



* "BLACK HOLE", Œuvre de Bjorn Dhalen.

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

2010

Créer demain avec hier

Après avoir démontré notre réactivité et notre solidité au plus fort des turbulences ressenties dans l'économie lors de l'exercice précédent, nous avons bénéficié de l'amélioration de la conjoncture pour continuer à affirmer notre volonté d'implanter Vranken-Pommery Monopole dans le Monde comme un acteur de référence.

Nos piliers fondateurs, qualité et créativité, nous ont permis de répondre aux attentes de nos clients particulièrement sélectifs et attentifs à la juste valeur de nos Vins et Champagnes, tout en augmentant leur fidélité à nos Marques.

La grande qualité de notre savoir-faire, le contrôle primordial de notre matière première, les investissements constants faits dans nos outils de production pour leur permettre d'être à la fois à la pointe de la technologie, mais également capables d'une grande souplesse et d'une extrême réactivité permettent la parfaite maîtrise lors de l'élaboration, mais aussi lors de toutes les étapes de production et d'expédition.

N'oublions pas un autre de nos atouts majeurs, la très grande richesse de nos Marques historiques, dont l'histoire se combine si bien avec la grande qualité de nos Cuvées.

Tout ceci nous a permis de consolider nos positions, tout en choisissant de prendre des options stratégiques cruciales pour l'avenir de nos Entreprises lors de la dernière vendange.

Notre travail quotidien axé sur le développement du maillage commercial nous a également permis d'être prêts à saisir les opportunités de croissance. Si les marchés émergents offrent un intérêt croissant pour l'installation de fondations solides afin d'être totalement opérationnels pour répondre avec qualité et efficacité à la demande de demain, nous n'oublions pas que nos grandes économies développées restent et resteront des marchés disposant d'un potentiel considérable pour nos Marques dont la présence, pour certaines, est plus que centenaire.

Lire l'avenir avec passion et ambition, accroître nos performances et renforcer toujours et encore nos parts de marché. Cet objectif, nous le portons avec nos équipes talentueuses et efficaces aux quatre coins du Monde. Notre engagement est total. Notre confiance est grande, car elle repose sur ces équipes.

Pour que nous continuions demain à cultiver le meilleur pour produire l'excellence afin de partager ensemble le rêve et l'émotion.



Paul-François VRANKEN
Président de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE

Le présent Document de Référence, incluant le Rapport Financier Annuel, a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 29 Avril 2011, conformément à l'article 212-13 de son Règlement Général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF.

Ce Document de Référence a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

Incorporation par référence

En application des dispositions de l'article 28 du Règlement Européen n° 809/2004 du 29 Avril 2004, le présent Document de Référence, incluant le Rapport Financier Annuel, incorpore par référence les informations suivantes auxquelles le lecteur est invité à se reporter :

- les rapport de gestion, comptes consolidés du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE et rapport des Commissaire aux Comptes sur les comptes consolidés pour l'exercice clos le 31 Décembre 2009 tels que présentés aux pages 53 à 98 du Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 30 Avril 2010 sous le n° D.10-0377.
- les comptes consolidés semestriels du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE et rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés semestriels arrêtés au 30 juin 2009 tels que présentés aux pages 15 à 47 de l'actualisation du Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 30 Novembre 2009 sous le numéro D 09-0376-A01.
- les rapport de gestion, comptes consolidés du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE et rapport des Commissaire aux Comptes sur les comptes consolidés pour l'exercice clos le 31 Décembre 2008 tels que présentés aux pages 53 à 98 du Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 30 Avril 2009 sous le n° D.09-0376.

Les informations incluses dans cette actualisation et ces deux Documents de Référence autres que celles citées ci-dessus sont, le cas échéant, remplacées et/ou mises à jour par les informations incluses dans le présent Document de Référence.

Le présent Document de référence contient des indications prospectives, notamment à la section 6.1 « Principales activités », à la section 12 « Informations sur les tendances » et au paragraphe « Perspectives d'avenir » du rapport de gestion figurant en annexe. Ces indications ne sont pas des données historiques et ne doivent pas être interprétées comme une garantie que les faits et données énoncés se produiront ou que les objectifs seront atteints, ceux-ci étant par nature soumis à des facteurs externes, tels que présentés dans la section 4 « Facteurs de risques ».

Sauf indication contraire, les données de marché figurant dans le présent Document de Référence sont issues des estimations internes de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE sur la base des données publiquement disponibles.

Les deux Documents de Référence ainsi que l'actualisation ci-dessus cités sont disponibles sur les sites Internet de la Société, www.vrankenpommery.fr ou de l'Autorité des Marchés Financiers, www.amf-france.org.

Sommaire

1 - Personnes responsables	6
1.1 Personne responsable des informations contenues dans le Document de Référence	6
1.2 Attestation de la personne responsable du Document de Référence	6
1.3 Contacts	6
2 - Contrôleurs légaux	7
2.1 Contrôleurs légaux des comptes de l'émetteur	7
2.2 Informations sur les contrôleurs légaux ayant démissionné, ayant été écartés ou n'ayant pas été renouvelés au cours des trois derniers exercices	7
3 - Informations financières sélectionnées	8
3.1 Informations financières historiques sélectionnées annuelles	8
3.2 Informations financières intermédiaires	8
4 - Facteurs de risques	9
4.1 Risques juridiques, réglementaires et concurrentiels	9
4.2 Risques de marché et instruments financiers	10
4.3 Risques dans la relation client	10
4.4 Risques industriels et environnementaux	10
4.5 Risques technologiques et informatiques	11
4.6 Assurances et couverture des risques	11
5 - Informations concernant la Société	13
5.1 Histoire et évolution de la Société	13
5.2 Investissements	15
6 - Aperçu des activités de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	16
6.1 Principales activités	16
6.2 Principaux marchés	21
6.3 Evénements exceptionnels ayant pu influencer les activités ou les marchés de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	24
6.4 Dépendance de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE à l'égard des brevets ou des licences, de contrats industriels, commerciaux ou financiers, ou de nouveaux procédés de fabrication	24
6.5 Position concurrentielle	24
7 - Organigramme	25
7.1 Organigramme du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	25
7.2 Liste des filiales importantes de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	25
8 - Propriétés immobilières, usines et équipements	26
8.1 Descriptif des propriétés	26
8.2 Normes environnementales	29
9 - Examen de la situation financière et du résultat	32
9.1 Examen de la situation financière des exercices 2009 et 2010	32
9.2 Examen du résultat opérationnel courant	32

