,2%
<i>en % chiffre d'affaires</i>	9,9%	10,3%	+0,4 pt
Cash-flow opérationnel (*)	+4,7	+11,7	+7,0

(\*) trésorerie générée par l'activité - investissements nets avant dividendes

---

# Agenda

- Chiffres clés
- **Poursuite du plan de croissance**
- Résultats
- Objectifs et perspectives

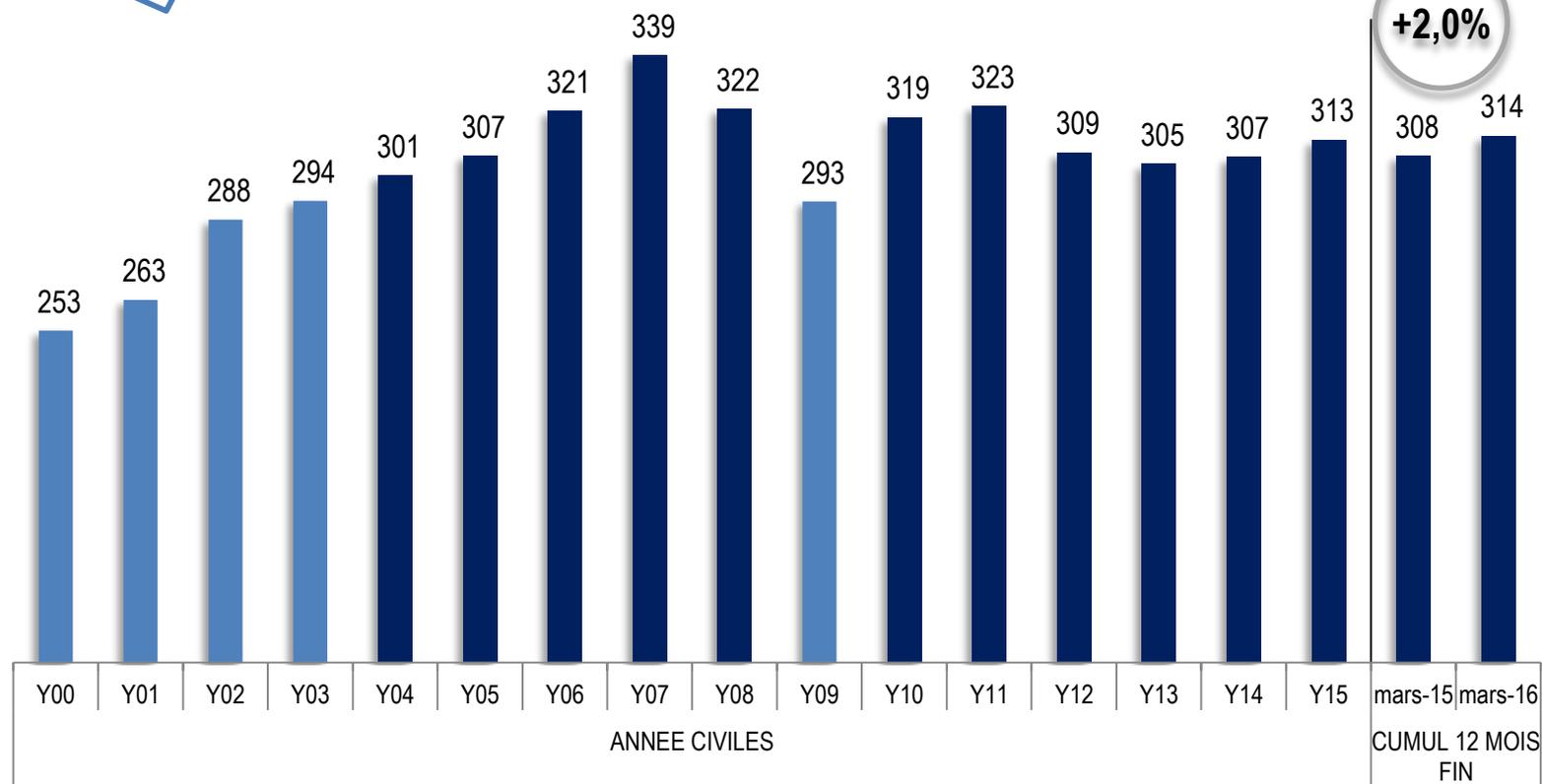
---

# 2015-2016 : le Groupe Laurent-Perrier poursuit son plan de croissance

# Les expéditions de Champagne continuent de progresser



Expéditions marché année civile  
& cumul 12 mois fin mars  
[source CIVC] - en millions de bouteilles



# La performance commerciale des marques contribue pour 3,4% à la croissance du chiffre d'affaires

chiffre d'affaires 2014-2015

**231,9**

Volume stock Italie  
+0,9M€ (+0,4%)

volume +5,4M€ (+2,3%)

prix & mix +2,4M€  
(+1,1%)

change +4,3M€ (+1,8%)

**+5,6%**

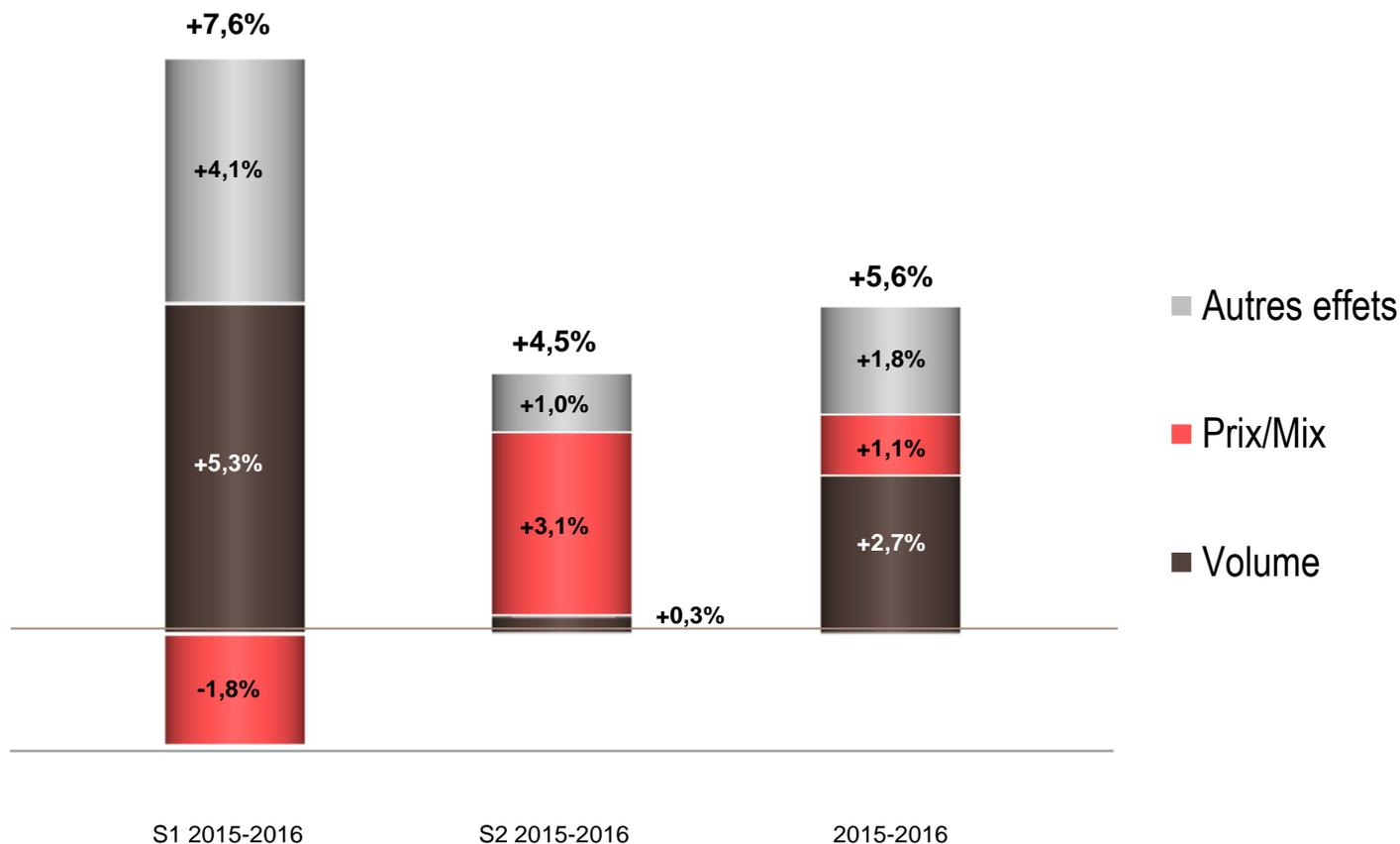
Performance commerciale des  
marques  
**+7,8M€ (+3,4%)**

