



RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2018-2019

29 MAI 2019

# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



# SYNTHÈSE

- ✓ Des résultats en croissance
- ✓ En adéquation avec la politique de valeur mise en œuvre



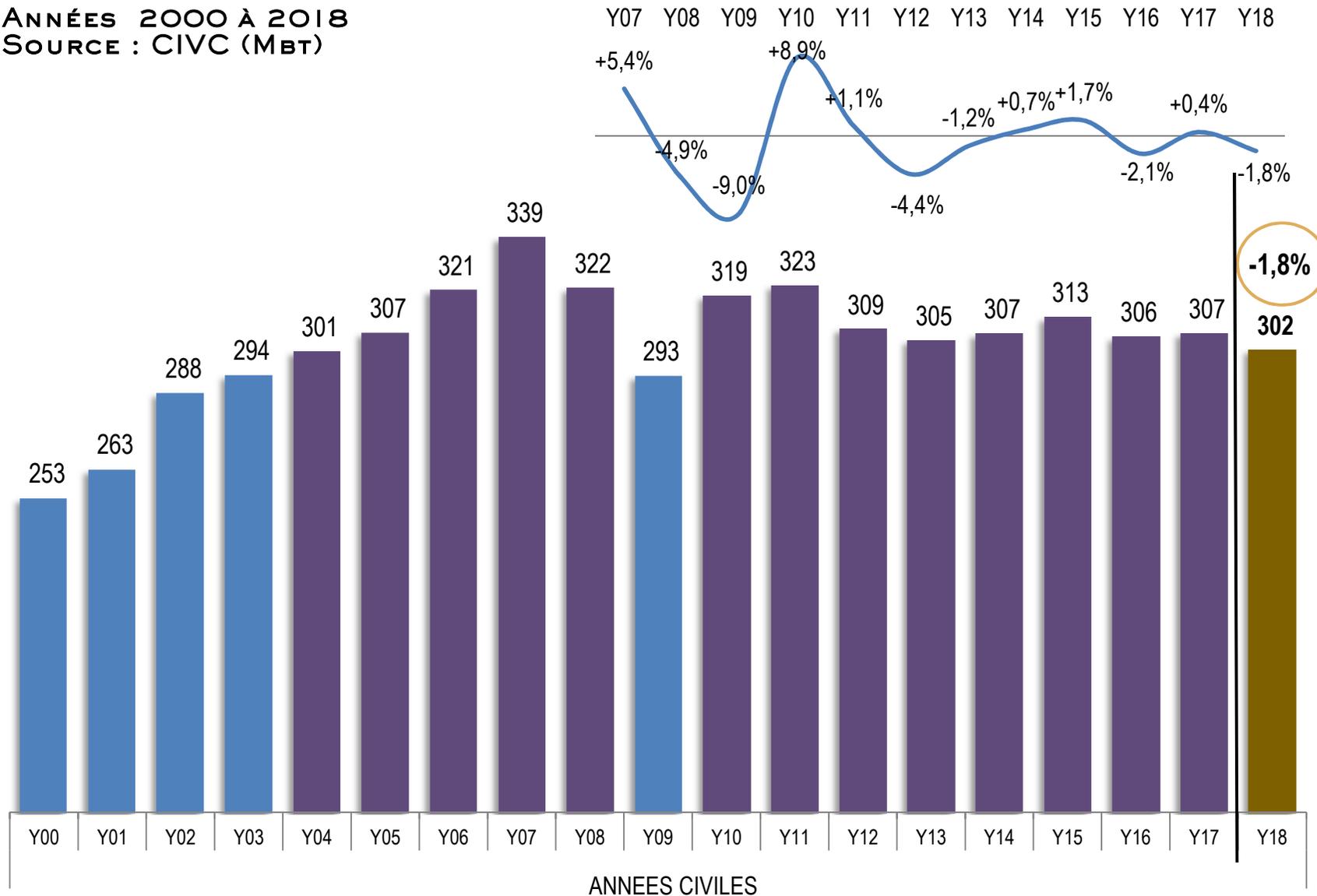
# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



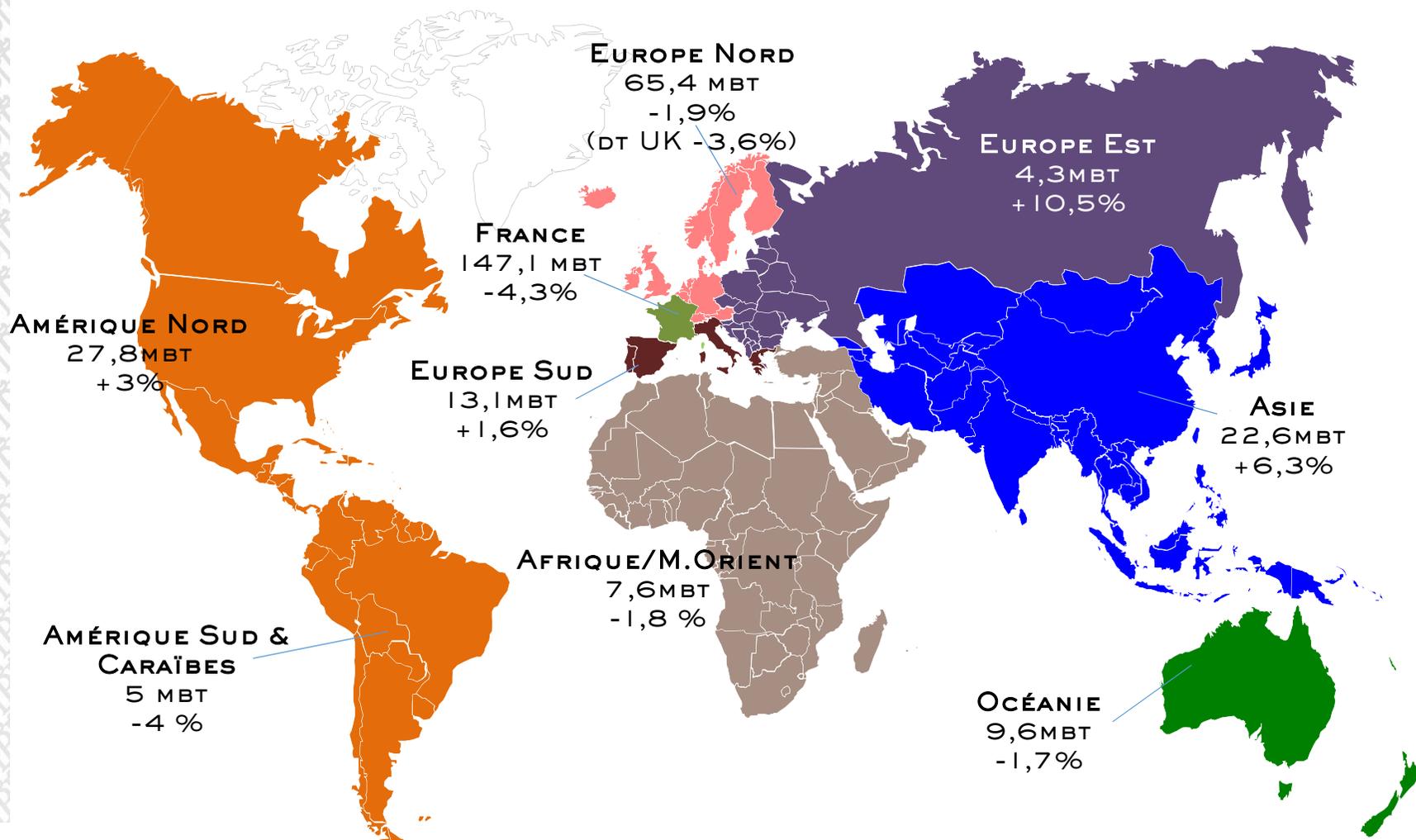
# MARCHÉ AU MIEUX ÉTAL EN VOLUME DEPUIS 2012

ANNÉES 2000 À 2018  
SOURCE : CIVC (MBT)