Sommaire

10 - Trésorerie et capitaux	33
10.1 Capitaux courants et non courants	33
10.2 Flux de trésorerie	33
10.3 Conditions d'emprunts et structure de financement	33
10.4 Restriction à l'utilisation des capitaux	33
10.5 Source de financement attendue pour les investissements futurs	33
11 - Recherche et développement, brevets et licences	34
12 - Information sur les tendances	34
13 - Prévisions ou estimations du bénéfice	34
14 - Organes d'Administration, de Direction et de Surveillance et Direction Générale	35
14.1 Information concernant les membres des organes d'administration	35
14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de direction générale	37
15 - Rémunérations et avantages	39
15.1 Montant des rémunérations et avantages versés	39
15.2 Sommes provisionnées ou constatées par la Société ou ses filiales aux fins de versement de pension, de retraite ou d'autres avantages	39
16 - Fonctionnement des organes d'Administration, de Direction et de Surveillance	40
16.1 Date d'expiration du mandat des Administrateurs	40
16.2 Contrats de service liant les membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance à la Société ou à l'une quelconque de ses filiales	40
16.3 Comité d'Audit et Comité de Rémunération	40
16.4 Gouvernement d'entreprise	40
17 - Salariés	41
17.1 Nombre de salariés et répartition par principal type d'activité et par site	41
17.2 Participations et stocks options	43
17.3 Participation des salariés au capital	43
18 - Principaux actionnaires	44
18.1 Répartition du capital de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE au 31 décembre 2010	44
18.2 Droits de vote des principaux actionnaires	45
18.3 Contrôle de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	45
18.4 Accords dont la mise en œuvre pourrait entraîner un changement de contrôle de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	45
19 - Opérations avec des apparentés	46
19.1 Informations sur les conventions réglementées	46
19.2 Informations sur les transactions avec les sociétés liées	46

Sommaire

20 - Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	48
20.1 Comptes consolidés annuels	48
20.2 Vérification des informations financières - Comptes consolidés	75
20.3 Comptes sociaux annuels	76
20.4 Vérification des informations financières - Comptes sociaux	93
20.5 Date des dernières informations financières	94
20.6 Informations financières intermédiaires	94
20.7 Politique de distribution des dividendes	94
20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage	95
20.9 Changement significatif de la situation financière ou commerciale	95
21 - Informations complémentaires	96
21.1 Montant du capital souscrit	96
21.2 Acte constitutif et statuts	99
22 - Contrats importants	102
23 - Informations provenant des tiers, déclarations d'expert et déclaration d'intérêts	102
24 - Documents accessibles au public	103
24.1 Consultation des documents par le public	103
24.2 Politique d'information	103
25 - Informations sur les participations	103
26 - Annexes au Document de Référence	104
26.1 Rapports sur les procédures de contrôle interne	104
26.2 Rapport spécial concernant le programme de rachat d'actions propres	115
26.3 Documents relatifs à l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire Annuelle et Extraordinaire du 8 Juin 2011	143
26.4 Document d'information annuel	144
26.5 Honoraires des Commissaires aux Comptes hors taxes Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE	
26.6 Tableau des résultats sociaux et autres éléments caractéristiques de la Société au cours des cinq derniers exercices	145
26.7 Rapport financier annuel	145



1.1 Personne responsable des informations contenues dans le Document de Référence

Monsieur Paul-François VRANKEN,
Président Directeur Général

1.2 Attestation de la personne responsable du Document de Référence

« J'atteste, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent Document de Référence sont, à ma connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport de gestion (figurant au chapitre 26.3.2) présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

La Société a obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes donnés dans le présent Document de Référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du Document de Référence.

Les informations financières historiques présentées dans le Document de Référence ont fait l'objet de rapports des contrôleurs légaux.

Les comptes annuels consolidés arrêtés au 31 décembre 2010 ont fait l'objet de rapports des contrôleurs légaux, figurant au chapitre 20.2 du présent Document de Référence, qui contiennent des observations ».

Reims, le 28 avril 2011

Paul-François VRANKEN
Président Directeur Général

1.3 Contacts

Paul-François VRANKEN

Tél : 03-26-61-62-79

Fax : 03-26-61-63-88

E-mail : pfvranken@vrankenpommery.fr

Paul BAMBERGER

Tél : 03-26-61-62-34

Fax : 03-26-61-63-88

E-mail : pbamberger@vrankenpommery.fr

2.1 Contrôleurs légaux
des comptes de l'émetteur**2.1.1** Commissaires aux Comptes titulaires**MAZARS**

36, Boulevard de la Paix - B.P. 1216 - 51058 REIMS CEDEX

Date de nomination :

31 Mai 1995

Date du dernier renouvellement :

11 Juin 2007

Date d'expiration du mandat :

Assemblée Générale Ordinaire 2013 devant approuver les comptes de l'exercice à clore le 31 Décembre 2012

AUDIT & STRATEGY REVISION CERTIFICATION

15, Rue de la Bonne Rencontre - QUINCY-VOISINS 77334 MEAUX CEDEX

Date de nomination :

15 Juin 2001

Date du dernier renouvellement :

11 Juin 2007

Date d'expiration du mandat :

Assemblée Générale Ordinaire 2013 devant approuver les comptes de l'exercice à clore le 31 Décembre 2012

Il est cependant rappelé que :

Monsieur Patrice DUVERNOY, aujourd'hui Co-Gérant de la S.A.R.L. AUDIT & STRATEGY REVISION CERTIFICATION avait été quant à lui :

- nommé ensuite en qualité de Commissaire aux Comptes suppléant le 25 Avril 1991 ;
- nommé ensuite en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire le 25 septembre 1991 ;
- régulièrement renouvelé jusqu'à l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire Annuelle et Extraordinaire du 15 Juin 2001, date à laquelle la Société DUVERNOY, CHAUVEAU & ASSOCIES (désormais dénommée AUDIT & STRATEGY REVISION CERTIFICATION) a été nommée en lieu et place de Monsieur Patrice DUVERNOY.