chiffre d'affaires  
2015-2016

**244,8**

# L'effet prix/mix du second semestre atteste de la politique de création de valeur

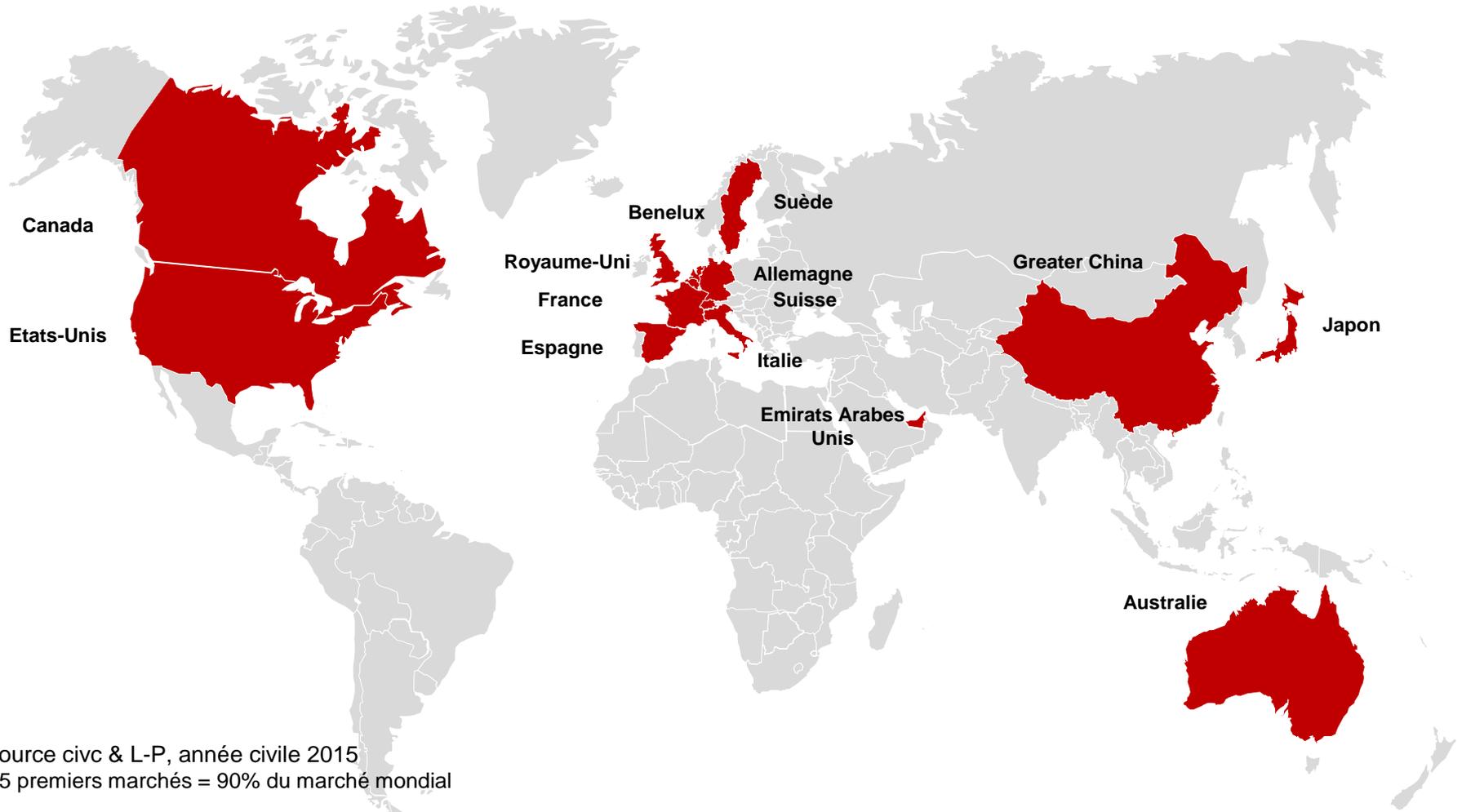
Variances de chiffre d'affaires par semestre  
Groupe Laurent-Perrier



---

La bonne tenue de la marque Laurent-Perrier reflète la mise en place progressive du plan de croissance

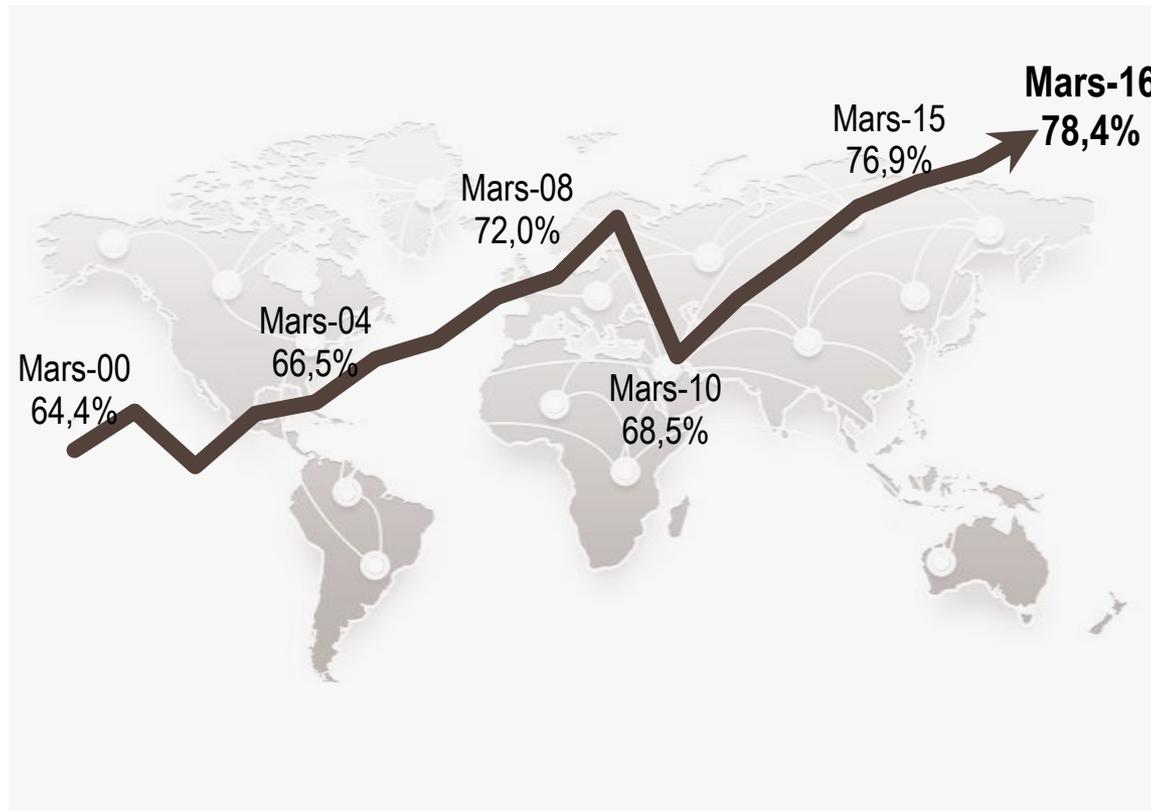
Sur les 15 premiers marchés mondiaux, la croissance de la marque Laurent-Perrier a été 2X supérieure à celle du marché



source civc & L-P, année civile 2015  
15 premiers marchés = 90% du marché mondial