# EN 2018, L'EXPORT REPRÉSENTE PLUS DE 51% DES VOLUMES, SITUATION INÉDITE DEPUIS LE DÉBUT DU 20<sup>ÈME</sup> SIÈCLE

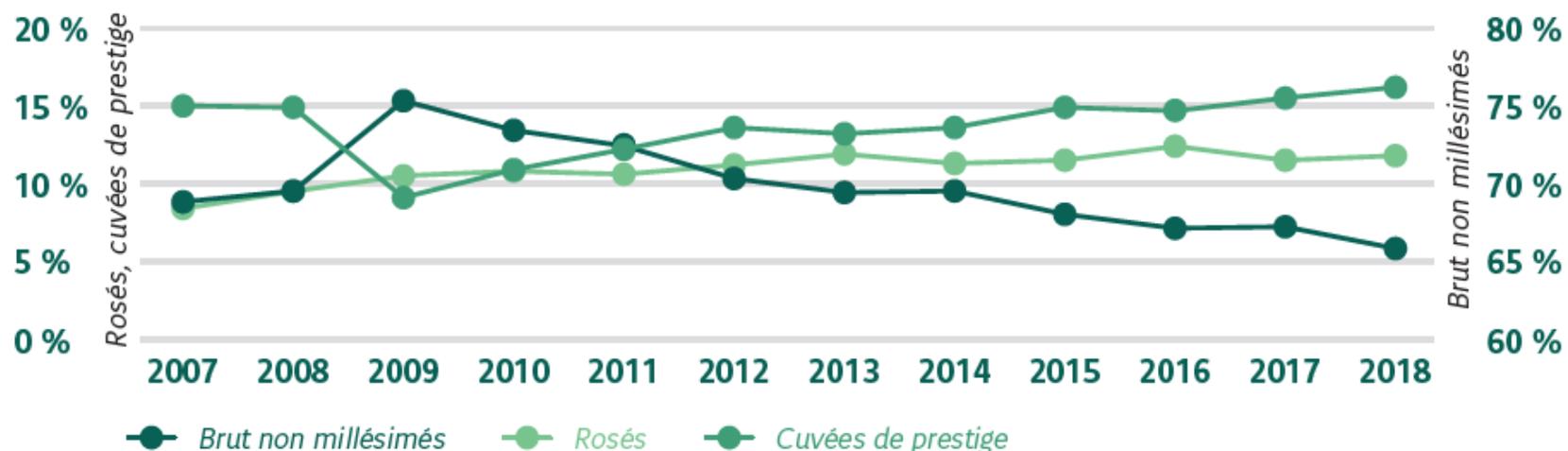
SOURCE : CIVC (MBT)



## EN VALEUR D'EXPÉDITION (HORS FRANCE), LES BRUTS NON MILLÉSIMÉS ONT PERDU 5 POINTS DE PART DE MARCHÉ EN 10 ANS

SOURCE : COMITÉ CHAMPAGNE

### EVOLUTION, DES PARTS DE MARCHÉS PAR QUALITÉS, EN VALEUR





## LE GROUPE GAGNE DES PARTS DE MARCHÉ EN VOLUME ET EN VALEUR

Situation 2018	GPE L-P (avril 2018- mars 2019)	MAISONS	MARCHE
VOLUME	-0,1%	-1,4%	-1,8%
PRIX/MIX (hors change)	+3,8%	+2,0% *	+2,1%

\* Estimation



# AGENDA

- Le marché
- Evénements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



## EVÉNEMENTS MARQUANTS DE L'EXERCICE 2018-2019

### ➤ Facteurs externes

- Marché
- UK (Brexit)
- France (social, Egalim)

### ➤ Facteurs internes

- Poursuite des changements commerciaux engagés
- Hausse des investissements média et marketing
- Marques les moins valorisées
- Agrimer/Passifs sociaux



# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- **Chiffres clés**
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



# CHIFFRES CLÉS DE L'EXERCICE 2018-2019

## GROUPE LAURENT-PERRIER / DONNÉES PUBLIÉES

(en millions d'euros)	Réel 2017-2018	Réel 2018-2019	Variations vs N-1
<b>Chiffre d'affaires (Champagne)</b>	<b>225,7</b>	<b>234,1</b>	<b>3,7%</b>
<b>Marge brute (Champagne)</b>	<b>109,0</b>	<b>116,4</b>	<b>+6,8%</b>
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	<i>48,3%</i>	<i>49,7%</i>	<i>+1,4Pts</i>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>38,9</b>	<b>41,3</b>	<b>+6,2%</b>
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	<i>17,2%</i>	<i>17,6%</i>	<i>+0,4Pts</i>
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>20,6</b>	<b>23,1</b>	<b>+12,2%</b>
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	<i>9,1%</i>	<i>9,8%</i>	<i>+0,7Pts</i>
<b>Cash flow opérationnel (*)</b>	<b>14,7</b>	<b>-2,2</b>	<b>- 16,9</b>

(\*) Trésorerie générée par l'activité – investissements nets

# CHIFFRES CLÉS DE L'EXERCICE 2018-2019

## GROUPE LAURENT-PERRIER / RETRAITEMENTS ORGANIQUES

(en millions d'euros) vs publié 2018-2019	Change	Marge s/rec	Agrimer/ Passifs sociaux/ Prov.	Total
<b>Chiffre d'affaires</b>	-0,1		-0,6	-0,7
<b>Marge brute</b>	-0,1	-0,9	-0,6	-1,6
<b>Résultat opérationnel</b>	-0,3	-0,9	-0,4	-1,6

# CHIFFRES CLÉS DE L'EXERCICE 2018-2019

## GROUPE LAURENT-PERRIER / DONNÉES ORGANIQUES

(en millions d'euros)	Réel 2017-2018	Réel 2018-2019 organique *	Variations organiques *
<b>Chiffre d'affaires (Champagne)</b>	225,7	233,4	+3,4%
<b>Marge brute (Champagne)</b>	109,0	114,8	+5,3%
<i>en % chiffre d'affaires</i>	48,3%	49,2%	+0,9Pts
<b>Résultat opérationnel</b>	38,9	39,7	+2,1%
<i>en % chiffre d'affaires</i>	17,2%	17,0%	-0,2Pts

\* Hors change, marges sur récolte, Agrimer, Passifs sociaux et provisions

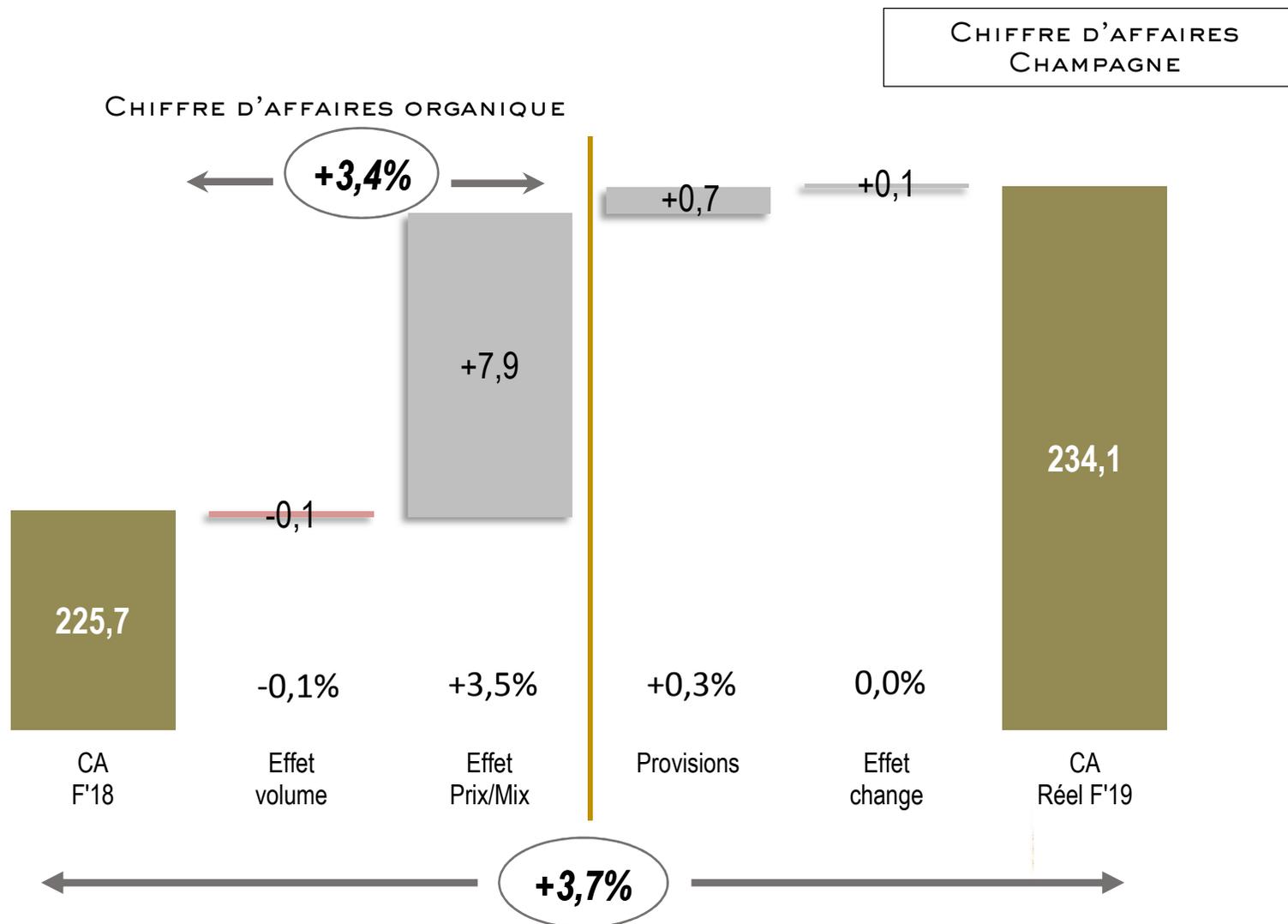
# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- **Analyses**
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives : poursuite de la politique de valeur