2.1.2 Commissaires aux Comptes suppléants**Monsieur Christian AMELOOT**

36, Boulevard de la Paix - B.P. 1216 - 51058 REIMS CEDEX

Date de nomination :

11 Juin 2007, en remplacement de Monsieur Patrick RENEY

Date d'expiration du mandat :

Assemblée Générale Ordinaire 2013 devant approuver les comptes de l'exercice à clore le 31 Décembre 2012

RSM-RSA

40, avenue Hoche - 75008 PARIS

Date de nomination :

11 Juin 2007, en remplacement de la société K.P.M.G S.A

Date d'expiration du mandat :

Assemblée Générale Ordinaire 2013 devant approuver les comptes de l'exercice à clore le 31 Décembre 2012

2.2 Informations sur les contrôleurs légaux
ayant démissionné, ayant été écartés
ou n'ayant pas été renouvelés au cours
des trois derniers exercices**Monsieur Patrick RENEY**

36, Boulevard de la Paix - B.P. 1216 - 51058 REIMS CEDEX

Date de nomination :

15 Juin 2001

Date d'expiration du mandat :

Remplacé lors de l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et extraordinaire du 11 Juin 2007 par Monsieur Christian AMELOOT

K.P.M.G S.A.

2 bis, rue de Villiers - 92300 LEVALLOIS PERRET

Date de nomination :

25 Septembre 1991

Dernier renouvellement :

15 Juin 2001

Date d'expiration du mandat :

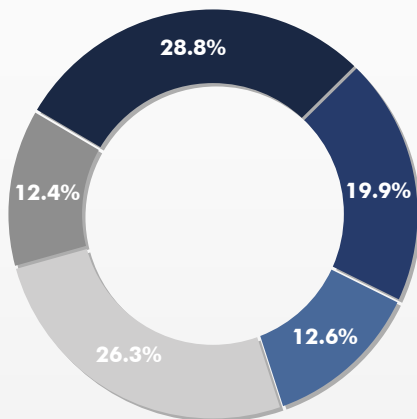
Remplacé lors de l'Assemblée Générale Mixte Ordinaire et extraordinaire du 11 Juin 2007 par RSM-RSA

3.1 Informations financières historiques sélectionnées annuelles

En M€	2010	2009 retraité (*)	2009 publié
- Chiffre d'affaires consolidé	364,4	269,8	269,8
- Chiffre d'affaires hors transactions inter champagne	342,1	269,8	269,8
- Résultat opérationnel courant % CA hors transactions inter champagne	38,4 11,2 %	29,4 10,9 %	30,9
- Résultat opérationnel % CA hors transactions inter champagne	38,0 11,1 %	70,4 NS	42,3
- Résultats financiers	- 17,2	- 20,6	- 20,6
- Résultat avant impôts	20,8	49,7	21,7
- Impôts sur les résultats	- 6,1	- 3,0	- 3,4
- Résultat net part du Groupe % CA hors transactions inter champagne	14,7 4,3 %	46,8 NS	18,2

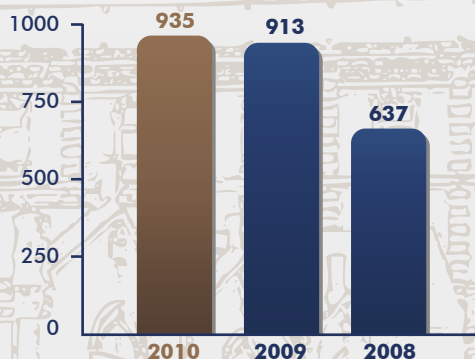
(*) Retraitement à la hausse de l'écart d'acquisition constaté sur le rachat des Domaines Listel suite à l'évaluation du Patrimoine du Groupe par des experts indépendants.

Répartition du Chiffre d'Affaires Champagne 2010



- Pommery (dont Cuvée Louise et Pop)
- Vranken (dont Demoiselle et Diamant)
- Champagne Charles Lafitte
- Marques Nationales
- Heidsieck & Co Monopole

Effectifs moyens totaux



En M€ Actif	31/12/10	31/12/09 retraité
Actifs non courants	406,1	372,5
Stocks et encours	538,5	556,2
Clients	125,0	119,6
Autres actifs courants et trésorerie	63,3	61,9
Total actifs courants	726,8	737,7
TOTAL	1 132,9	1 110,2

En M€ Passif	31/12/10	31/12/09 retraité
Capitaux propres	311,1	278,7
Passifs non courants	489,8	198,1
Passifs courants	332,0	633,4
TOTAL	1 132,9	1 110,2

Gearing (Dettes/Fonds Propres) : 1,77 en 2010 contre 2,27 en 2009

3.2 Informations financières intermédiaires

Néant.

Le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est, dans le cadre de l'exercice de ses activités, confronté à différents risques et notamment, les risques de marché, les risques dans la relation client, les risques juridiques, les risques industriels et environnementaux, les risques liés à l'approvisionnement ainsi que les risques informatiques.

Le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE entend s'en prémunir de la manière la plus efficace qui soit afin de préserver l'exercice de ses activités et de ses actifs.

Le Groupe a ainsi pu engager une véritable démarche d'identification des risques pouvant aboutir à la survenance de sinistres de plus ou moins grande importance, à les répertorier et à les hiérarchiser.

La Société a procédé à une revue des risques qui pourraient avoir un effet défavorable significatif sur son activité, sa situation financière ou ses résultats (ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs) et considère qu'il n'y a pas d'autres risques significatifs hormis ceux présentés ci-après, regroupés en grandes catégories.

Tous ces dispositifs de gestion des risques font l'objet d'une adaptation et d'un renforcement permanent.

De surcroît, la décision de mise en place d'un Comité d'Audit contribuera à conforter l'ensemble du dispositif (Concernant le Comité d'Audit, se référer à la section 26.1.1, paragraphe II 2)

4.1 Risques juridiques, réglementaires et concurrentiels

Le Groupe, non seulement en regard de ses activités de production mais aussi de ses activités de distribution des boissons alcooliques, évolue dans un cadre législatif et réglementaire strict, localement mais aussi au plan national, européen et international et se doit de respecter ou de faire respecter les dispositions qui lui sont applicables afin de pouvoir en justifier tout particulièrement auprès des administrations de contrôle compétentes, à défaut de quoi la circulation des produits voire leur commercialisation peuvent être perturbées, et ce, tant en France qu'à l'étranger.