# La marque Laurent-Perrier poursuit sa croissance à l'international

Part du chiffre d'affaires export Marque Laurent-Perrier  
Période cumulée 12 mois fin mars

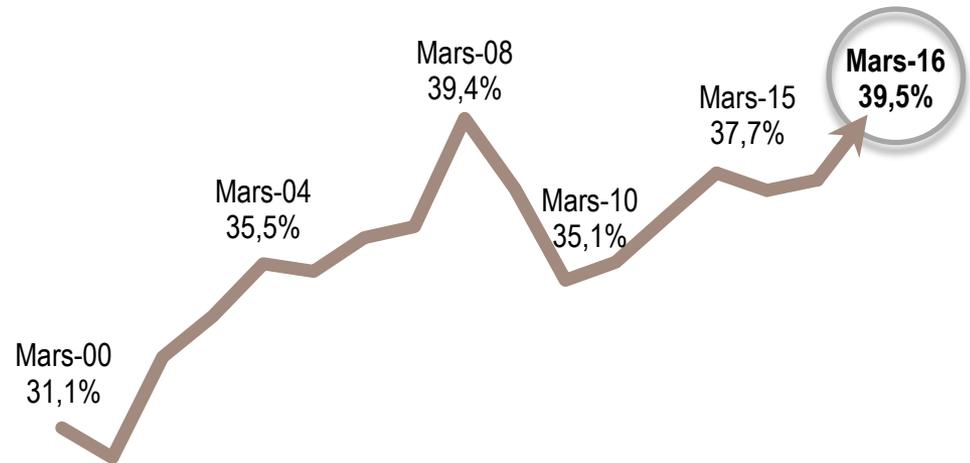


# Le poids des cuvées haut de gamme retrouve son niveau le plus élevé

Part du chiffre d'affaires hdg Marque Laurent-Perrier  
Période cumulée 12 mois fin mars

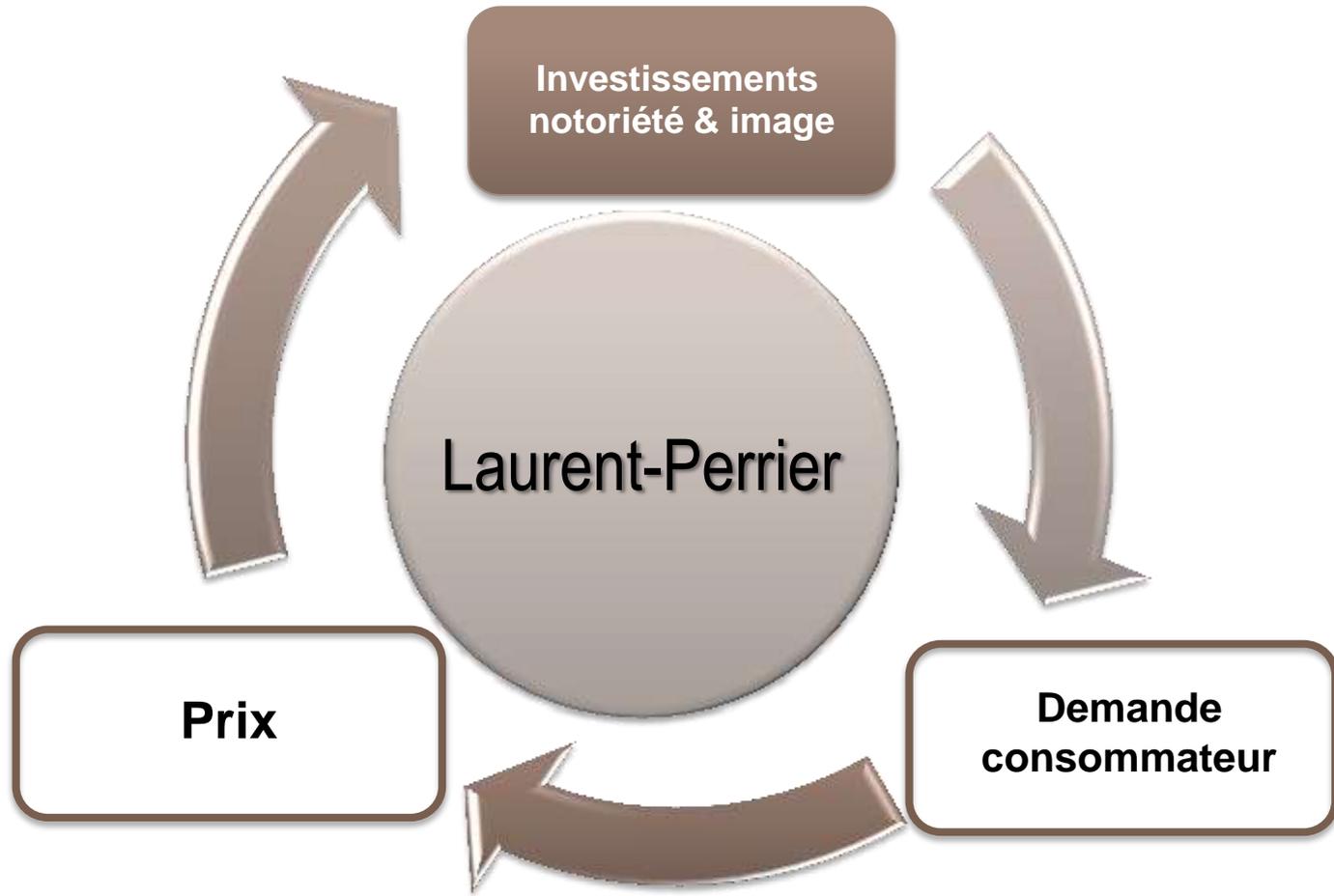


Taux de chiffres d'affaires HdG  
Marque Laurent-Perrier



Grand Siècle, Alexandra Rosé,  
Cuvée Rosé Laurent-Perrier,  
Laurent-Perrier Brut Millésimé,  
Laurent-Perrier Ultra Brut

Des efforts accrus sur la notoriété et la visibilité de la marque ont été réalisés





**choisi par ceux qui savent choisir**

# Campagne media France et Grande-Bretagne



Choisi par  
*Le Meurice.*



CUVÉE ROSÉ  
INIMITABLE  
—  
CHAMPAGNE  
**Laurent-Perrier**  
MAISON FONDÉE  
1812







St. Moritz  
Gourmet  
Festival  
2016  
25. bis 29. Januar  
The Original since 1991