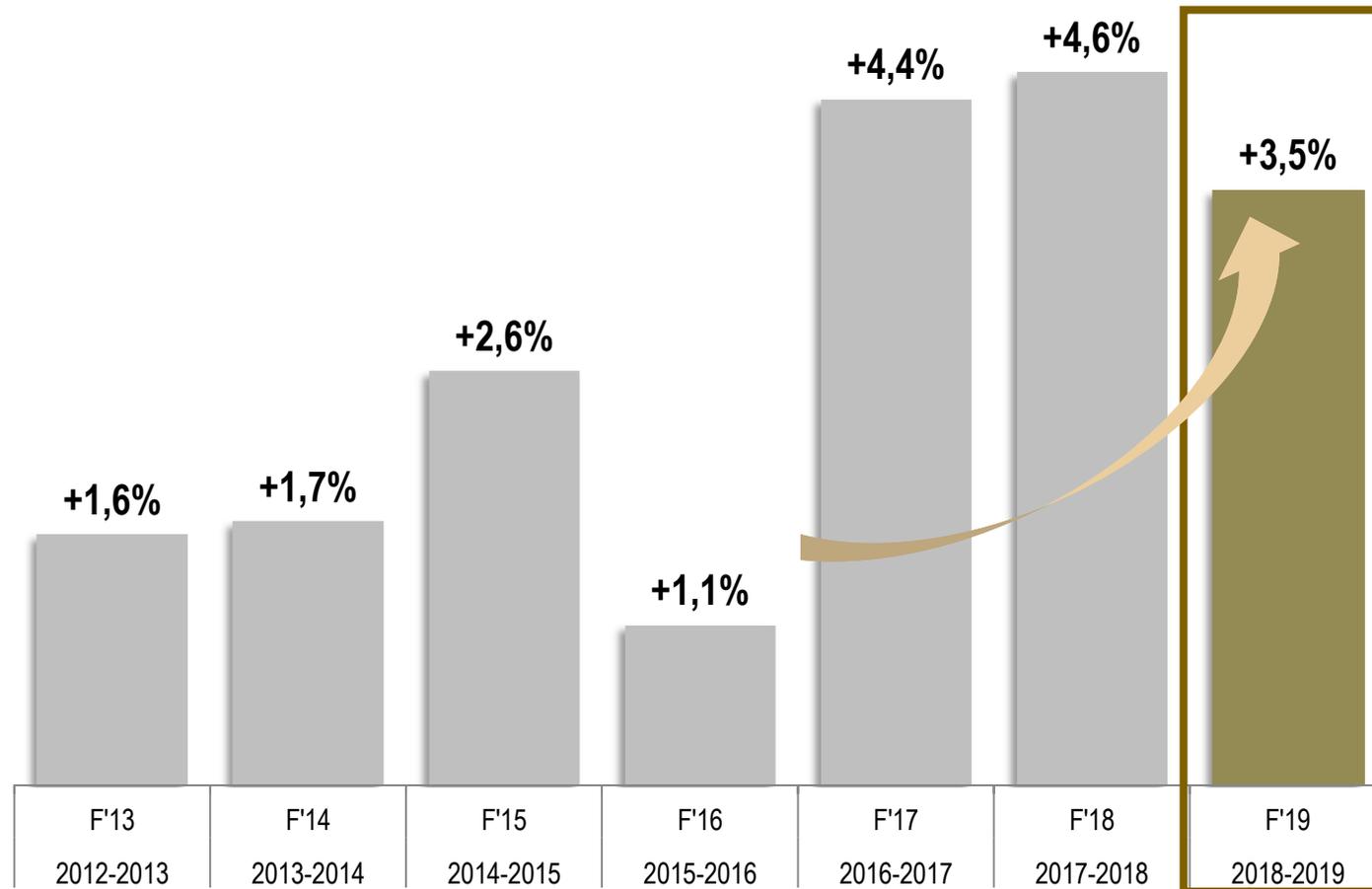
# LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES REFLÈTE LA STRATÉGIE DE VALEUR