4.1.1 Risques juridiques, réglementaires et concurrentiels en regard de l'activité de production

Les activités de production du Groupe font l'objet de nombreux contrôles, notamment de la part :

- de la Direction des Douanes et des Droits Indirects, (contrôle permanent des volumes tant à l'entrée qu'à la sortie des vins de nos sites, et des stocks de capsules représentatives de droits),
- de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, (contrôle régulier de la qualité, de la composition des produits et du volume contenu dans les bouteilles),
- de FRANCE AGRIMER établissement public administratif gérant l'organisation économique de la production viticole,
- du Ministère de l'Agriculture, administration de tutelle du Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne (C.I.V.C.),
- de l'Institut National des Appellations d'Origine (I.N.A.O.), (fixe, en concertation avec la profession, toutes les normes de production).

Des contrôles sont effectués à chaque niveau de la production, notamment quant à :

- l'application de la réglementation relative à l'élaboration des produits,

- l'application des dispositions spécifiques relatives aux habillages figurant sur les bouteilles (taille, couleurs, mentions portées sur les étiquettes, collerettes, contre étiquettes, cartons et/ou plus généralement tout autre mode de conditionnement). A cet effet, le Groupe élabore des habillages spécifiques (ajoute/supprime certaines mentions sur lesdits habillages) afin de permettre l'acheminement de la marchandise dans le pays considéré.

Au surplus, il est à noter qu'il existe en Champagne une pratique dite « des ventes inter Champagne » ; ces ventes interviennent en général entre négociants et consistent en la cession de produits en cours d'élaboration (vins « clairs » issus du pressurage des raisins puis de la transformation en vins, ou vins « sur lattes », en bouteille après la prise de mousse) lesquels produits nécessitent par conséquent la poursuite par le cessionnaire du processus de vinification pour obtenir le produit fini destiné à la commercialisation. Il est de la responsabilité de l'acheteur de s'assurer que les bouteilles ainsi achetées sont conformes à l'AOC.

4.1.2 Risques juridiques, réglementaires et concurrentiels en regard de l'activité de distribution

Outre les prescriptions relatives à la production, la distribution des produits relevant de la catégorie des boissons alcooliques est elle-même l'objet de nombreuses dispositions législatives et réglementaires qui s'imposent à la société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, qui commercialise l'ensemble des produits élaborés par le Groupe et/ou distribués par lui comme à l'ensemble de ses filiales.

C'est ainsi que la distribution des produits est encadrée, en France, par les dispositions :

- de la loi EVIN qui restreint tout particulièrement le domaine de la communication et de la promotion des produits relevant de la catégorie des boissons alcooliques ;
- de la loi Dutreil, régissant les relations fournisseurs/distributeurs ;
- de la loi Châtel, pour le développement de la concurrence au service des consommateurs ;
- de la loi de modernisation de l'économie, dite « loi LME » pour l'amélioration du pouvoir d'achat par le renforcement de la concurrence dans les relations commerciales ;
- du Code de la Santé Publique.

Par ailleurs, le Groupe se doit de garantir l'image de ses produits et de veiller à l'absence d'utilisation de la représentation de ses marques par un tiers de sorte que la protection de ses Marques fasse toujours l'objet d'une attention et d'une rigueur particulières.

Ainsi, une surveillance quotidienne de l'ensemble du portefeuille de marques du Groupe est assurée par le cabinet juridique de conseil en propriété industrielle du Groupe, lequel procède aux dépôts et renouvellements de dépôts de Marques et intervient sur demande du Groupe auprès de tout tiers qui porterait ou pourrait porter atteinte aux Marques du Groupe.

04

4.1/4.2
4.3/4.4

Facteurs de risque

4.1.3 Risques liés à l'environnement économique

Le Groupe réalise son chiffre d'affaires principalement dans les pays européens ou dans des pays économiquement et politiquement stables. Son activité n'est donc pas directement dépendante de la conjoncture internationale sur un plan structurel même si son activité commerciale demeure influencée par des phénomènes conjoncturels, en particulier par les tendances de consommations des ménages. Néanmoins, le Groupe veille à promouvoir en priorité ses marques leaders et à assurer une constance dans la qualité de ses produits afin de fidéliser au mieux tant sa clientèle de distributeurs que sa clientèle de consommateurs finaux.

Les récents événements survenus au Japon, dont l'ampleur n'est pas encore mesurée à ce jour, ne devraient pas avoir, à date, de répercussions significatives sur l'activité commerciale du Groupe qui réalise au Japon moins de 1% du Chiffre d'Affaires total.

4.1.4 Dépendance à l'égard des clients ou fournisseurs

Le Groupe tente également de maîtriser directement la distribution et la commercialisation proprement dites de ses produits, lesquelles sont principalement assurées directement par la Société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, commissionnaire à la vente de ses filiales de production françaises ou étrangères, ou ses filiales de commercialisation implantées dans les principaux pays d'Europe ainsi qu'au Japon, aux Etats-Unis et en Australie.

Concernant l'approvisionnement en général (hors raisins), celui-ci est suffisamment diversifié pour en garantir la pérennité. Les approvisionnements en matières sèches, comme les bouteilles, bouchons, muselets, étiquettes ou autres, font l'objet de négociations avec différents fournisseurs. La mise en place de contrats de fournitures, conjuguée à la diversification des fournisseurs et de l'origine de la filière des lièges, assure au Groupe une sécurité tant au plan juridique qu'au plan opérationnel. Le risque stratégique lié à l'approvisionnement de ces matières est en conséquence résiduel.

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE assure son développement grâce à la solidité de ses approvisionnements en raisins ; ceux-ci proviennent, pour partie, du vignoble dont le Groupe est propriétaire ou exploite au travers des différentes entités qui le composent et, pour partie, de contrats conclus avec des partenaires ou des tiers.

Un approvisionnement aussi diversifié et portant sur une surface en totale adéquation avec ses besoins donne à VRANKEN-POMMERY MONOPOLE les moyens d'assurer sa croissance sans présenter de risque pour son activité.