ING GOURMET  
CrackingGourmet



Simply Chocolate

CHAM  
Laurent  
MAISON  
18

Gourmet  
Food Hall

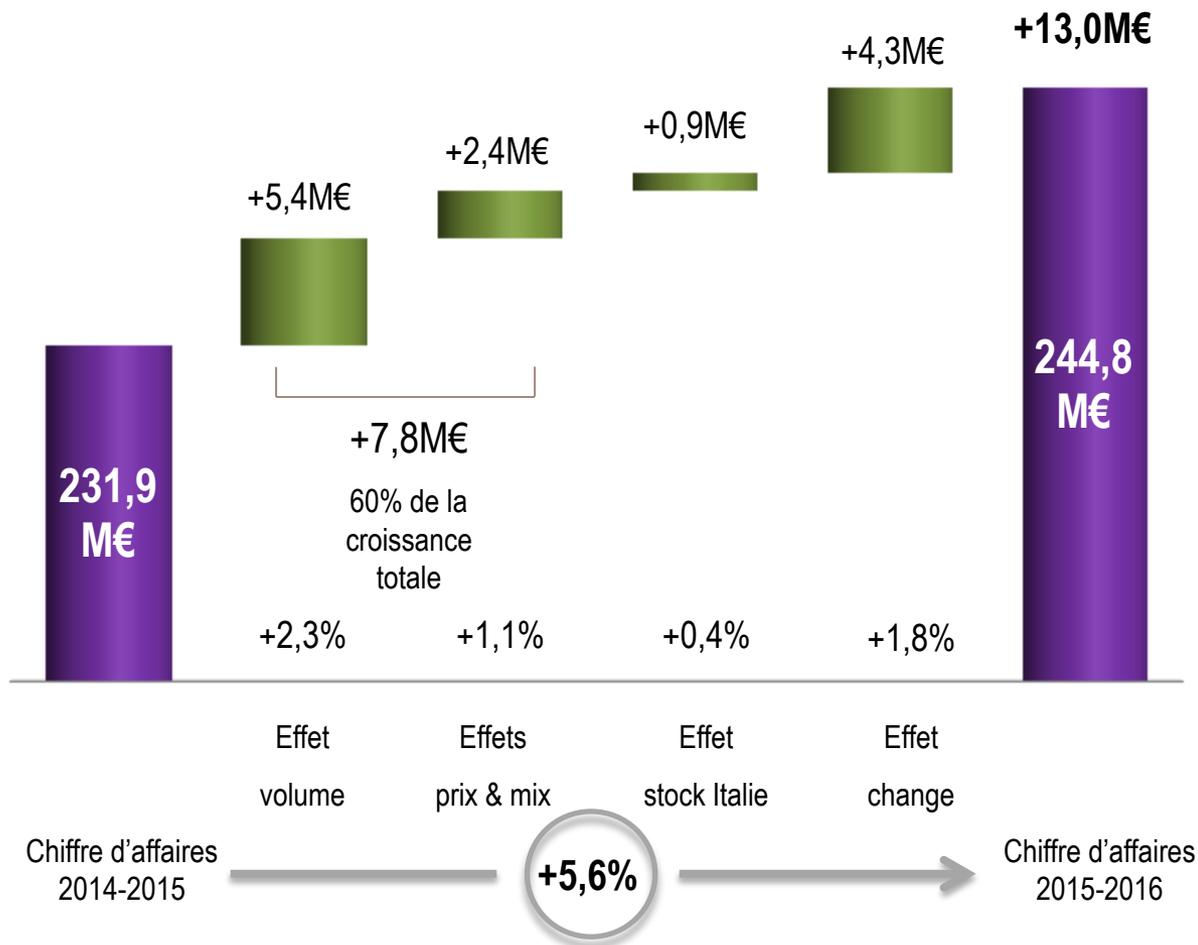
---

# Agenda

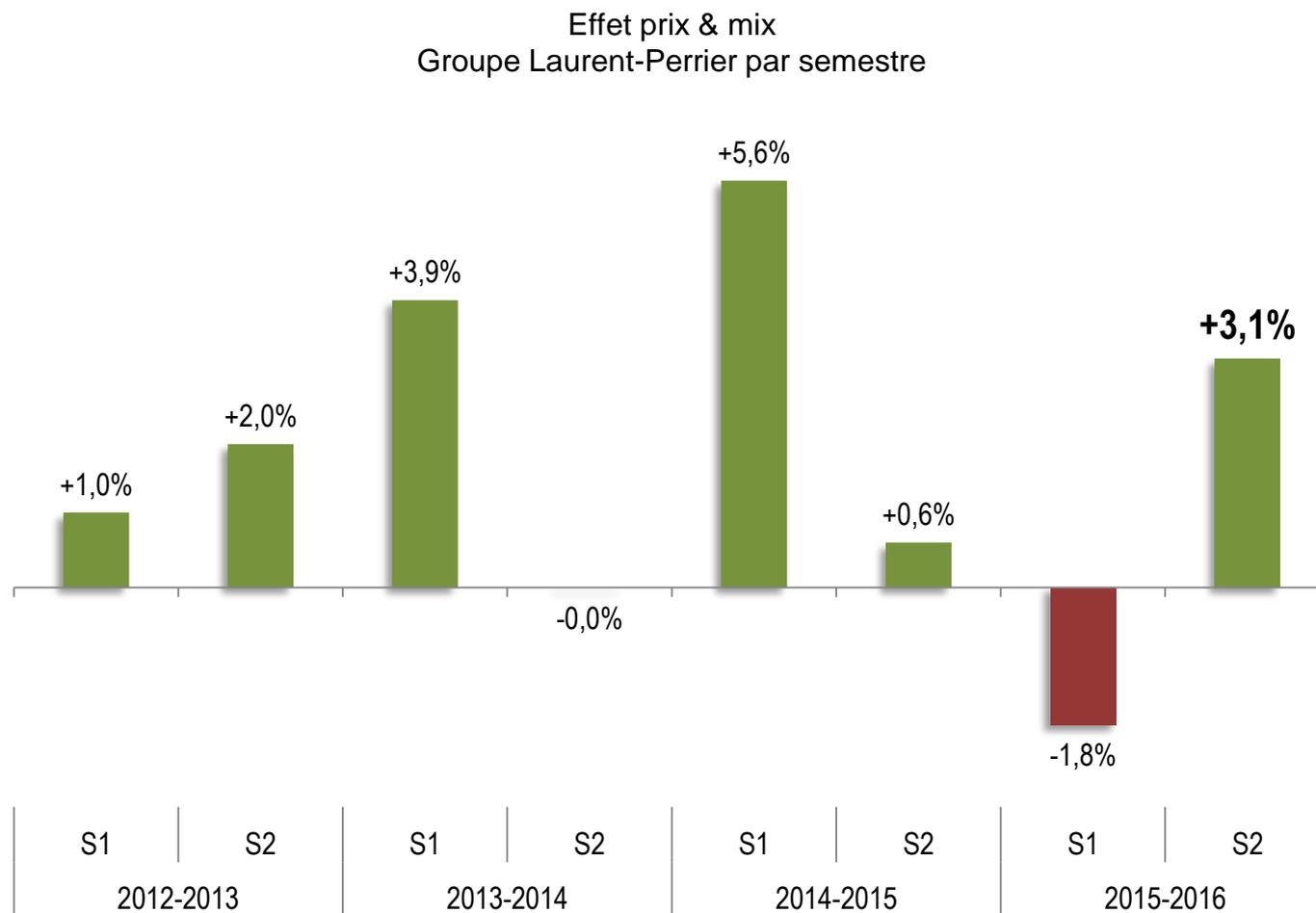
- Chiffres clés
- Poursuite du plan de croissance
- **Résultats**
- Objectifs et perspectives

# Le chiffre d'affaires consolidé est en hausse de 3,8% à taux de change constants

Variances de C.A. Groupe vs année précédente  
[en millions d'euros]