## GROUPE LAURENT-PERRIER - VS ANNÉE PRÉCÉDENTE (M€)



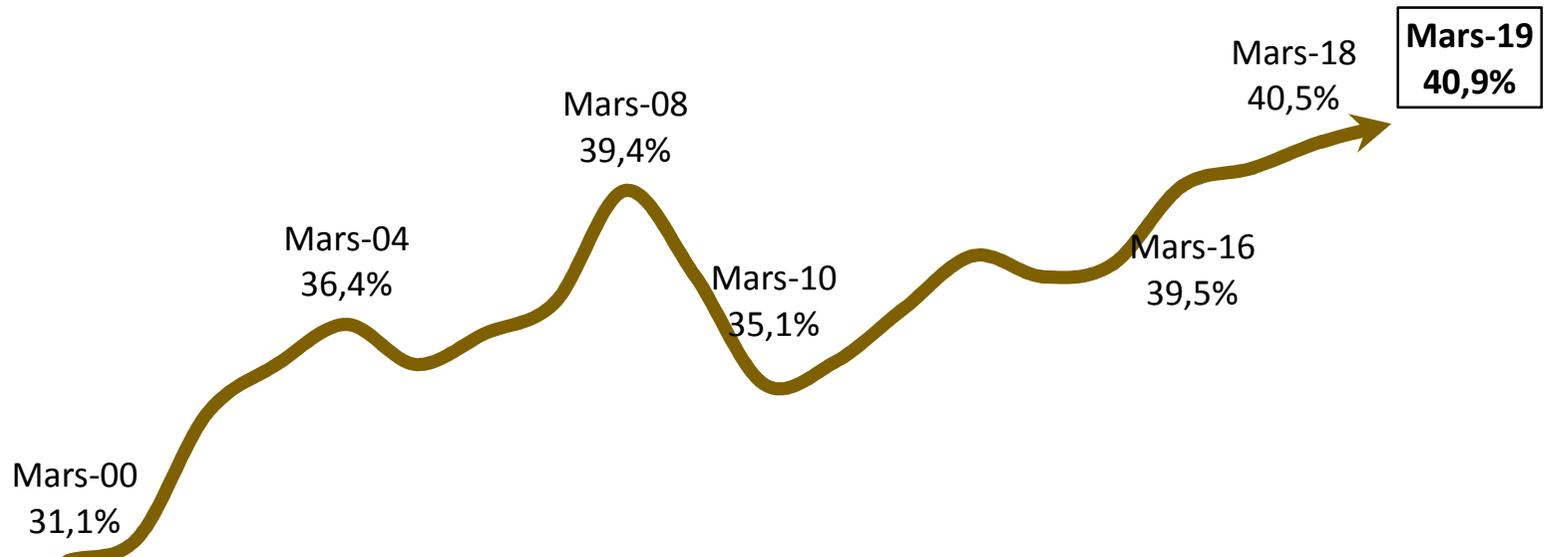
# UN EFFET PRIX/MIX TOUJOURS ÉLEVÉ

GRUPE LAURENT-PERRIER



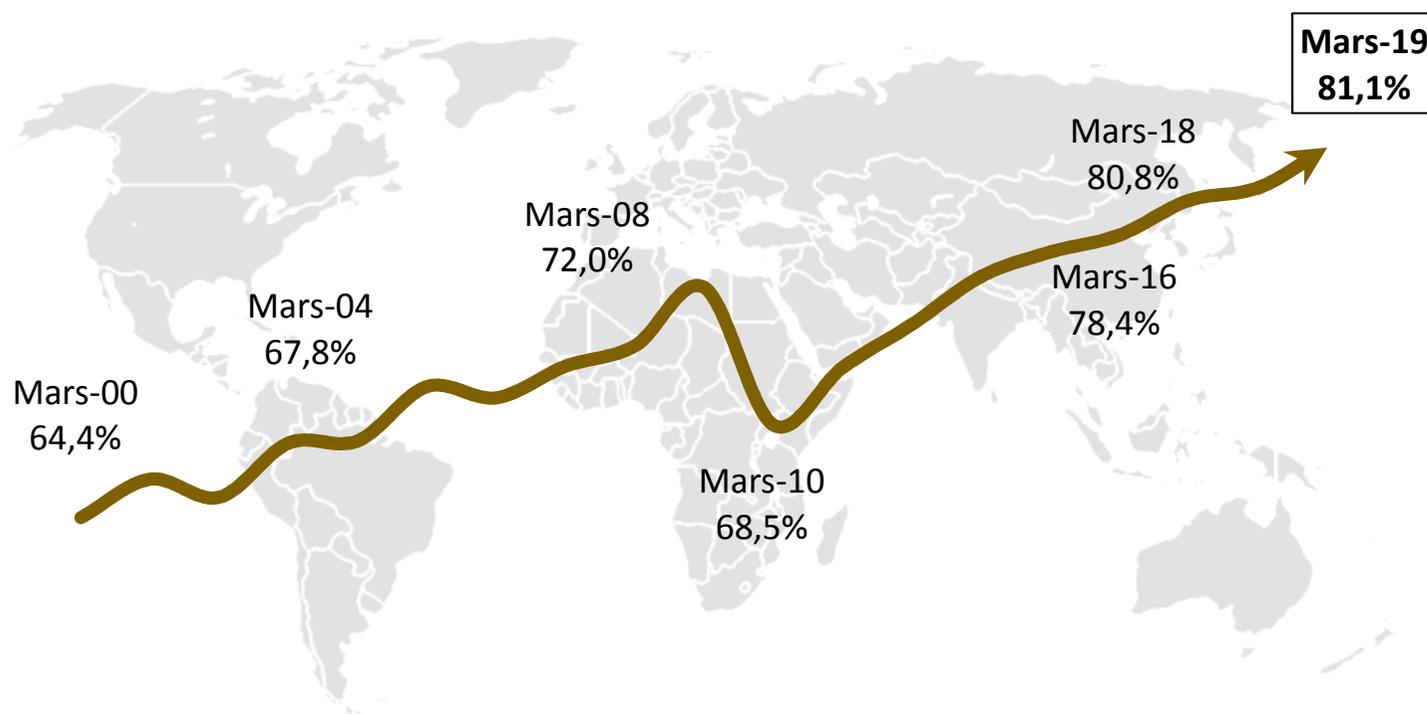
# LA PART DES CUVÉES HAUT DE GAMME DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES CONTINUE DE PROGRESSER

## PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES HDG MARQUE LAURENT-PERRIER



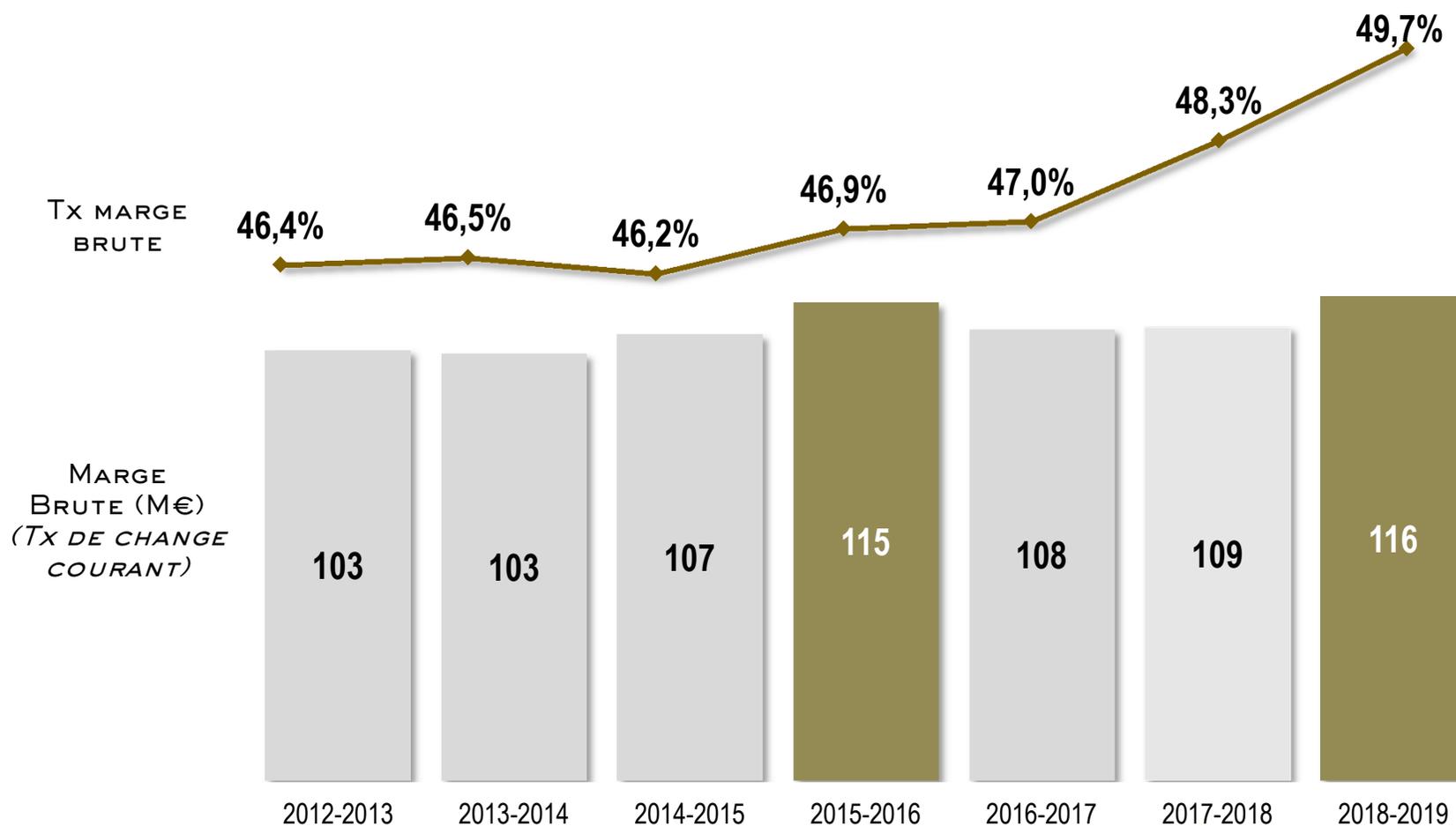
REFLÉTANT L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ, LE POIDS DE L'EXPORT  
DANS LA MARQUE LAURENT-PERRIER NE CESSE DE CROÎTRE

PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES EXPORT  
MARQUE LAURENT-PERRIER