4.2 Risques de marchés et instruments financiers

4.2.1 Risques de change, de taux d'intérêt, de liquidité et d'exigibilité

Ces Risques sont présentés dans les Méthodes Comptables point 5.9 « Gestion des risques » et en note 21 des Comptes consolidés, section 20.1.

Nous vous précisons que le Groupe est extrêmement vigilant sur le suivi de son financement et compte tenu du travail régulier réalisé avec ses partenaires bancaires, le Groupe estime ne pas présenter de surexposition aux risques de liquidité.

4.2.2 Risques sur actions

La Société agit chaque année sur le marché de ses propres actions, conformément aux dispositions de la note d'information émise à l'occasion de la mise en oeuvre du programme de rachat d'actions propres voté chaque année par les actionnaires et détaillée au paragraphe 21.1.3.

4.3 Risques dans la relation client

Les clients du Groupe peuvent naturellement engendrer un risque financier, notamment lorsque ceux-ci sont confrontés à des problèmes de trésorerie ou à une procédure collective de type redressement ou liquidation judiciaire.

Pour ces raisons, et afin de garantir au mieux le recouvrement des créances, le Groupe a souscrit des assurances crédit auprès de la SFAC, pour ce qui concerne le marché français et les DOM TOM et auprès de la COFACE, pour ce qui concerne les marchés à l'exportation.

En outre, les dix premiers clients représentent environ 43% du chiffre d'affaires.

Les créances échues non réglées font l'objet d'une provision en cas de risque de non recouvrement.

4.4 Risques industriels et environnementaux

4.4.1 Risques industriels

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, veille en permanence à maintenir et à renforcer la sécurité de ses personnels et de ses biens.

Ainsi, l'ensemble des sites de production est aujourd'hui équipé de caisses palettes métalliques et non plus de caisses palettes en bois.

L'ensemble desdits sites dispose de sprinklers, une formation sur la lutte contre l'incendie est dispensée régulièrement au personnel et des exercices d'incendie sont régulièrement mis en place.

En 2010, de nouvelles extensions de portes à badges ont été faites et de nouvelles caméras de vidéosurveillance ont été installées. Ainsi, toutes les unités disposent d'un système à badge qui réglemente les accès suivant le risque.

Le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE continuera bien entendu au cours des prochains exercices à effectuer les investissements nécessaires afin de diminuer le risque global lié à ses activités.

En dehors de prestations de pressurage, de vinification et de co-packing, le Groupe ne fait appel à aucune sous-traitance.

Le management de la qualité et de l'environnement est un des axes déterminants de développement du Groupe. Une équipe, en charge de ces activités, poursuit son action et intervient sur les différents sites, et assure des audits fournisseurs et process, permettant notamment au Groupe d'optimiser l'ensemble de ses processus, de veiller à la maîtrise des contrôles et de la qualité du produit à tous les stades d'élaboration, d'agir sur la préservation de l'environnement et d'assurer à l'ensemble de ses clients une sécurité du produit optimisée, entre autres au travers des contrôles effectués sur l'ensemble des prestataires intervenants tant en amont qu'en aval de la production.

Au niveau des prestations viticoles et de pressurage, le contrôle qualité est réalisé non seulement par l'AIDAC (pour la Champagne), organisme indépendant mandaté par l'INAO au travers de l'Organisme de gestion de la Champagne, mais aussi par les équipes internes du Groupe, avec notamment l'application de dispositions strictes et formalisées en matière de respect de l'environnement, du Grenelle de l'environnement, de la Sécurité des Hommes et des Biens au travers du Document Unique et de la sécurité alimentaire, s'appuyant pour cela sur des méthodes telles que l'Analyse Environnementale et l'H.A.C.C.P.

Pour la production des produits en cours d'élaboration, les analyses sont réalisées par le Laboratoire Maison et, pour les produits finis par des laboratoires officiels agréés indépendants.

4.4.2 Risques environnementaux

Qu'il s'agisse des domaines de la sécurité alimentaire ou de l'environnement, l'ensemble des sociétés du Groupe respecte les mêmes logiques de conformité à la réglementation.

La veille réglementaire environnementale est un point essentiel de la certification ISO 14001, qui encourage le Groupe à anticiper au maximum les évolutions de la réglementation et à réfléchir aux évolutions de nos pratiques.

Le service Qualité Environnement Groupe s'appuie sur une société qui met à disposition par voie électronique un logiciel de veille réglementaire personnalisée. Ce système informatique permet de réaliser aussi bien la veille en matière d'environnement que de sécurité, ce qui constitue une amélioration du système de fonctionnement en place.

Il est important aussi de noter qu'une grande partie des sites de production est soumise, de par la grande capacité des cuveries, à la réglementation très stricte des installations classées pour la protection de l'environnement (ICPE). Aussi le Groupe doit-il fréquemment faire état de ses activités aux instances gouvernementales (Préfecture, DREAL) par des reportings mensuels et trimestriels.

Concernant les activités du vignoble, les règles et recommandations gouvernementales au travers du Grenelle de l'environnement et de la profession sont strictement appliquées, dans le souci permanent de recherche de la qualité, de la sécurité du consommateur et de respect de l'environnement. Toute recherche et évolution permettant d'aller vers une viticulture durable est étudiée, ne laissant rien au hasard.

4.5 Risques technologiques et informatiques

4.5.1 Risques technologiques

Le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est davantage exposé à des risques de nature industrielle qu'à des risques technologiques proprement dits. En effet, les procédés de fabrication utilisés tant pour l'élaboration du Champagne que pour celle du Vin Rosé sont connus des professionnels du secteur, si bien que le Groupe n'est pas propriétaire d'un quelconque brevet qui l'obligerait à veiller en toutes circonstances au maintien et à la préservation d'un avantage technologique majeur.

L'avantage concurrentiel réside dans le savoir-faire des Chefs de Cave et des Maîtres de Chais et de l'application rigoureuse des technologies et méthodologies de la profession.

4.5.2 Risques informatiques

Afin d'éviter toute défaillance des applications ou des réseaux de communication de données qui pourrait perturber les opérations et les prises de décision, le département informatique veille en permanence au bon fonctionnement des applications informatiques et des systèmes et infrastructures qui les accueillent. Dans un souci constant de maîtriser les risques, il met l'accent sur l'intégrité des données, la fiabilité des équipements, le renforcement de la sécurité et la maîtrise du plan de sauvegarde et de continuité de service.