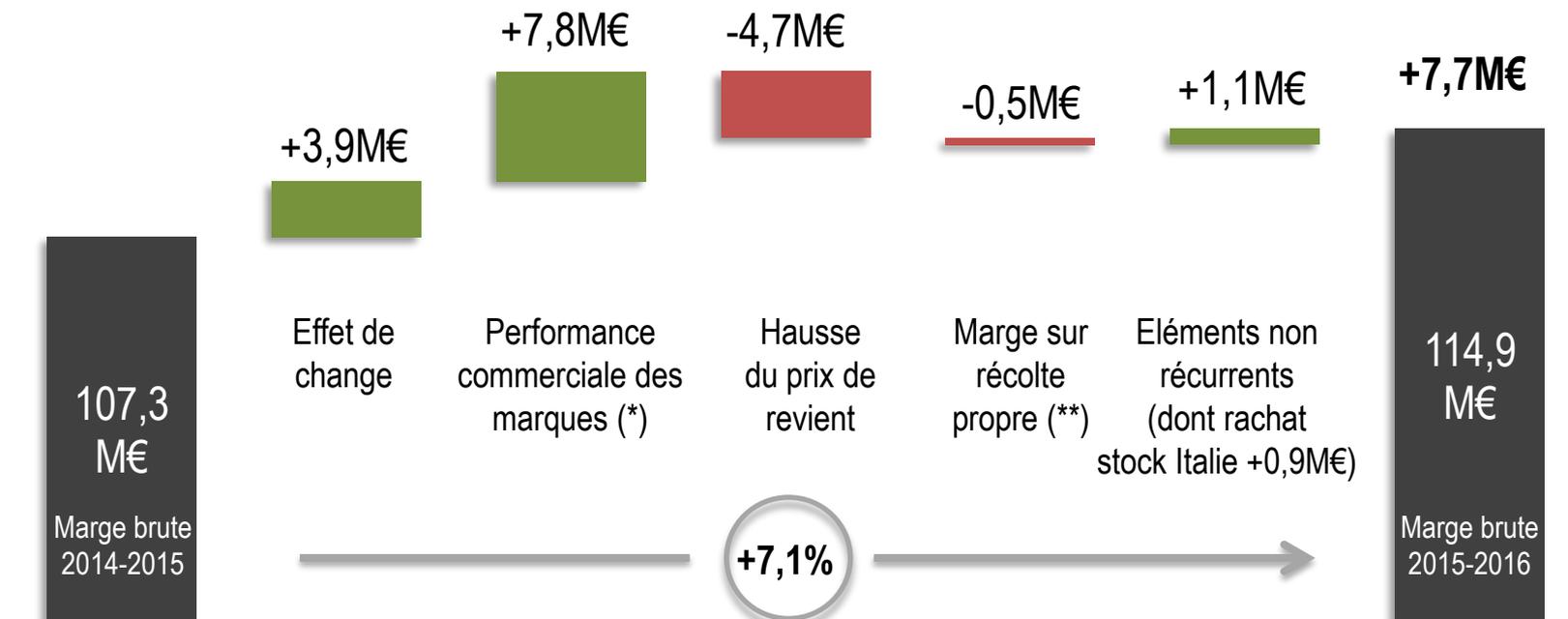


# L'effet prix/mix a contribué majoritairement à la croissance du chiffre d'affaires au second semestre



# La performance commerciale des marques couvre largement la hausse des prix de revient

Groupe Laurent-Perrier en millions d'euros

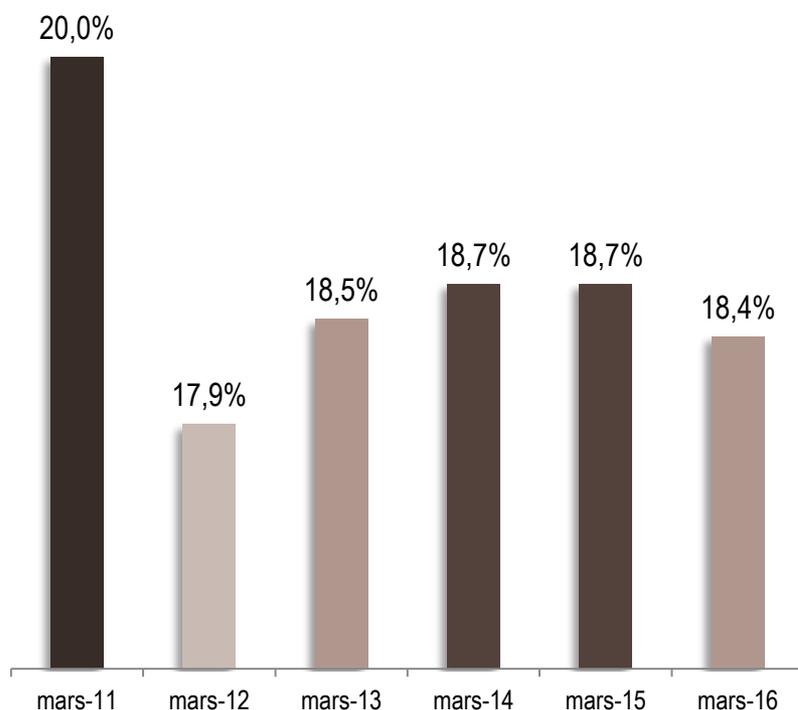


(\*) Performance commerciale des marques : effets cumulés prix/mix et volume

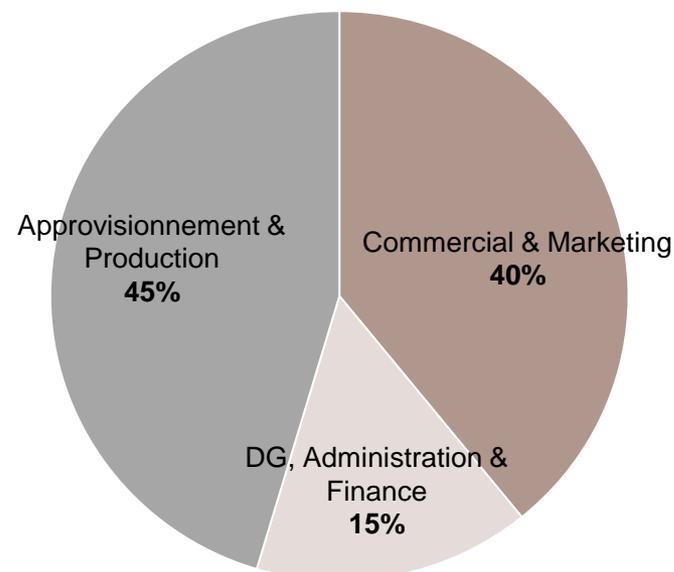
(\*\*) Marge sur récolte propre : effet technique lié à l'atteinte du plafond de réserve individuelle conduisant à la réduction mécanique des quantités stockées

# Le poids des frais généraux dans le chiffre d'affaires a baissé

Frais généraux  
Groupe Laurent-Perrier  
(en % du chiffre d'affaires)

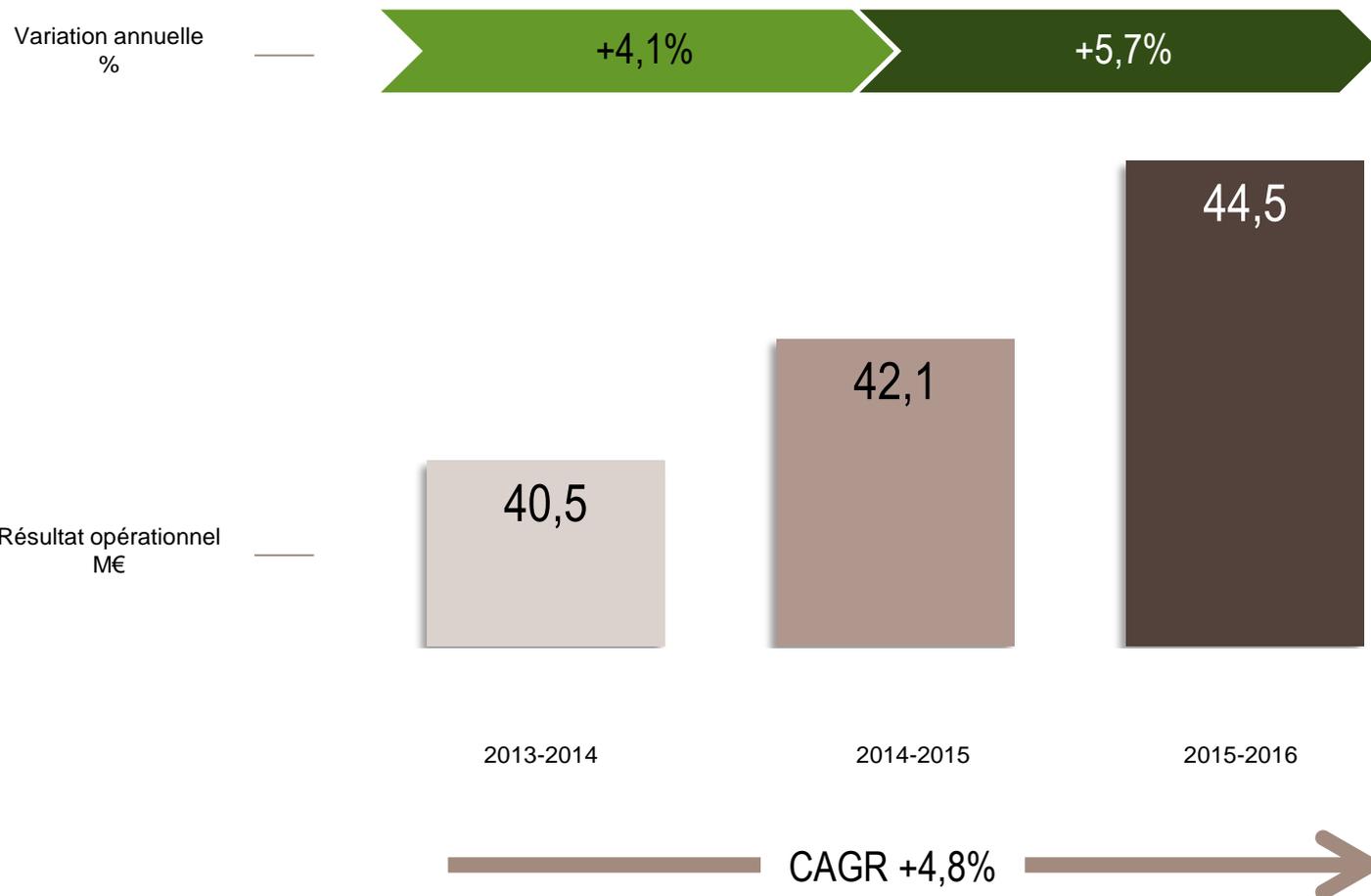


Structure par métier  
Groupe Laurent-Perrier  
(effectifs présents au 31 mars 2016)