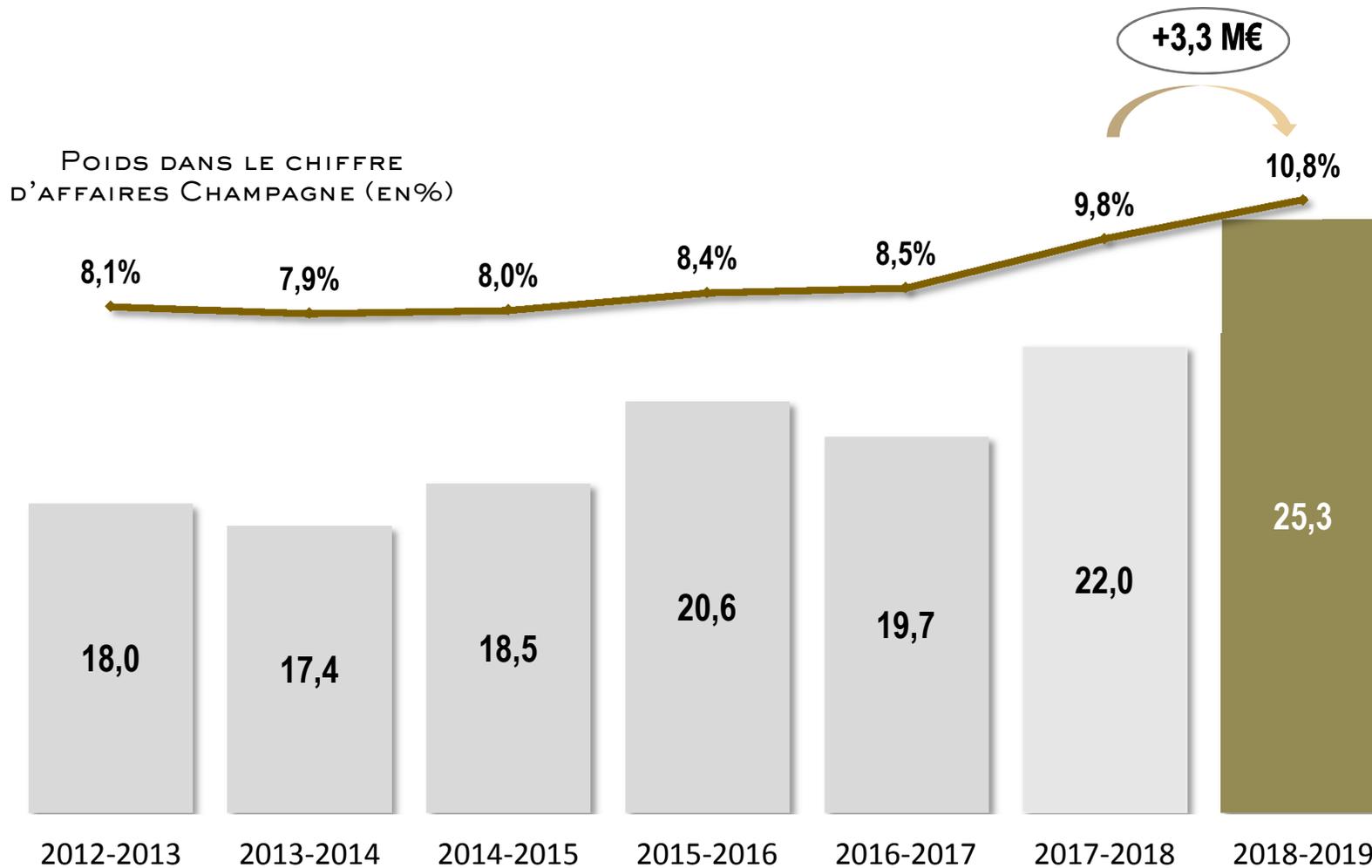
## LA MARGE BRUTE RETROUVE UN DE SES NIVEAUX LES PLUS ÉLEVÉ DEPUIS 7 ANS

GROUPE LAURENT-PERRIER - DONNÉES PUBLIÉES



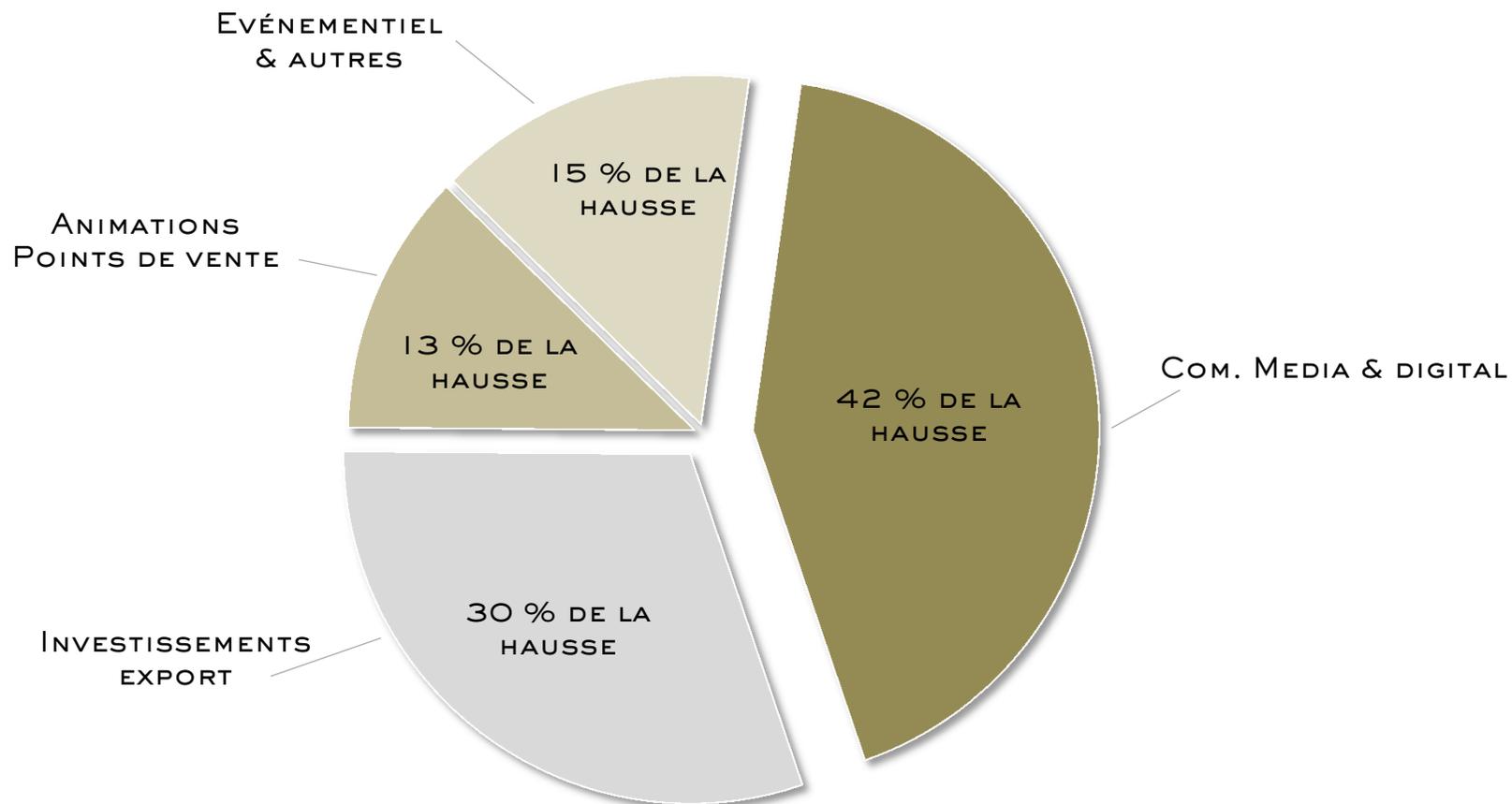
# LA CROISSANCE DE LA MARGE BRUTE PERMET DE FINANCER LES INVESTISSEMENTS EN SOUTIEN DE MARQUE

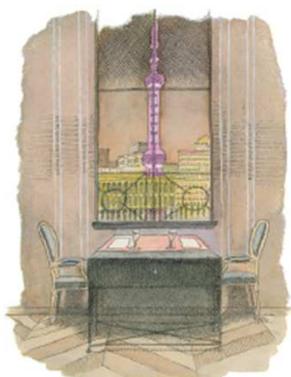
GROUPE LAURENT-PERRIER - DONNÉES PUBLIÉES



# PRINCIPALEMENT EN COMMUNICATION ET À L'EXPORT

## GROUPE LAURENT-PERRIER - DONNÉES PUBLIÉES





*Mr & Mrs Bund  
Restaurant contemporain  
Shanghai*



## Laurent-Perrier

*Cuvée Rosé, choisie par les meilleurs.*



© laurentperrierrose www.cuveerose.com Photographie: Sébastien / Shutterstock Photo: La Toi