De plus, la Société continue toujours son plan de renouvellement du parc informatique tant sur le plan applicatif que sur le plan infrastructure.

Ces nouvelles versions de logiciels sont installées afin de bénéficier des mises à jour et améliorations proposées par les différents éditeurs.

4.6 Assurances et couverture des risques

Le Groupe a souscrit à ce jour, notamment pour le compte de la Société, auprès de compagnies d'assurances notoirement solvables et implantées internationalement, différents contrats tendant à couvrir de manière certaine et optimale les différents risques auxquels la Société et ses filiales peuvent être exposées.

Une liste des contrats principaux en cours de validité est établie ci-dessous, étant précisé que pour l'exercice 2010, le montant total des primes, hors assurances crédit, s'est élevé à la somme de 1.455.601,44 €.

L'ensemble des contrats tend à assurer le risque potentiel à titre principal ou vient en complément des contrats souscrits par des tiers (fournisseurs, transporteurs ou autres) lorsque les garanties souscrites se révèlent être insuffisantes ou défaillantes.

L'essentiel des risques assurables, fait l'objet d'une couverture au titre d'un contrat d'assurances selon la description qui suit :

4.6.1 Couverture des risques d'ordre général

Un contrat « Tous risques Sauf » est destiné à couvrir les dommages causés aux biens, que ceux-ci soient ou non la propriété du Groupe. Sont donc couverts au titre de ce contrat les dommages aux bâtiments et aux matériels d'exploitation ainsi que les stocks entreposés soit dans les bâtiments du Groupe soit chez des tiers. Ce contrat inclut aussi une garantie perte d'exploitation couvrant une période de 18 mois.

En complément, sont également souscrits des contrats « Responsabilité Civile Entreprise », « Responsabilité du chef d'entreprise », « Responsabilité des mandataires sociaux » et « flotte automobiles et engins ».

4.6.2 Couverture des risques d'ordre spécifiques

Différents contrats plus spécifiques à l'activité du Groupe ont par ailleurs été souscrits et notamment :

- Police « Transport facultés »
- Police « Transport propre compte »
- Police « Risques pollution et atteintes à l'environnement »

4.6.3 Risques non assurés

A l'instar de ses principaux concurrents, le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE n'a pas jugé opportun d'assurer les risques pouvant affecter les vignes dont il est propriétaire et/ou qu'il exploite directement. Cette décision a été prise en considération de la localisation très éclatée des différentes parcelles de vignes, si bien que le risque se trouve naturellement divisé.

4.6.4 Les risques dans les filiales étrangères

Bien que les contrats d'assurances soient souscrits directement par la Société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, société mère active du Groupe, agissant en cela au titre de la convention de prestation de services en vigueur entre la Société et ses filiales, l'activité des filiales étrangères fait l'objet d'une couverture par des assureurs locaux, soit en raison de la législation locale applicable en matière d'assurances, soit en raison de la proximité des relations entre l'assureur local et les filiales.

Il a toutefois été jugé nécessaire, après une étude menée avec les assureurs français sur les contrats souscrits par ses filiales, de compléter les garanties souscrites afin d'obtenir une couverture homogène des risques où qu'ils se produisent et quelle que soit la filiale concernée.

5.1 Histoire et évolution de la Société**5.1.1 Raison sociale et nom commercial de la Société**

La dénomination sociale de la Société est « VRANKEN-POMMERY MONOPOLE ».
La Société a également adopté la dénomination VRANKEN-POMMERY pour nom commercial.

5.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement de la Société

La Société est immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Reims sous le numéro 348.494.915.
Le Code APE de la Société est 4634Z.

5.1.3 Date de constitution et durée de vie de la Société

La Société a été constituée le 4 Octobre 1988 pour une durée de 99 années ; sauf dissolution anticipée ou prorogation, l'existence de la Société prendra fin le 3 Octobre 2087.

5.1.4 Siège social, forme juridique de la Société, législation régissant ses activités, son pays d'origine, adresse et numéro de téléphone du siège statutaire de la Société

Le siège social de la Société est situé à 51100 REIMS – 5, Place Général Gouraud.

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est une société anonyme à conseil d'administration de droit français soumise aux dispositions du Code de Commerce, au décret n° 67-236 du 23 Mars 1967 ainsi qu'à toutes dispositions légales applicables aux sociétés commerciales. Elle est régie par les dispositions légales et réglementaires, en vigueur et à venir, applicables aux sociétés anonymes et par ses statuts.

Toute personne peut joindre la Société à l'adresse indiquée ci-dessus aux coordonnées suivantes :

Tél : 03-26-61-62-63

Fax : 03-26-61-63-88

Site Internet : www.vrankenpommery.fr

5.1.5 Événements importants dans le développement des activités de la Société

L'historique de l'actuelle société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, créée en 1988 sous le nom de FINANCIERE VRANKEN, remonte en fait en 1976, date de la création par Monsieur Paul-François VRANKEN, de la Maison VRANKEN et de la marque VRANKEN. L'évolution de ce qui va ensuite devenir le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, dont la Société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est aujourd'hui la société animatrice est retracée en quelques dates majeures ci-après :

1978

- Achat de la Marque VEUVE MONNIER, Maison fondée en 1880. VEUVE MONNIER est une des Marques nationales du Groupe.

1983

- Achat de la Marque de Cognac CHARLES LAFITTE & Cie et développement de la Marque de Champagne CHARLES LAFITTE, autre Marque leader du Groupe.

1985

- Lancement de la Marque de Champagne DEMOISELLE, liée au Château des Castaignes, situé au lieudit des Demoiselles.

- Achat de la Maison CHAMPAGNE COLLIN avec son exploitation viticole de 18 hectares.

1986

- Implantation au Portugal et création de la Marque de Porto SAO PEDRO.

1987

- Achat de la Maison CHAMPAGNE SACOTTE, 42, avenue de Champagne à Epernay.

1989

- Implantation en Belgique par l'achat de la société HISTOIRES DE VIN à Liège, distributeur de vins et spiritueux.

1992

- Achat de la Maison CHAMPAGNE LALLEMENT à Bouzy avec son exploitation viticole de 8 hectares de vignes à Bouzy.

