



Tours-sur-Marne, le 28 mai 2013

LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Les résultats 2012-2013 de Laurent-Perrier reflètent la bonne résistance du Groupe dans un marché en recul

- Ventes toujours soutenues par les fortes positions internationales de la marque Laurent-Perrier
- Redressement sensible du résultat net au second semestre : + 9,2%
- Cash-flow net positif pour la troisième année consécutive

Principales données financières auditées

En millions d'euros au 31 mars	2011-2012	2012-2013					
		S1	Var/N-1	S2	Var/ N-1	Total	Var N-1
Chiffre d'affaires	218,8	95,5	+ 3,9%	127,4	+ 0,5%	222,9	+ 1,9%
Résultat opérationnel	44,6	15,5	- 22,1%	24,5	- 1,1 %	40,0	- 10,4%
Marge opérationnelle %	20,4%	16,2%	- 5,4pt	19,2%	- 0,3pt	17,9%	- 2,5 pts
Résultat net part du Groupe	21,7	6,9	- 27,1%	13,3	+ 9,2%	20,20	- 6,9%
Bénéfice par action (en euros)	3,67	1,17	- 0,44€	2,26	+ 0,2€	3,43	- 0,24€
Cash flow net*	17,8	- 30,8	- 16,6M€	35,9	+ 3,9M€	5,1M€	- 12,7M€

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

1

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 - SIRET 335 680 096 00021 - APE 6420Z
CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER - CHAMPAGNE SALON - CHAMPAGNE DELAMOTTE - CHAMPAGNE DE CASTELLANE



Les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2013 ont été examinés par le Conseil de Surveillance, qui s'est tenu le 23 mai 2013 sous la présidence de Maurice de Kervénoaël.

Ventes toujours soutenues par les fortes positions internationales de la marque Laurent-Perrier

Dans un marché morose, le Groupe a enregistré une croissance de 1,9% de son chiffre d'affaires en actionnant les principaux leviers de sa stratégie de valeur :

- gain de parts de marché dans toutes les zones géographiques ;
- exposition internationale accrue de la marque Laurent-Perrier, qui lui a permis de bénéficier des marchés plus dynamiques en dehors d'Europe. Ainsi, la part des ventes de la marque réalisée à l'export a atteint le niveau historiquement élevé de 75,1% ;
- augmentation continue de la part des champagnes haut de gamme dans le chiffre d'affaires de la marque. Ceux-ci ont représenté 37,9% du chiffre d'affaires, soit un gain de 1,1 point de pourcentage en un an.

Ces bonnes performances de la marque Laurent-Perrier, en particulier au dernier trimestre de l'exercice, expliquent l'amélioration de l'effet prix/mix : il s'établit à + 2,0% au second semestre, à comparer à + 1% au premier semestre. Sur l'ensemble de l'exercice, il ressort à 1,6%.

Grâce à cette hausse du prix de vente moyen, le taux de marge brute, hors effet de la baisse du rendement sur la récolte propre, progresse de 0,3 point sur l'ensemble de l'exercice.

Redressement sensible du résultat net au second semestre : + 9,2%

Ainsi qu'il avait été indiqué lors de la publication des résultats du premier semestre, l'analyse de la variation du résultat opérationnel de l'exercice 2012-2013 doit tenir compte des facteurs particuliers ci-après :

- la baisse de 2,4M€ de la marge réalisée par le Groupe sur sa récolte propre du fait de la diminution du rendement agronomique de la vendange 2012.
- l'accroissement de 17% des investissements en communication et développement de marque. Ceux-ci ont été essentiellement consacrés au Bicentenaire de la Maison Laurent-Perrier.

Compte tenu de ces éléments, auxquels il convient d'ajouter une gestion rigoureuse des charges commerciales et administratives, restées stables au second semestre, le résultat opérationnel s'est inscrit au même niveau que l'an dernier au cours de la seconde partie de l'exercice ; son recul sur l'ensemble de l'année a été limité à 10,4%.

La baisse des frais financiers, conjuguée à un taux d'impôt revenu à sa moyenne historique de 35,6%, a contribué à l'amélioration de 9,2% du résultat net au cours de cette période. Sur l'ensemble de l'année, son repli a été contenu à 6,9%.



Cash-flow net positif pour la troisième année consécutive

Pour la troisième année consécutive, le cash-flow net a été positif sur l'ensemble de l'exercice, grâce à une bonne maîtrise du besoin en fonds de roulement.

Le Groupe a ainsi réduit son endettement net de plus de 4 millions d'euros. A 281 millions d'euros, celui-ci ne représente désormais plus que 95% des fonds propres.

Par ailleurs, les stocks, dont le niveau est lié à la longue durée de vieillissement des cuvées Laurent-Perrier, gage de qualité, restent bien supérieurs à l'endettement net, puisqu'ils représentent 1,65 fois le montant de celui-ci, à comparer à 1,6 fois l'an dernier.

Perspectives

Au cours des prochains mois, le Groupe devrait continuer de bénéficier d'une demande bien orientée en dehors d'Europe, alors que les marchés européens devraient rester difficiles.

Le Groupe dispose d'une situation financière saine qui lui donne les moyens de continuer à renforcer son image de marque et poursuivre ses investissements afin d'améliorer encore son efficacité opérationnelle.

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 d'Euronext Paris, devenu Enter Next.

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

Assemblée générale

Mardi 9 juillet 2013

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2013-2014 :

Jeudi 18 juillet 2013



Annexe

Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires

Groupe (M€)	S1	S2	Total
Chiffre d'affaires 2011-2012	92,0	126,8	218,8
Chiffre d'affaires 2012-2013	95,5	127,4	222,9
Variation en %	3,9%	0,5%	1,9%
Effet de Change	2,1%	0,4%	1,1%
Effet Volume	0,8%	- 1,9%	- 0,8%
Effet Prix/Mix	1,0%	2,0%	1,6%