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



*Gasthof Post  
Lech, Autriche*



MAISON FAMILIALE INDÉPENDANTE

## Laurent-Perrier

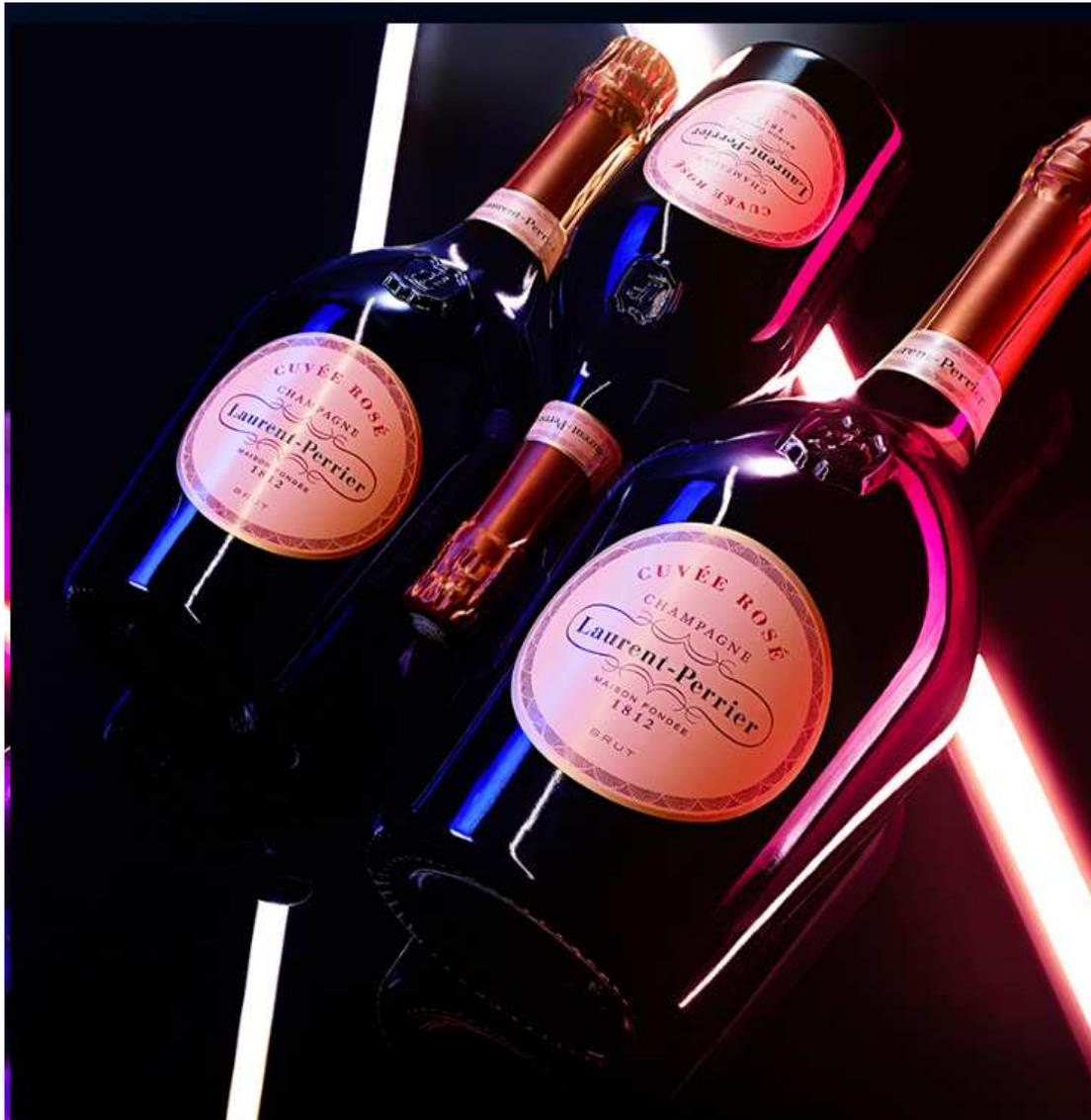
*Cuvée Rosé, choisie par les meilleurs.*



© laurentperrierrose www.cuveerose.com Photographie: Sébastien / Shutterstock Photo: La Toi