1994

- Achat de la Maison CHAMPAGNE BARANCOURT avec son exploitation viticole de 100 hectares de vignes, et sa filiale de distribution en Allemagne.

1995

- Achat de la Maison CHAMPAGNE A. CHARBAUT & Fils avec son siège social situé au 17, avenue de Champagne à Epernay, sa filiale à New York et son approvisionnement long terme (25 ans) portant sur 45 hectares de vignes.

1996

- Achat de la marque CHAMPAGNE HEIDSIECK & C° MONOPOLE (Maison fondée en 1785), devenue une Marque « Référence » à l'International, avec son approvisionnement long terme (18 ans) portant sur 107 hectares de vignes.

1998

- Introduction de la Société VRANKEN MONOPOLE (anciennement dénommée FINANCIERE VRANKEN) sur le Second Marché de la Bourse de Paris le 3 avril.

- Volume de ventes de Champagne supérieur à 10 millions de bouteilles.

1999

- Introduction de la Société VRANKEN MONOPOLE au Premier Marché de la Bourse de Bruxelles le 9 juin 1999.

- Acquisition du portefeuille de Marques GERMAIN.

- Acquisition de la prestigieuse Maison ROZÉS à Vila Nova de Gaia au Portugal complétant le portefeuille de Marques de vins de Porto du Groupe.

- Acquisition de la S.A.R.L. PRESSOIRS Ménéclier au mois de Décembre 1999 ainsi que ses approvisionnements de plus de 30 hectares y attachés.

2000

- Création de la filiale VRANKEN U.K. LTD. au Royaume-Uni en date du 3 Janvier 2000.

2001

- Création de la filiale V.S. TRADING en Suisse le 1er Juillet 2001.
- Augmentation des capacités du site industriel de Tours-sur-Marne avec la construction d'un nouveau bâtiment à usage de cave et stockage.

2002

- Acquisition à effet du 1er Juin 2002 des éléments constitutifs du fonds de commerce de la Maison de Champagne POMMERY & GRENO via la création de la société POMMERY S.A.
- Création de filiales communes à l'export de VRANKEN POMMERY MONOPOLE et de POMMERY par fusion/absorption des filiales de POMMERY par les filiales de VRANKEN POMMERY MONOPOLE.
- Mise en place d'un programme d'investissements pluriannuel en vue de la réfection, de la création et de l'aménagement de nouveaux bureaux sur le site de Reims.

2003

- Mise en place, au niveau des sociétés de production du Groupe, d'un contrat de commissionnaire à la vente avec la société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE.
- Acquisition de la Maison de Champagne GUY JACOPIN, à Vertus, ainsi que ses approvisionnements portant sur 20 hectares de vignes.
- Acquisition par CHAMPAGNE CHARLES LAFITTE, des éléments constitutifs du fonds de commerce de la Maison de Champagne GEORGE GOULET,
- Reprise à la barre du Tribunal de Commerce de Reims, par VRANKEN-POMMERY MONOPOLE à travers CHAMPAGNE CHARLES LAFITTE, de certains actifs du Groupe MARTIN BRICOUT DELBECK, dont les portefeuilles de marques BRICOUT et DELBECK, la clientèle y attachée, une partie du personnel, le site industriel de Tours-sur-Marne et une partie des stocks et des approvisionnements raisins sur environ 200 hectares de vignes.
- Mise en service, au Portugal, du site industriel de la Quinta de Monsul, siège social de la société S.P.R. VINHOS S.A.
- Acquisition de la propriété de Canameira, dans le Haut Douro, représentant, à terme, 40 hectares d'approvisionnements de vins classés catégorie A.

2004

- Acquisition de la société QUINTA DO GRIFO avec un potentiel d'approvisionnement de 41 hectares et un outil industriel qui permettra le traitement de l'ensemble des vignes du Haut-Douro du Groupe.
- Création de la société DOURO INVEST, sous-holding d'investissement filiale de la Société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, ayant vocation à porter les participations au Portugal.
- Renouvellement de 100 % des contrats pluriannuels en Champagne qui arrivaient à échéance à la vendange 2004.

2005

- Après la création d'une « Division Vins » en 2004, VRANKEN-POMMERY MONOPOLE a conclu en Juillet 2005 avec le Groupe Listel un accord de distribution mondial des Vins Listel par le réseau international de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE.
- Acquisition le 18 Décembre 2005 de la participation des actionnaires minoritaires (33,5%) au capital de la société POMMERY S.A.

2006

- Volume de ventes de Champagnes supérieur à 20 millions de bouteilles
- Lancement de la cuvée Diamant de VRANKEN, positionnée dans le Haut de Gamme dans le portefeuille de Marques de Champagne
- Harmonisation du portefeuille Vins distribués par VRANKEN-POMMERY MONOPOLE (LISTEL Vin des Sables et La Gordonne Rosé de Provence)

2007

- Reprise de la distribution des Champagnes Pommery aux USA par la filiale américaine devenue VRANKEN-POMMERY AMERICA.
- Création de la filiale Japonaise VRANKEN-POMMERY JAPAN.

2008

- Création de la filiale Italienne VRANKEN-POMMERY ITALIA.
- Acquisition des bâtiments de production à TOURS SUR MARNE par CHAMPAGNE CHARLES LAFITTE.
- Ouverture au public de la Villa Demoiselle à Reims, Joyau de l'Art Nouveau et siège de CHAMPAGNE VRANKEN.

2009

- Création de la filiale Australienne VRANKEN-POMMERY AUSTRALIA
- Acquisition de la société DOMAINES LISTEL, société-mère du Groupe LISTEL, au travers du rachat de la société CAMARGUAISE DE PARTICIPATIONS.

2010

- Finalisation du réseau de distribution international. (Achèvement de la restructuration en Allemagne en moins d'un an, nouvelle politique commerciale aux Etats-Unis, investissement en Italie, mise en place de la filiale en Grande Bretagne et installation d'un comptoir en Chine.)
- Spécialisation et rationalisation des sites d'élaboration.

