



Tours-sur-Marne, le 29 novembre 2013

LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Laurent-Perrier enregistre une hausse de 18,2% de son résultat net au premier semestre de l'exercice 2013-2014 dans un environnement difficile

o Les indicateurs de valeur enregistrent une nouvelle amélioration :

- Le grand export s'affirme comme relais de croissance
- L'effet prix/mix progresse
- La part des cuvées haut de gamme s'accroît

o La marge opérationnelle atteint 19%

Les comptes du premier semestre de l'exercice 2013-2014 ont été examinés par le Conseil de Surveillance, réuni sous la présidence de Maurice de Kervénoaël.

Principales données financières auditées

En millions d'euros Au 30 septembre	S1 2012-2013	S1 2013-2014	Variation vs N-1
Chiffre d'affaires	95,5	90,1	- 5,6%
Résultat opérationnel	15,5	17,1	+ 10,5%
Marge opérationnelle %	16,2%	19,0%	+ 2,8 pts
Résultat net part du Groupe	6,9	8,2	+ 18,2%
Bénéfice par action (en euros)	1,17	1,38	+ 0,21€
Cash-flow net*	- 30,8	- 29,3	+ 1,6 M€

* trésorerie générée par l'activité - investissements nets - dividendes

Les données financières consolidées sont disponibles sur www.finance-groupelp.com

Commentant les résultats du premier semestre, Michel Boulaire, Président du Directoire, a déclaré : « Laurent-Perrier enregistre des résultats en progression dans un environnement difficile. Notre solidité financière nous permet de continuer à investir dans les zones à forte croissance et de rester confiants dans la capacité de développement du Groupe à moyen terme ».

Nouvelle amélioration des indicateurs de valeur

Au cours du premier semestre de l'exercice 2013-2014, le Groupe a bénéficié des effets de sa stratégie de valeur et notamment des performances de la marque Laurent-Perrier.

Ainsi la baisse du chiffre d'affaires a pu être limitée à 5,6% par rapport au premier semestre de l'an dernier, dans un marché toujours difficile : la bonne orientation des expéditions en dehors d'Europe se confirme mais est encore insuffisante pour compenser l'atonie de la demande en Europe et particulièrement en France.

Conformément aux objectifs stratégiques fixés, la marque Laurent-Perrier a accéléré son expansion internationale et sa montée en gamme, ce qui s'est traduit par une nouvelle amélioration des indicateurs de valeur du Groupe :

- La part de l'export dans le chiffre d'affaires de la marque se monte à 77%, soit un gain de 0,2 point par rapport à la même période de l'exercice précédent. Cette progression provient des marchés hors d'Europe dont le poids dans le chiffre d'affaires augmente de plus de 2 points à près de 26%.
- Les cuvées haut de gamme représentent près de 40% du chiffre d'affaires de la marque, soit un gain de presque un point en un an.

Ces performances ont permis, pour le cinquième semestre consécutif, d'afficher un effet prix-mix nettement positif.

Hausse de la marge opérationnelle qui atteint 19%

Cette évolution s'explique par les facteurs suivants :

- Augmentation de 3 points du taux de marge brute grâce :
 - o au progrès de l'effet prix/mix. Il ressort à + 3,9% contre + 1% au premier semestre de l'exercice précédent, illustrant la bonne tenue des hausses tarifaires passées en début d'exercice ;
 - o au retour à la moyenne décennale de la marge réalisée sur la récolte propre, du fait d'un rendement agronomique en hausse. Pour mémoire, le rendement de l'année 2012 avait souffert de conditions climatiques particulièrement défavorables.
- Réajustement des investissements en communication et développement de marque par rapport au premier semestre 2012-2013, marqué par les célébrations du Bicentenaire de la Maison. A 8,4% du chiffre d'affaires, ces investissements s'inscrivent toutefois dans le haut de la fourchette historique, reflétant la volonté du Groupe d'accompagner le développement de la marque Laurent-Perrier sur les marchés du grand export.
- Bonne maîtrise des charges administratives et commerciales.