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

# #LAURENTPERRIERROSÉ



#TASTEOfPARIS



#LAURENTPERRIERROSÉ

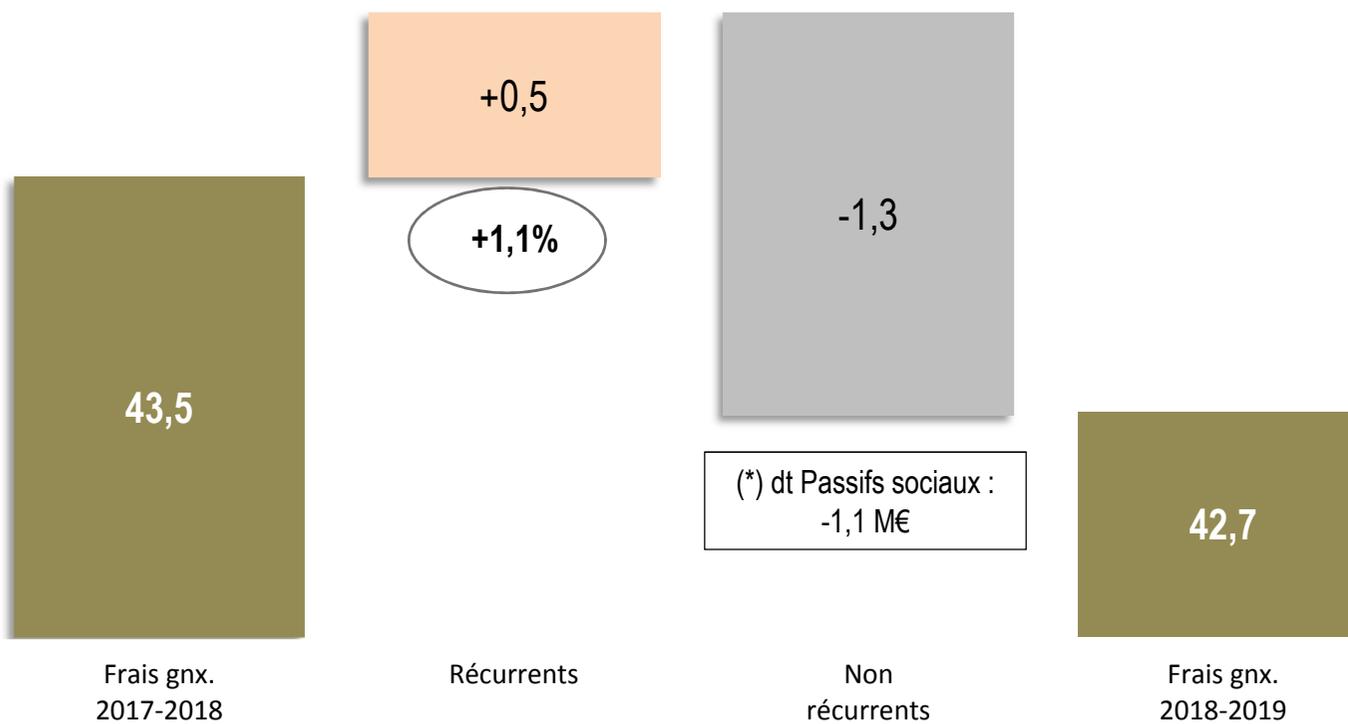


# TASTE OF PARIS



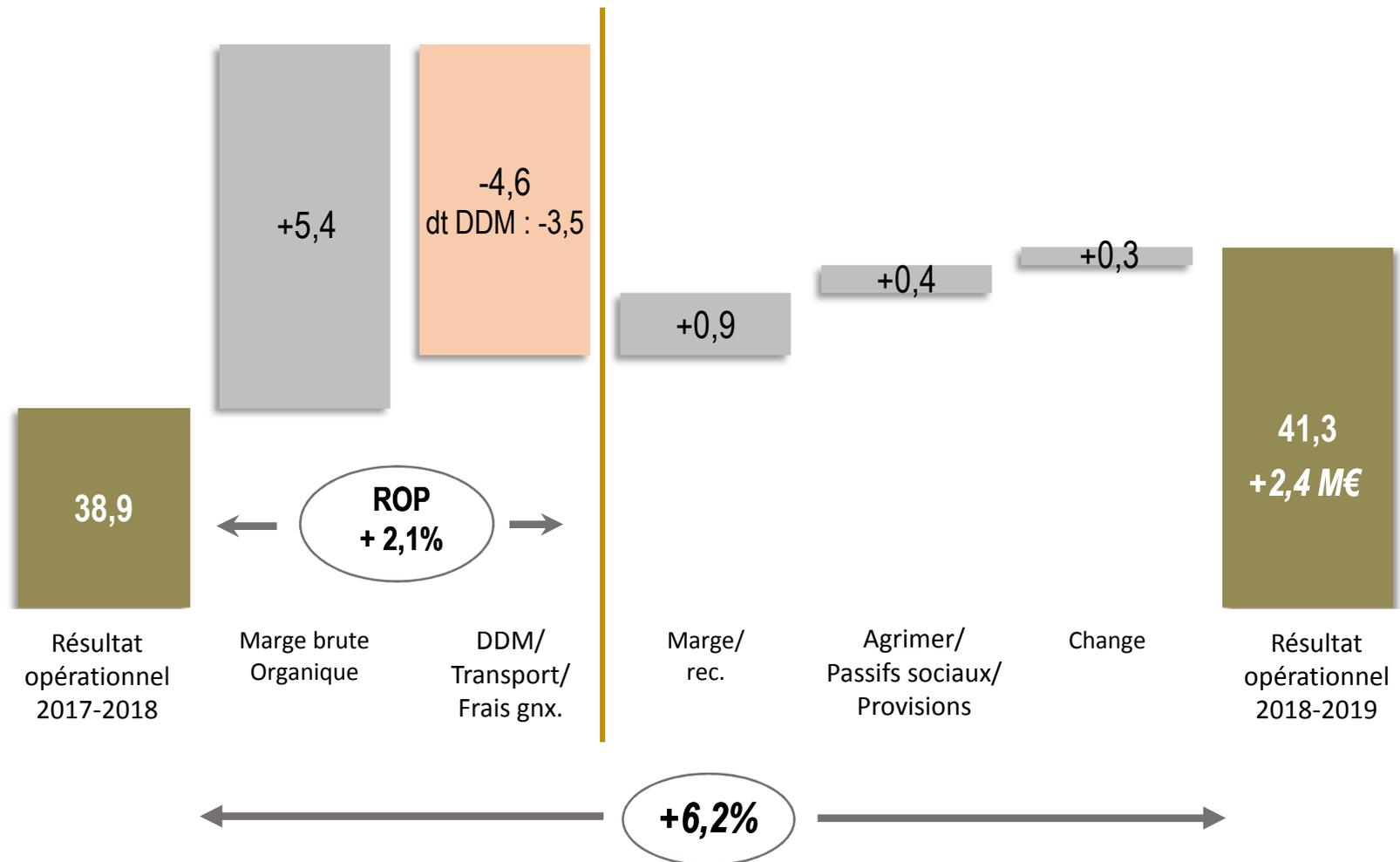
# HORS NON RÉCURRENTS, LES FRAIS GÉNÉRAUX SONT EN LÉGÈRE AUGMENTATION

GROUPE LAURENT-PERRIER - VS ANNÉE PRÉCÉDENTE (M€)

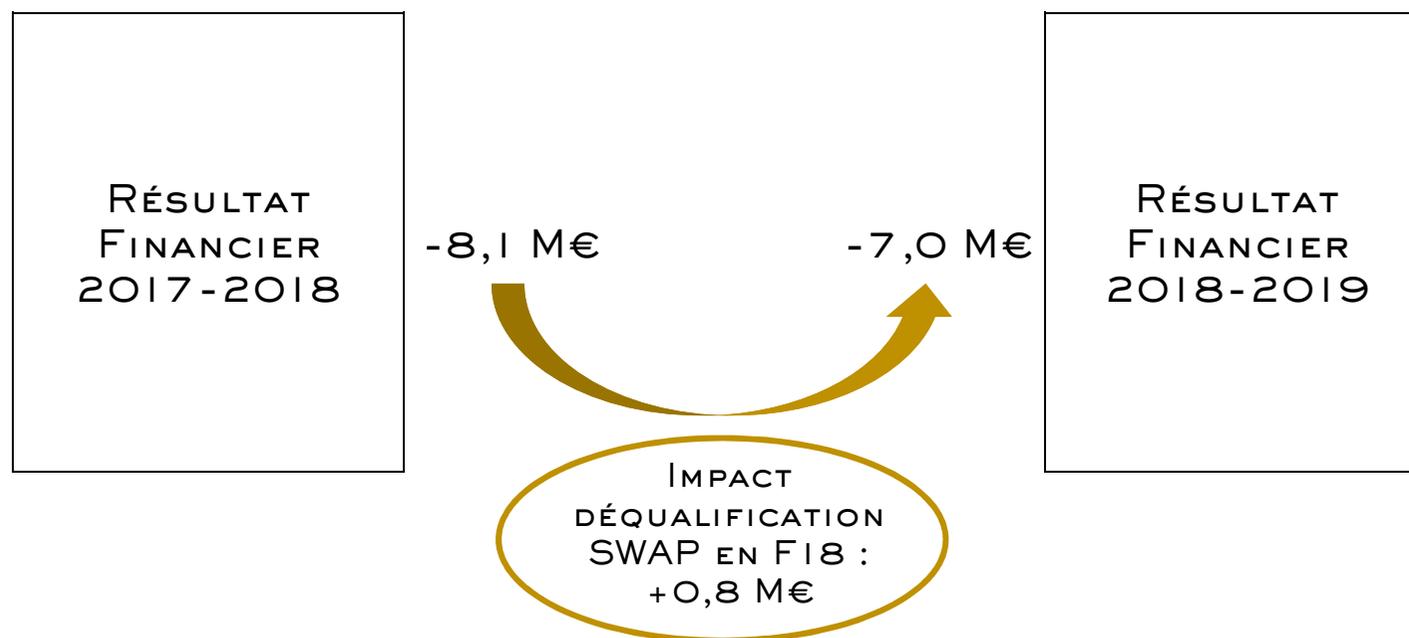


# LA CROISSANCE DU ROP ORGANIQUE REFLÈTE LES CHOIX DU GROUPE

GROUPE LAURENT-PERRIER - VS ANNÉE PRÉCÉDENTE (M€)



LE RÉSULTAT FINANCIER S'AMÉLIORE DE 1 M€ SUITE À L'IMPACT NÉGATIF DES SWAPS EN N-1



# COMPTE DE RÉSULTAT DE L'EXERCICE 2018-2019

## GROUPE LAURENT-PERRIER / DONNÉES PUBLIÉES

(en millions d'euros)	Réel 2017-2018	Réel 2018-2019 Publié	Variations vs N-1
<b>Chiffre d'affaires (Champagne)</b>	225,7	234,1	3,7%
<b>Marge brute (Champagne)</b>	109,0	116,4	+6,8%
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	48,3%	49,7%	+1,4Pts
Développement de marque & Comm.	-22,0	-25,3	+15,0%
Charges commerciales & admin.	-48,7	-48,2	-0,9%
Autres charges & Produits	0,0	-1,7	N/A
<b>Résultat opérationnel</b>	38,9	41,3	+6,2%
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	17,3%	17,6%	+0,4Pts
Résultat financier	-8,1	-7,0	-13,0%
Impôts	-10,2	-11,1	+9,2%
<b>Résultat net part du groupe</b>	20,6	23,1	+12,0%
<i>en % chiffre d'affaires (Champagne)</i>	9,1%	9,8%	+0,7Pts
<b>Cash flow opérationnel</b>	14,7	-2,2	- 16,9

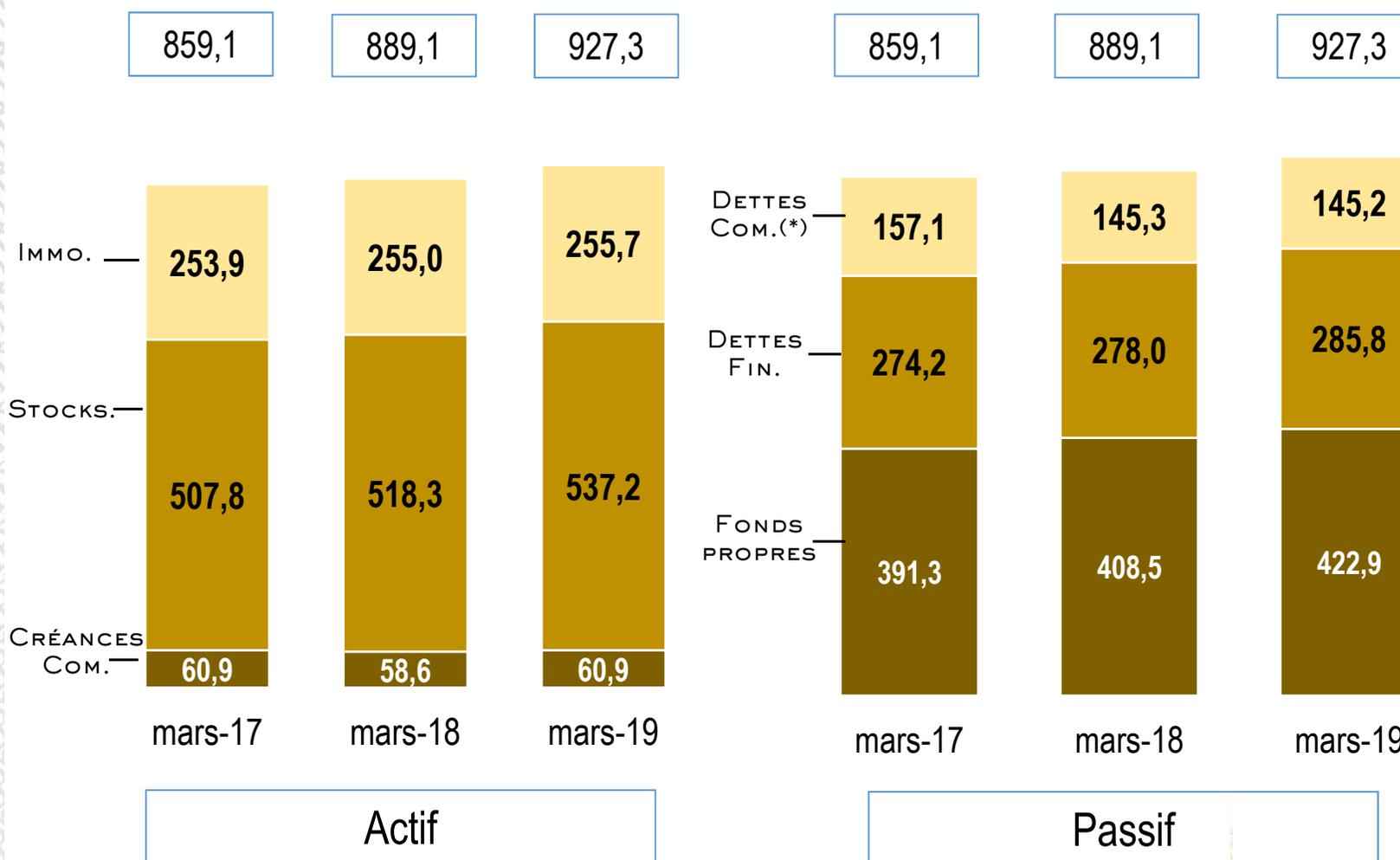
# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- **Structure financière**
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