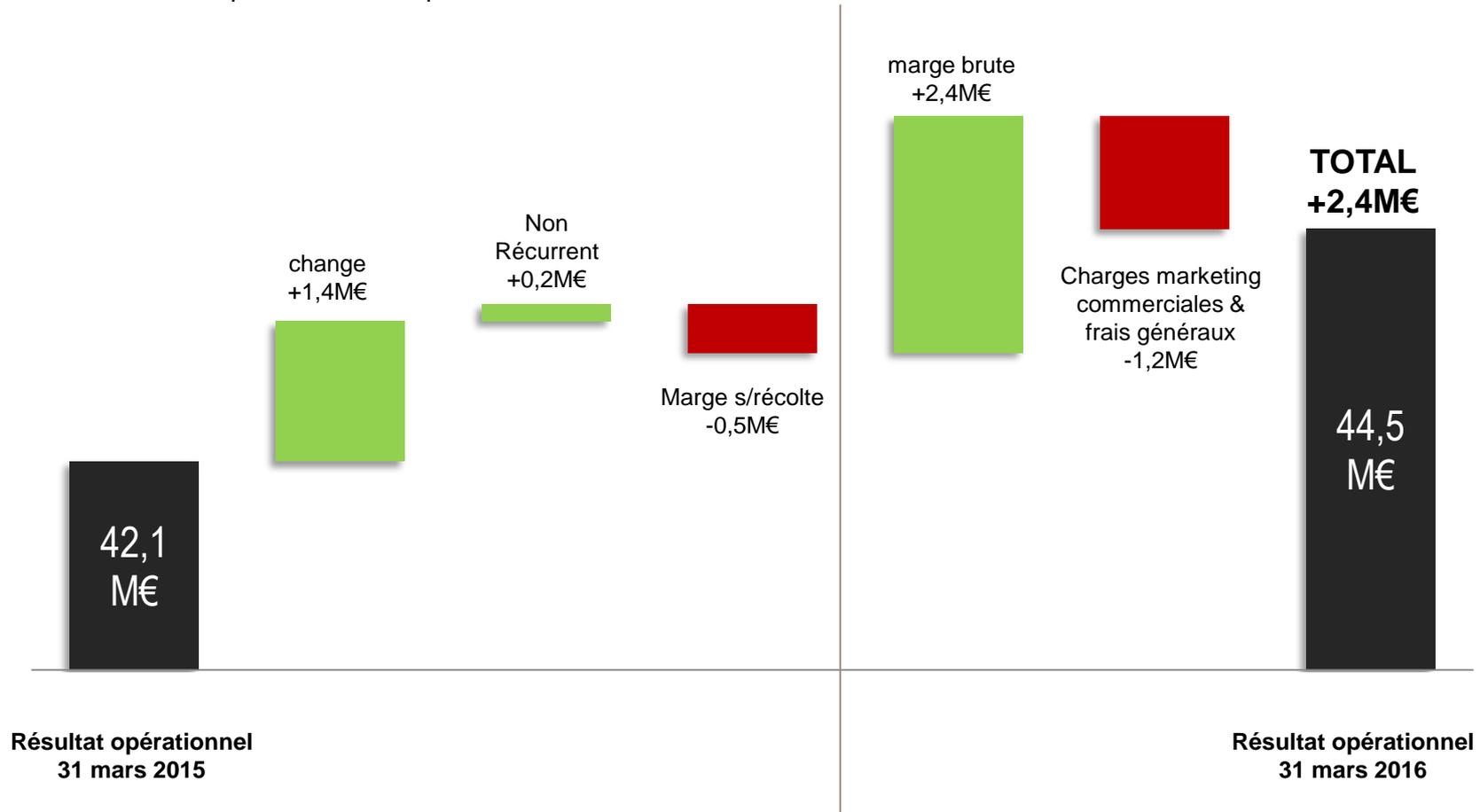
# 3<sup>ème</sup> année successive de progression du résultat opérationnel

Groupe Laurent-Perrier en millions d'euros



# La croissance de la marge brute organique a permis de financer l'effort accru en notoriété et visibilité ainsi que la croissance du résultat opérationnel