Le résultat financier s'améliore de près de 20% grâce à la poursuite de la réduction de l'endettement et à la persistance de taux d'intérêt bas.

Le taux d'impôt se monte à 38%, en hausse de 2,3 points par rapport au premier semestre de l'exercice précédent, au cours duquel n'avaient pas encore été prises en compte la non-déductibilité totale des intérêts financiers et la taxe sur les dividendes versés.

En conséquence, le résultat net part du Groupe progresse de 18,2% et atteint 8,2 millions d'euros, soit 9,1% du chiffre d'affaires, à comparer à 6,9 millions d'euros au premier semestre de l'exercice précédent.

Baisse de l'endettement net

Au cours du premier semestre, le cash-flow net s'est amélioré de 1,6 M€ grâce à l'augmentation de la capacité d'autofinancement. Il est traditionnellement négatif à cette période de l'année, à cause de la saisonnalité de l'activité. Le cash-flow généré sur les douze derniers mois a permis d'alléger l'endettement net de 7,3 M€ par rapport au 30 septembre 2012.

A 103%, en retrait de 11 points par rapport à la même période de l'exercice précédent, le ratio de l'endettement net sur les fonds propres se renforce.

Par ailleurs, la vendange ayant été tardive cette année, les achats de raisins liés à des contrats d'approvisionnement n'ont pas été comptabilisés à fin septembre, contrairement aux années précédentes. Ceci explique la diminution des stocks et du poste fournisseurs par rapport au 30 septembre 2012. Cependant, le ratio des stocks sur l'endettement net reste particulièrement solide : il est de 147%, voire 173% si l'on ajoute aux stocks la valeur des achats de raisins de la vendange 2013, soit un niveau équivalent à celui du premier semestre de l'an dernier.

Perspectives 2013-2014

Les performances du premier semestre ne sont pas extrapolables au second, notamment l'effet positif de la marge sur récolte propre.

Sur l'ensemble de l'exercice, le taux d'imposition pourrait être légèrement supérieur à celui de l'an dernier du fait de la taxation des dividendes.

La maîtrise du besoin en fonds de roulement devrait permettre de dégager, une nouvelle fois, un cash-flow net positif.

Le Groupe s'attend à des conditions de marché toujours difficiles en Europe, mais il est confiant dans sa capacité à bénéficier d'une demande toujours bien orientée dans le reste du monde. Dans cette perspective, il continuera à investir dans le renforcement de sa présence dans les zones géographiques au plus fort potentiel de développement et dans le rayonnement de l'image comme de la notoriété de la marque Laurent-Perrier.

Laurent-Perrier est l'un des rares groupes de maisons de champagne cotés en Bourse, qui soient dédiés exclusivement au champagne et focalisés sur le haut de gamme. Il dispose d'un large portefeuille de produits renommés pour leur qualité, autour des marques 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 NYSE Euronext Paris.

Il entre dans la composition des indices CAC Mid & Small, CAC Mid 60, et CAC All-Tradable

Etienne AURIAU
Directeur Administratif et Financier
☎ 03.26.58.91.22

Cyrille BENOIST
Directeur de la Communication
☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com

Calendrier financier prévisionnel

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2013-2014 : Mercredi 12 février 2014

Résultats de l'exercice 2013-2014 : Mardi 27 mai 2014

Annexe

Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires

	S1 2012/2013 1 ^{er} avril - 30 septembre	S1 2013/2014 1 ^{er} avril - 30 septembre
Chiffre d'affaires (M€)	95,5	90,1
Variation / N-1	+ 3,9%	- 5,6%
Dont		
Effet Volume	+ 0,8%	- 8,3%
Effet Prix / Mix	+ 1,0%	+ 3,9%
Effet de Change	+ 2,1%	- 1,2%