# BILAN SIMPLIFIÉ

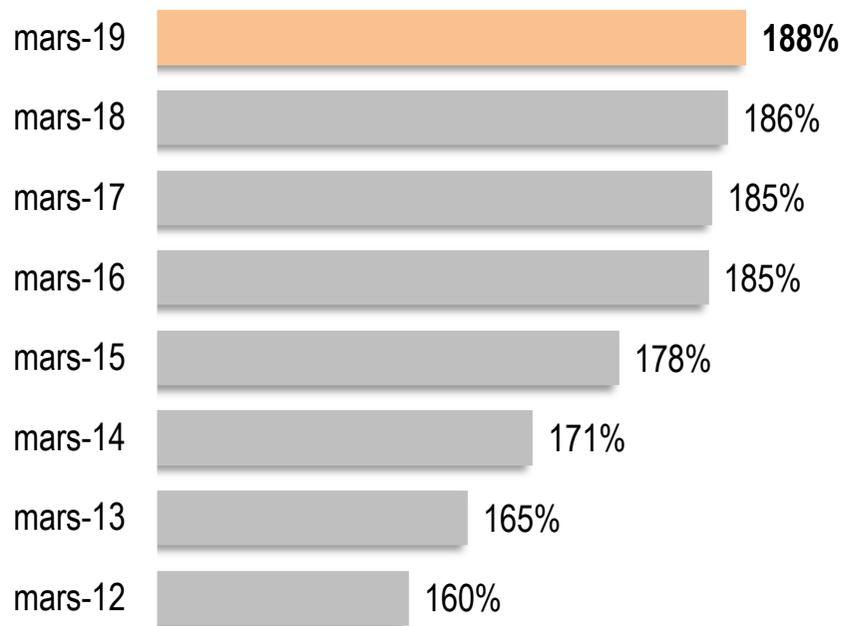
## GRUPE LAURENT-PERRIER (M€)



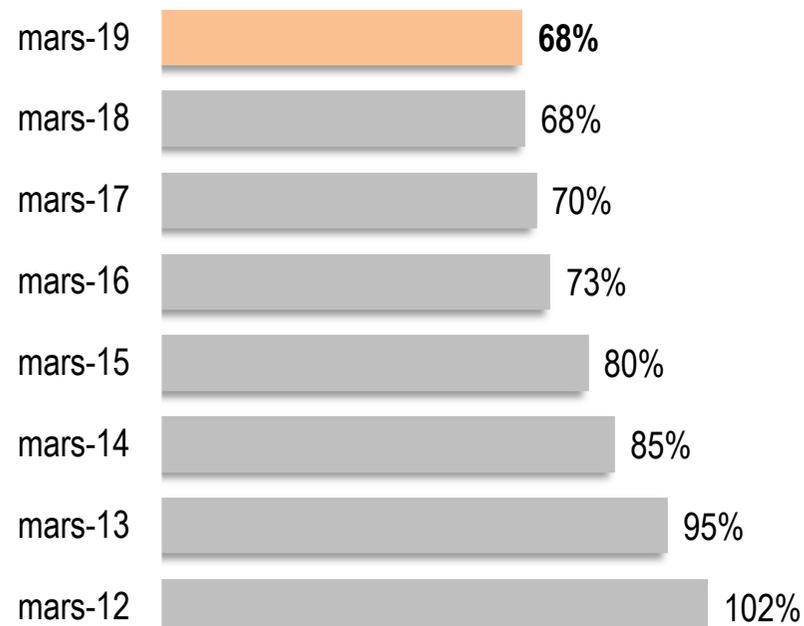
\*y compris provisions pour risques et charges et impôts différés

# À NOUVEAU, LES RATIOS FINANCIERS CONFIRMENT UNE SITUATION FINANCIÈRE SAIN

GROUPE LAURENT-PERRIER



STOCKS/ENDETTEMENT NET  
À FIN MARS EN %



ENDETTEMENT NET/FONDS PROPRES  
À FIN MARS EN %



# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives : poursuite de la politique de valeur



## ACTUALITÉS CHAMPENOISES

- Renouvellement des contrats interprofessionnels (2019-2023)
- Fin du plan pluriannuel d'investissements productifs

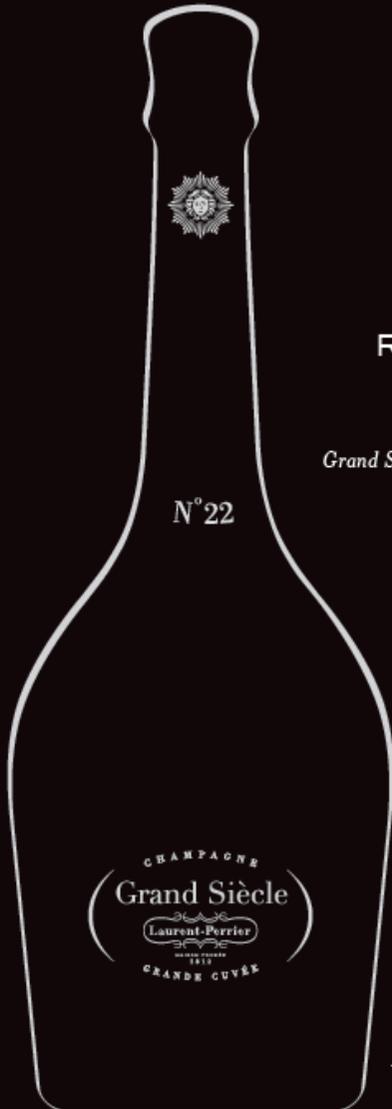


## DEPUIS LA CLÔTURE

- ✓ Lancements :
  - Les itérations Grand Siècle
  - Blanc de Blancs nature
  - Millésimé 2008







*Au-delà des Millésimes rares*

**RECRÉER L'ANNÉE PARFAITE**

*Laurent-Perrier lance la 22<sup>ème</sup> itération de  
Grand Siècle en magnum, après 15 ans de vieillissement en cave.*

N°22

CHAMPAGNE  
Grand Siècle  
Laurent-Perrier  
1812  
GRANDE CUVÉE

*Découvrez l'assemblage N°22 sur [www.grandsiecle.com](http://www.grandsiecle.com)*



# NATURE



# AGENDA

- Le marché
- Événements marquants de l'exercice
- Chiffres clés
- Analyses
- Structure financière
- Depuis la clôture
- Perspectives et conclusion



# PERSPECTIVES ET CONCLUSION

- La qualité d'exécution conditionne le succès de la politique de valeur
- Nos objectifs à long terme restent donc concentrés sur ces trois piliers :
  - ✓ Qualité et spécificité des vins
  - ✓ Qualité des organisations
  - ✓ Reconnaissance et force des marques
- Sur un marché qui appelle à la prudence







# RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2018-2019