Variances de résultat opérationnel Groupe Laurent-Perrier



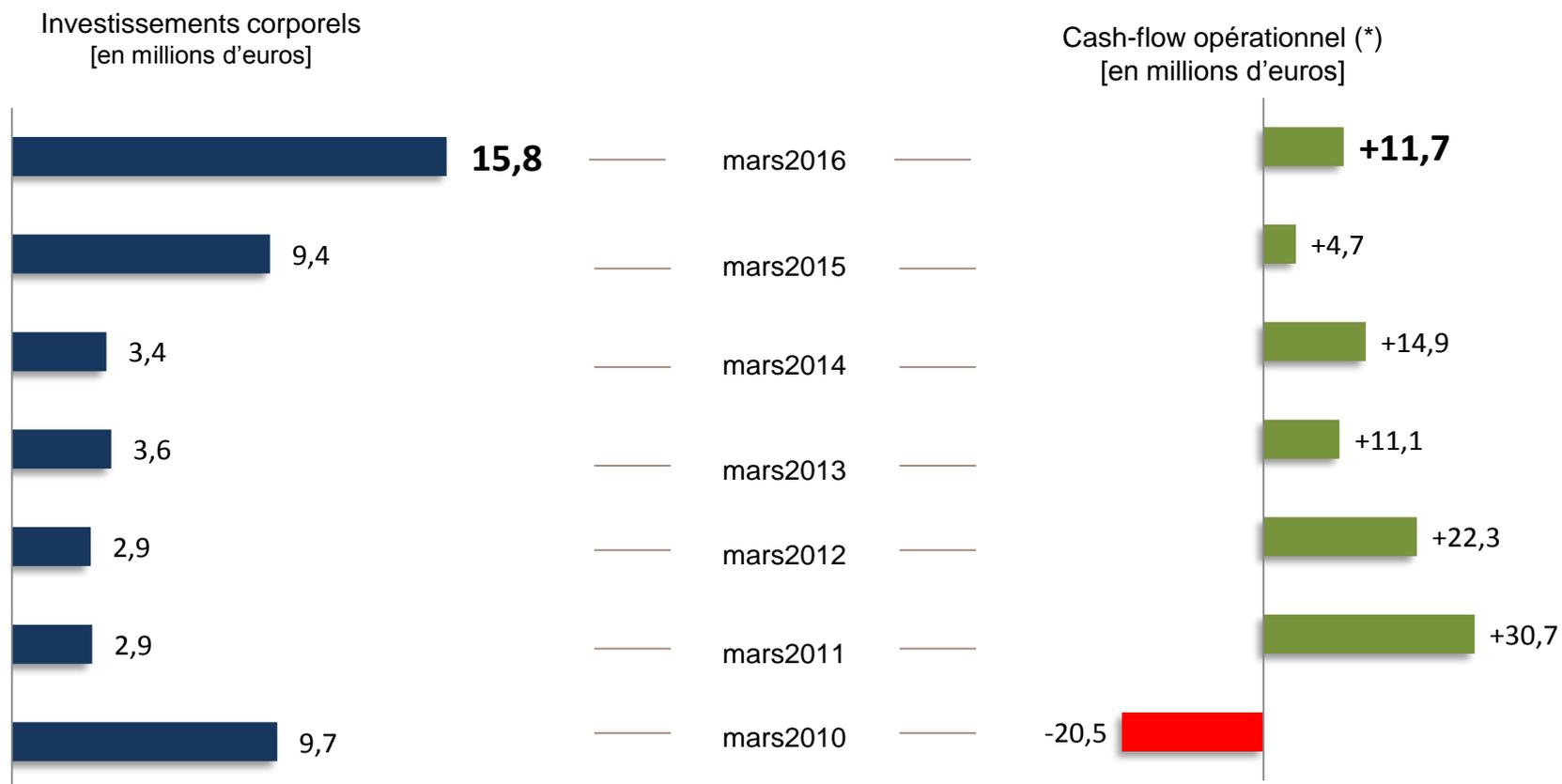
# Compte de résultat 31 mars 2016

Groupe Laurent-Perrier

(en millions d'euros)			Variations
	31 mars 2015	31 mars 2016	Variations
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>231,9</b>	<b>244,8</b>	<b>+5,6%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>107,3</b>	<b>114,9</b>	<b>+7,1%</b>
<i>en % chiffre d'affaires</i>	46,2%	46,9%	+0,7Pts
Développement de marque & Comm.	-18,5	-20,6	+11,4%
Charges commerciales & admin.	-49,2	-50,9	+3,6%
Autres charges & produits	2,5	1,2	-54,5%
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>42,1</b>	<b>44,5</b>	<b>+5,7%</b>
<i>en % chiffre d'affaires</i>	18,2%	18,2%	+0,0Pts
Résultat financier	-6,5	-6,2	-4,9%
Impôts	-12,7	-13,1	+3,0%
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>22,9</b>	<b>25,2</b>	<b>+10,2%</b>
<i>en % chiffre d'affaires</i>	9,9%	10,3%	+0,4Pts

# Le Groupe maintient un cash-flow positif tout en investissant pour son avenir

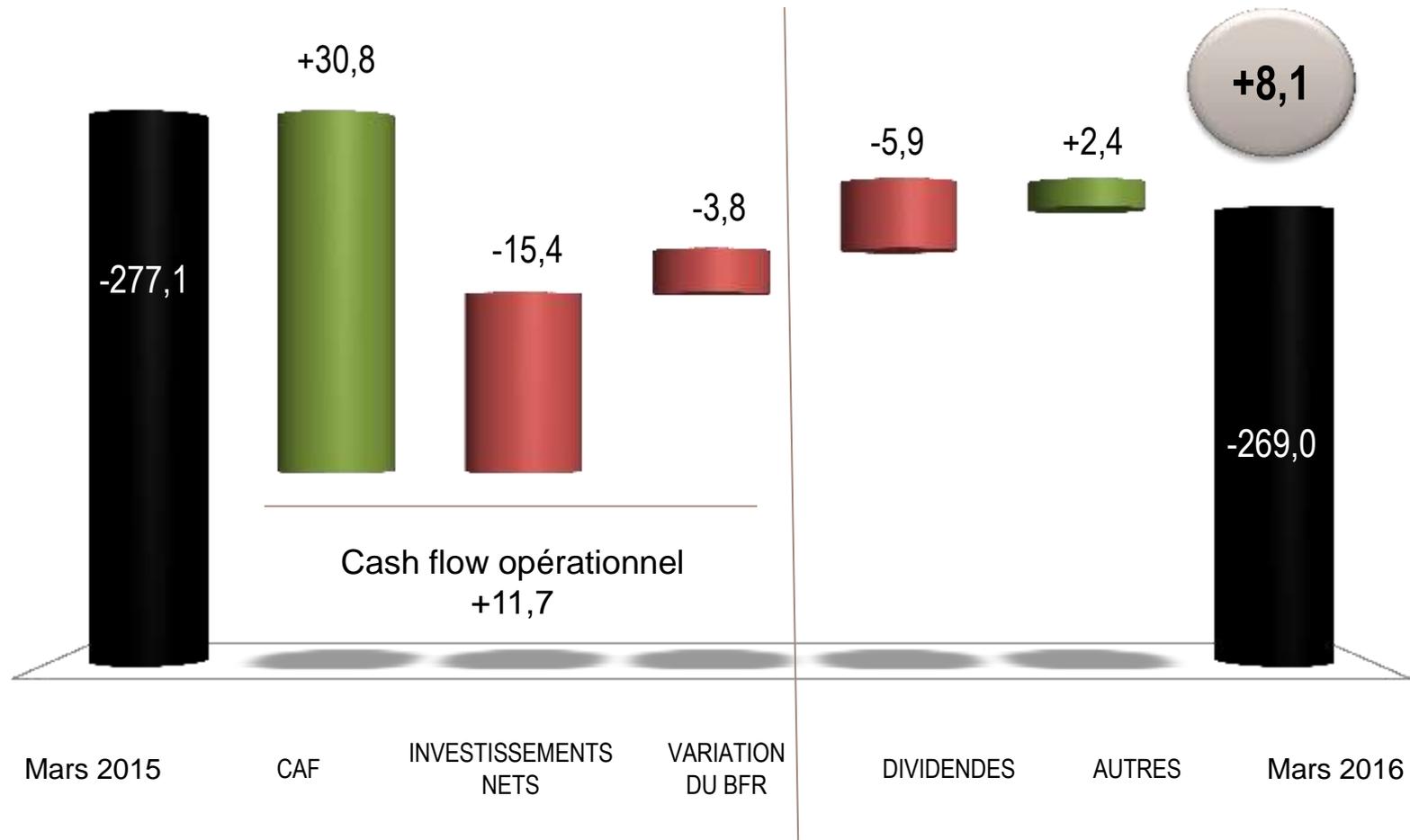
Groupe Laurent-Perrier [en millions d'euros]



(\*) trésorerie générée par l'activité - investissements nets avant dividendes

# La CAF et la maîtrise du BFR permettent de financer l'investissement et de réduire de l'endettement

Groupe Laurent-Perrier [en millions d'euros]



---

# Finalisation des investissements pluriannuels à Tours-sur-Marne

## Production

- **Centralisation des processus d'élaboration à Tours-sur-Marne**  
(bâtiment, caves, cuverie)
  - *Qualité des vins*
  - *Amélioration des conditions de travail*
  - *Productivité*

# Point sur le planning des investissements pluriannuels à Tours-sur-Marne

[en année calendaire]

		2 <sup>ème</sup> semestre 2014	1 <sup>er</sup> semestre 2015	2 <sup>ème</sup> semestre 2015	1 <sup>er</sup> semestre 2016	2 <sup>ème</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2017	2 <sup>ème</sup> semestre 2017	1 <sup>er</sup> semestre 2018	2019
<i>centralisation des processus d'élaboration</i>	Caves	→								
	Cuverie			→						
<i>refonte des structures accueil et visites</i>	Accueil Visite						→			
<i>rénovation du cadre de travail</i>	Cadre Bureau						→			

