

Communiqué financier

Exercice 2005-2006

Forte progression du résultat net, stimulé par la montée en gamme

Yves Dumont, Président du Directoire, a présenté les résultats du Groupe au Conseil de Surveillance, réuni sous la présidence de Maurice de Kervénoaël.

Au cours de l'exercice 2005-2006 (du 1^{er} avril au 31 mars), le résultat net, part du Groupe, progresse de près de 38%, à 22,47 millions d'euros. Il représente désormais 10,8% du chiffre d'affaires, soit un gain de 2,3 points de pourcentage par rapport à l'exercice précédent.

	2004-2005	2005-2006	Variation
Chiffre d'Affaires	190,97	208,07	+ 9,0%
Résultat Opérationnel Courant	34,18	41,34	+ 20,9%
Marge Opérationnelle (%)	17,9%	19,9%	+ 2 pts
Résultat Net Part du Groupe	16,31	22,47	+ 37,8%

Activité

Au cours de l'année, le Groupe a bénéficié d'un environnement favorable : le marché du champagne a vu ses expéditions augmenter de 2% lors de l'année civile 2005 pour atteindre 307 millions de bouteilles. Si le marché français est resté globalement stable, les expéditions à l'exportation ont connu une forte croissance, de près de + 5%.

Dans ce contexte, le Groupe Laurent-Perrier a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 208,07 millions d'euros contre 190,97 millions d'euros au titre de l'exercice 2004-2005. Cette progression de 9%, à périmètre comparable, s'analyse comme suit :

Normes IFRS	Variation totale du C.A.	dont effet volume	dont effet prix/mix	dont effet change
Exercice 2005-2006 en comparaison du précédent	+ 9%	+ 5,3%	+ 3,5%	+ 0,2%

Les marques principales du Groupe (Laurent-Perrier, Salon, de Castellane et Delamotte) ont continué à progresser plus vite que l'ensemble du marché. Les performances ont été particulièrement satisfaisantes à l'export qui représente 63,9% du chiffre d'affaires du Groupe, soit un gain d'un point de pourcentage par rapport à l'année précédente. Les vins de haut de gamme de la marque Champagne Laurent-Perrier ont également connu un fort développement : ils génèrent désormais plus de 36% du chiffre d'affaires de la marque, soit, là encore, un gain d'un point de pourcentage par rapport à l'année précédente.

Tous ces éléments sont le fruit des investissements des années passées et expliquent l'importance de l'effet prix/mix sur l'ensemble de l'exercice.

Résultats

La marge brute a gagné plus de deux points de pourcentage à 48,6%, soit un gain de 12,5 millions d'euros, grâce à la montée en gamme qui représente près des trois quarts de cette hausse.

Pour soutenir la politique de valeur du Groupe, les investissements de développement de marque ont augmenté de + 8%. Les autres charges commerciales et administratives sont restées sous contrôle. A + 8,9%, elles progressent moins vite que le chiffre d'affaires, malgré la comptabilisation de certaines charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, cette hausse est limitée à + 5,3%.

L'amélioration significative de la marge brute combinée à la bonne maîtrise des charges explique la progression du résultat opérationnel courant de plus de + 20% à 41,34 millions d'euros.

Le résultat financier est demeuré stable au cours de l'exercice à 8,98 millions d'euros, en dépit d'un léger alourdissement de l'endettement global. Grâce aux couvertures mises en place, la hausse des taux d'intérêt enregistrée en fin d'exercice n'a encore eu que peu d'impact sur la charge financière.

Investissements et flux de trésorerie

La hausse du résultat net s'est traduite par une amélioration de la capacité d'autofinancement après impôt : elle atteint 26,2 M€, soit une progression de + 27% par rapport à l'exercice précédent. Les investissements ont été contenus : à 5,7 millions d'euros nets, ils ont été essentiellement consacrés à l'amélioration de l'outil de production.

Le Groupe a aussi financé une nouvelle hausse du besoin en fonds de roulement. En effet, le niveau des stocks a continué de progresser : d'une part, à cause de la bonne vendange 2005 et du déblocage partiel de la réserve qualitative en février 2006 ; d'autre part à cause de l'allongement de la durée de vieillissement des bouteilles, lié à la montée en gamme.

Ceci a conduit à un accroissement de la dette nette, qui atteint 247 millions d'euros.

Perspectives

Malgré des incertitudes sur les taux de change et sur la situation politique internationale, le Groupe Laurent-Perrier estime que le marché devrait rester bien orienté.

Le Groupe continue de se renforcer sur le segment du haut de gamme, grâce à la nouvelle identité visuelle de la marque Laurent-Perrier et au développement des ventes de Grand Siècle. Il prévoit ainsi de poursuivre la hausse de l'effet prix/mix, qui doit devenir le facteur principal de croissance du chiffre d'affaires.



Le Groupe met également en place un mode de gestion intégré de ses différentes maisons. Au cours de l'exercice 2005-2006, l'équipe Approvisionnement et Relations Livreurs a été renforcée et les fonctions de support ont été regroupées. L'organisation de Champagne de Castellane a été repensée afin de réduire les frais généraux en tirant mieux parti des structures communes et des compétences du Groupe, tout en préservant les caractéristiques propres de la marque. Les synergies tirées de ces simplifications de l'organisation devraient permettre des économies de 0,7 million d'euros par an, à partir de l'exercice 2007-2008.

Les investissements 2006-2007 devraient porter sur l'extension des capacités de production du Groupe, notamment en cuverie, afin de continuer à soutenir la croissance de la marque Laurent-Perrier.

Pour financer ces investissements et garantir son indépendance, le Groupe entend continuer à améliorer la rentabilité des capitaux investis. Dans un environnement qui pourrait devenir moins favorable, il poursuivra, avec détermination, sa politique de croissance rentable.

Laurent-Perrier est l'un des premiers groupes de maisons de champagne et l'unique valeur pure cotée de champagne de haut de gamme. Il dispose d'un large portefeuille de produits renommés pour leur qualité, autour de quatre marques principales : Laurent-Perrier, Salon, Delamotte et Champagne de Castellane.

Code ISIN : FR 0006864484

Bloomberg : LAUR FP

Reuters : LPER.PA

Laurent-Perrier appartient au compartiment B de l'Eurolist d'Euronext Paris.

Il entre dans la composition des indices CAC Mid Small 190, CAC Small 90, SBF SM et SBF 250.

Etienne AURIAU
Directeur Administratif et Financier

☎ 03.26.58.91.22

Marie-Clotilde DEBIEUVRE-PATOZ
Directrice de la Communication
et des Relations Publiques

☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com

1/06/06