



LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Laurent-Perrier : progression de 34,4% du résultat net en 2006-2007

*Le Groupe tire les bénéfices de sa politique de valeur
et dispose des moyens nécessaires à sa croissance*

Tours sur Marne, le 1er juin 2007

Au cours de l'exercice 2006-2007 (du 1^{er} avril au 31 mars), le Groupe Laurent-Perrier a enregistré un résultat net, part du Groupe, de 30,2 millions d'euros, en hausse de 34,4% par rapport à l'exercice précédent. Le résultat net représente désormais 12,8% du chiffre d'affaires, soit un gain de 2 points de pourcentage en un an.

Principales données financières

En millions d'euros	2005-2006	2006-2007	Variation
Chiffre d'affaires	208,07	236,65	+ 13,7%
Résultat opérationnel courant	41,34	56,57	+ 36,9%
Marge opérationnelle %	19,9%	23,9%	+ 4,0 points
Résultat net part du groupe	22,48	30,2	+ 34,4%
Bénéfice par action (en euros)	3,87	5,11	+ 32,0%
Flux de trésorerie générés par l'activité	0,9	28,81	+ 27,9 M€
Endettement net/Fonds propres	146%	114%	- 32 points
Rentabilité des capitaux investis	9,6%	12,5%	+ 2,9 points

DOMAINE LAURENT-PERRIER - 51150 TOURS-SUR-MARNE - FRANCE
TEL : 33 (0) 3 26 58 91 22 - FAX : 33 (0) 3 26 58 77 29

LAURENT-PERRIER, S.A. A DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE AU CAPITAL DE 22 594 271,80 EUROS
R.C.S. REIMS B 335680096 6 SIRET 335 680 096 00021 - APE 741J

CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER - CHAMPAGNE SALON - CHAMPAGNE DELAMOTTE - CHAMPAGNE DE CASTELLANE

Commentant les résultats 2006-2007, Yves Dumont, Président du Directoire du Groupe, a déclaré : « La hausse de plus de 30% du résultat net, pour la seconde année consécutive, est la conséquence d'une vraie politique de valeur qui permet au Groupe d'atteindre un niveau de rentabilité indispensable pour financer les investissements nécessaires à sa croissance future. Sur un marché du champagne, dont le potentiel de croissance en volume est désormais très limité, Laurent-Perrier est bien positionné pour se développer sur les segments les plus créateurs de valeur. S'appuyant sur une organisation désormais mieux intégrée et sur des équipes motivées et compétentes, le Groupe est structuré pour s'adapter à un environnement qui pourrait devenir plus difficile ».

Forte hausse du résultat grâce à la croissance de la marge brute

A 51%, la marge brute a, une nouvelle fois, fortement progressé, grâce à l'importance de l'effet prix/mix qui contribue à plus de la moitié de cette croissance. La marge brute gagne 2,4 points de pourcentage, soit + 19,5 millions d'euros en un an et retrouve les meilleurs niveaux atteints avant l'acquisition de Château Malakoff en 2004.

Les dépenses de soutien de marque ont augmenté de 14%, afin de poursuivre l'effort entamé depuis de nombreuses années pour développer la notoriété et l'image des marques du Groupe.

Les autres charges commerciales et administratives sont restées sous contrôle puisqu'elles n'ont progressé que de + 4,6%, grâce notamment aux bénéfices tirés du mode de gestion plus intégré du Groupe, mis en place au cours de l'exercice. Au total, la hausse des charges d'exploitation n'a absorbé que 22% de la croissance de la marge brute.

Le résultat opérationnel courant atteint donc 56,6 millions d'euros, soit une hausse de + 36,9%. La marge opérationnelle, en progression de 4 points par rapport à l'an passé, atteint 23,9%, un niveau jamais atteint auparavant.

Les charges financières ont progressé de + 10,7% du fait de la hausse continue des taux d'intérêt depuis la fin de l'exercice précédent et ce, malgré les couvertures mises en place et la baisse de l'endettement. Cependant, le poids des frais financiers rapportés au résultat opérationnel courant baisse de 4,1 points, à 17,6%.

Le taux d'impôts a retrouvé un niveau normal à 35%, car les déductions exceptionnelles enregistrées lors de l'exercice précédent n'ont pas été reconduites.

Amélioration de la capacité d'autofinancement et recul de l'endettement

La hausse du résultat net a entraîné une forte augmentation de la capacité d'autofinancement après impôts qui progresse de 45% à 37,8 millions d'euros.

Cette trésorerie a permis de financer l'accroissement du besoin en fonds de roulement à hauteur de 9 millions d'euros et les investissements à hauteur de 6,1 millions d'euros. Ceux-ci ont majoritairement concerné l'extension des capacités de cuverie sur le site de Tours-sur-Marne.

Elle a également permis de réduire l'endettement net qui a été ramené à 229,3 millions d'euros, soit une baisse de 18,1 millions d'euros en un an. La dette représente, à la fin de l'exercice, 1,14 fois les fonds propres contre 1,46 fois à la fin de l'exercice précédent.

Perspective d'amélioration régulière des principaux ratios financiers

Malgré la vigueur de l'euro, le Groupe estime que le marché du champagne devrait rester bien orienté. Cependant, la croissance des volumes du Groupe devrait fortement ralentir par rapport à l'exercice 2006-2007, à l'exception de la marque Laurent-Perrier.

En effet, les volumes de celle-ci doivent continuer à progresser, notamment grâce aux effets de l'accord conclu avec la société Suntory au Japon, annoncé en février dernier. Les autres marques devraient, par contre, marquer une pause, conformément à la stratégie à long terme du Groupe.

L'effet prix/mix devrait rester très positif, grâce aux principaux facteurs suivants :

- le poids croissant de la marque Laurent-Perrier dans les volumes totaux du Groupe
- la proportion accrue des champagnes de haut de gamme dans les ventes de la marque.

Pour accompagner cette nouvelle phase, les investissements s'inscriront en hausse significative. Ils porteront sur une nouvelle tranche d'extension des capacités de cuverie et de stockage, sur le renouvellement et la réimplantation des lignes d'habillage dans un nouveau bâtiment sur le site de Tours-sur-Marne ainsi que sur la modernisation des systèmes d'information du Groupe.

Le rythme des investissements en soutien de marque sera maintenu à un niveau élevé pour accompagner la montée en gamme de la marque Laurent-Perrier et le développement des ventes de sa grande cuvée, Grand Siècle.

Laurent-Perrier a réalisé des progrès substantiels 2006-2007, ce qu'illustre la progression de près de 3 points du taux de rentabilité des capitaux investis, son principal critère de performance financière.

Confiant dans son potentiel de progrès, le Groupe entend continuer à améliorer régulièrement ses principaux ratios financiers, tout en préservant ses positions quelle que soit la conjoncture.

Laurent-Perrier est l'unique groupe de maisons de champagne coté en Bourse, exclusivement focalisé sur le 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

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

Bloomberg : LAUR FP

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

Reuters : LPER.PA

Etienne AURIAU
Directeur Administratif et Financier

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

☎ 03.26.58.91.22

☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com