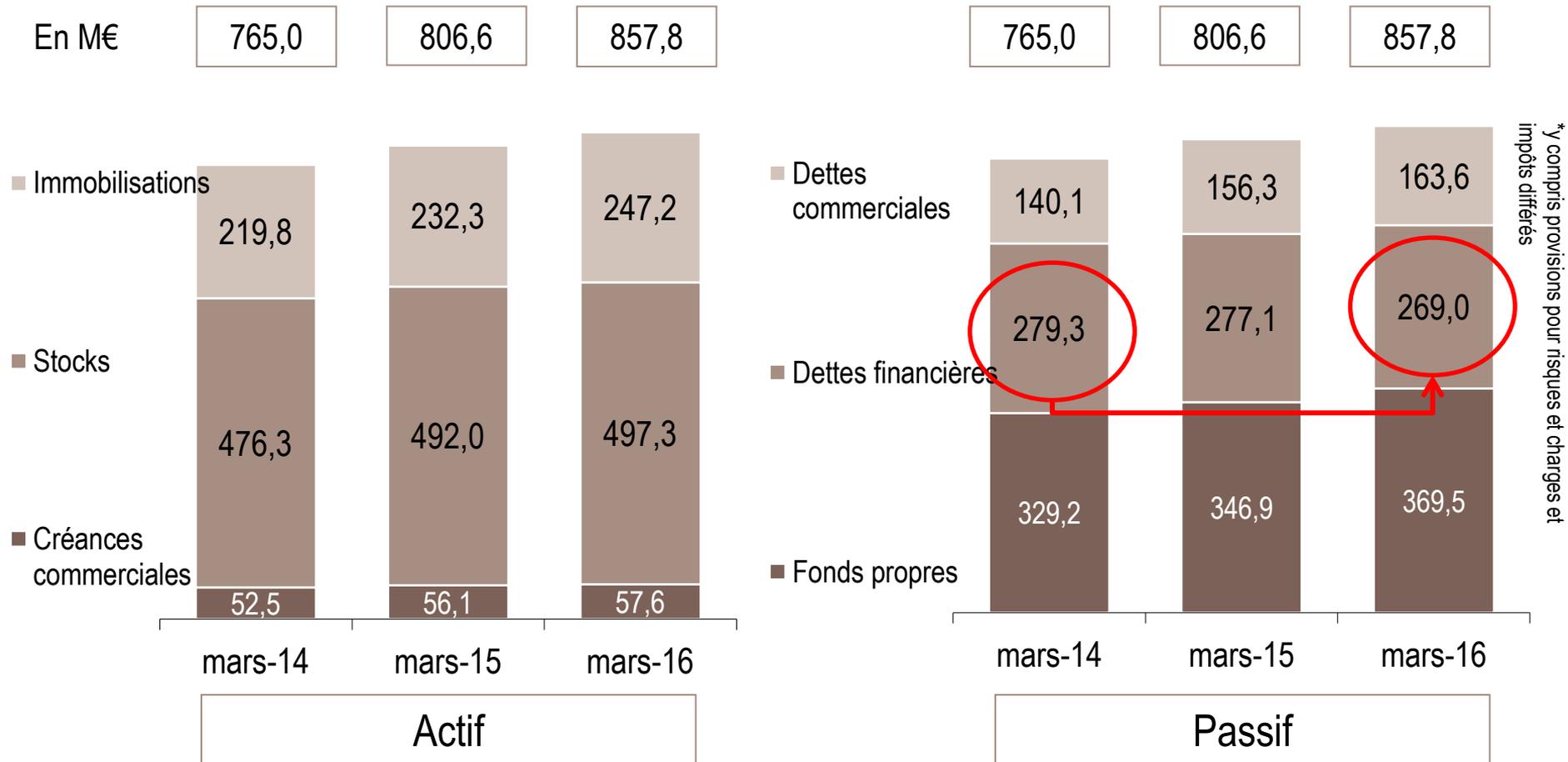






# Le Groupe s'est désendetté de plus de 10M€ en 2 ans

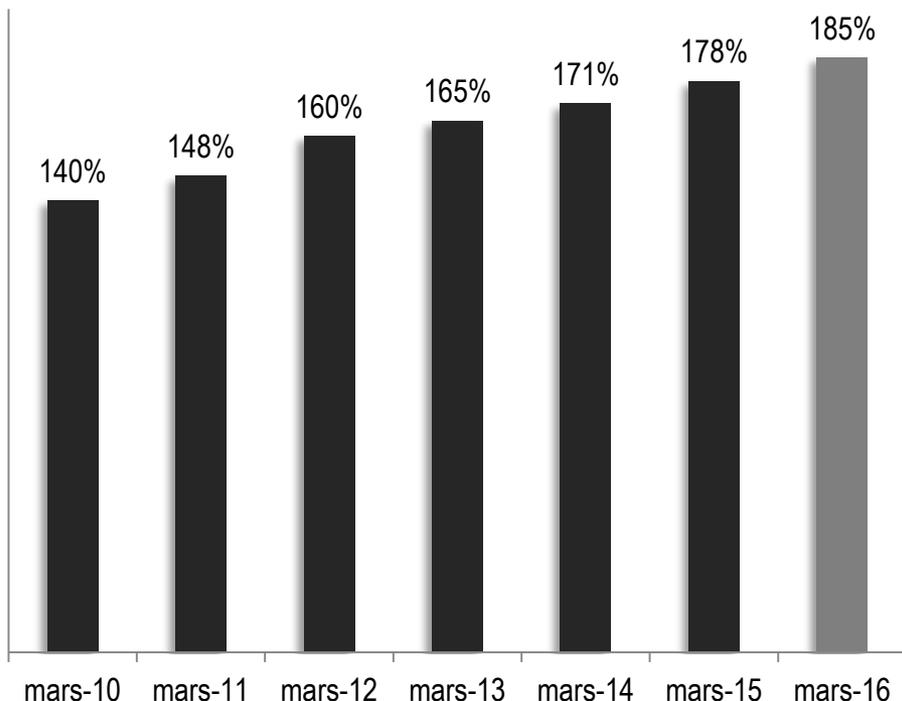
Groupe Laurent-Perrier [en millions d'euros]



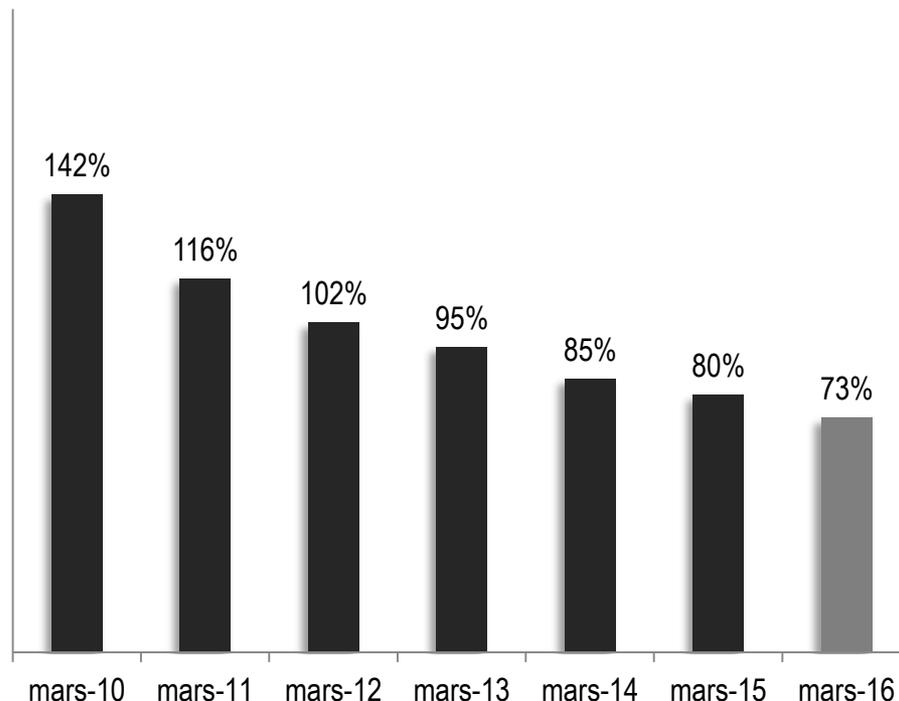
# Les ratios d'endettement confirme la solidité financière du Groupe

Groupe Laurent-Perrier [en %]

Stocks/Endettement net  
à fin mars en %



Endettement net/Fonds propres  
à fin mars en %



---

# Agenda

- Chiffres clés
- Poursuite du plan de croissance
- Résultats
- Objectifs et perspectives

---

## Poursuivre la croissance rentable des marques du Groupe, en priorité de la marque Laurent-Perrier

- Améliorer sans cesse la qualité des vins
- Renforcer l'investissement en notoriété et visibilité pour la valorisation de nos cuvées
- En particulier sur la marque Laurent-Perrier et les cuvées haut de gamme
- Continuer à adapter l'organisation aux enjeux futurs

*... dans un contexte 2016/2017 qui appelle à la prudence*



# Résultats de l'exercice 2015-2016

27 mai 2016