5.2 Investissements

Le tableau ci-dessous présente les investissements consolidés du Groupe pour les exercices 2010, 2009, et 2008 :

Investissements en K€	2010	2009	2008
Marques et autres droits de propriété	/	197	428
Autres incorporels	208	38	428
Immobilisations incorporelles	208	235	856
Immobilier	3 382	5 420	6 446
Installations techniques et matérielles	5 480	3 335	6 122
Immobilisations corporelles	8 862	8 755	12 568
Titres de participations	1	13	0
Autres actifs immobilisés	1	2	1
Autres immobilisations financières	2 538	55	202
Total autres actifs non courants	2 540	70	203
Total	11 610	9 060	13 627

Ces investissements réalisés presque exclusivement en France ont pour but principal d'une part, d'adapter les installations au volume d'activité et d'autre part, de moderniser l'outil et, de manière plus générale, les installations techniques et/ou immobilières.

En 2010, les flux d'investissement ont principalement concerné les éléments suivants :

- l'acquisition de matériel industriel et viticole (dont pressoirs) chez Listel,
- des aménagements techniques sur les sites de production en Champagne,
- des plantations de vignes dans le Sud de la France, au Portugal et en Champagne,
- des créances financières long terme (2,5 M€).

Pour 2011, l'enveloppe prévisionnelle représente un montant global d'environ 11 millions d'euros, qui inclut notamment les projets suivants :

- la réorganisation et l'optimisation du dispositif industriel en Champagne (extension de bâtiment et nouvelle ligne de production à Tours-sur-Marne),
- le renouvellement du vignoble et l'achat d'équipements techniques (dont chais) chez Listel,
- la modernisation et l'extension des outils informatiques (infrastructures et systèmes applicatifs).

Ces investissements seront financés par fonds propres et par recours à des emprunts.



6.1 Principales activités**6.1.1 Présentation de l'activité 2010**

Avec un chiffre d'Affaire de 364,4M€, le Groupe VRANKEN POMMERY MONOPOLE a enregistré une forte croissance de l'activité au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2010, grâce notamment à l'intégration de l'activité des DOMAINES LISTEL.

A périmètre constant et avant intégration de DOMAINES LISTEL, le Chiffre d'Affaires s'établit à 309,1 M€, en progression de + 14,6 %, marquant la reprise de nos activités.

Les transactions inter champagne, non récurrentes et sans valeur ajoutée, ont représenté 22,3 millions d'euros.

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE a poursuivi sa stratégie originale axée sur un portefeuille de Marques internationales, uniques et complémentaires, couvrant l'ensemble des segments du marché :

- Les parts de marché ont ainsi été conservées, et la croissance enregistrée par l'activité Champagne (+ 6,7 %) est, par conséquent, significative.
- La progression en volume s'établit à + 4 % et l'effet Mix/Prix pour VRANKEN-POMMERY MONOPOLE a progressé de + 2,7 %, traduisant la stratégie de croissance des Marques internationales et de réduction des Marques nationales à moins forte contribution.
- Les Marques VRANKEN et CHARLES LAFITTE ont enregistré des croissances significatives en France et en Europe. Les grandes Marques internationales HEIDSIECK & C° MONOPOLE et POMMERY ont également accru leur présence à l'export.
- Les Marques internationales ont été plus touchées en 2008 et 2009 et leur rebond est plus progressif.
- Pour la première fois depuis sa création, le Groupe VRANKEN -POMMERY MONOPOLE, a réalisé plus de ventes de Champagne à l'Exportation (52 %) qu'en France.

Les Marques de Porto ROZES et TERRAS DO GRIFO, tant en France qu'à l'Export, ont enregistré un très beau développement, avec une progression de plus de 10 %.

Le Chiffre d'affaires de l'activité Vins s'établit à 55,3M€, en retrait programmé de 4,6 %. Le Groupe a poursuivi la stratégie de renforcement des Marques LISTEL (Gris de Gris des Sables de Camargue) et LA GORDONNE (Rosé, Côte de Provence). Il a réduit les activités de trading et négoce. Au final, le chiffre d'affaires se traduit par une amélioration du Mix Prix de 5,8 %.

Depuis 2005, VRANKEN-POMMERY MONOPOLE se positionne enfin comme un acteur majeur de la distribution des vins rosés avec les Vins des Sables de Camargue (Listel) et les Vins de Provence (Chapelle Gordonne et Billette) dont il assure la commercialisation dans le monde. A compter du 1er décembre 2009, la société VRANKEN-POMMERY MONOPOLE a acquis 99,99 % de la holding CAMARGUAISE DE PARTICIPATIONS qui détient 95,62 % de DOMAINES LISTEL.

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est également présent dans les vins de Porto haut de gamme avec les Marques Sao Pedro, Rozès et Terras do Grifo.

Au tour de ces trois grandes catégories de produits qui constituent le coeur de l'activité de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE, le Groupe exerce trois grands types de métier :

Le métier de la vigne

La Société VRANKEN-POMMERY VIGNOBLES, société sous-holding viticole du Groupe, est en charge de la gestion de l'ensemble de l'activité viticole du Groupe en Champagne.

Elle intervient depuis la plantation de la vigne jusqu'aux derniers travaux d'entretien avant vendanges et ce, tant pour son propre domaine viticole que pour ses filiales et pour toute autre société du Groupe propriétaire ou exploitante de vignoble en Champagne. A ce titre, les principales réalisations de VRANKEN-POMMERY VIGNOBLES sont :

- la réalisation des plantations ;
- la taille de la vigne et l'apport en engrais ;
- le liage ;
- l'ébourgeonnage, consistant à sélectionner les meilleurs bourgeons par élimination des bourgeons surnuméraires ;
- le palissage, consistant à ordonner le développement anarchique des brins de la vigne et à les lier sur les fils ;
- le rognage ;
- les opérations de traitement phytosanitaires ;
- la réalisation des réparations inhérentes aux installations (piquets, fils, etc...).

S'agissant du métier de la vigne, l'activité est sensiblement la même pour les vignobles portugais du Douro, pour ceux de Provence et de Camargue.

Concernant le Porto, la Quinta do Grifo, acquise en 2004 est en charge de l'exploitation de toutes ses vignes propres, situées dans le Douro Supérieur, au coeur du Parc National du Douro, ainsi que de celles de la société ROZES SA.

La principale particularité de l'activité viticole de DOMAINES LISTEL tient à l'organisation de ses vendanges puisque, afin de bénéficier de températures fraîches, les raisins sont principalement récoltés la nuit.

Le métier de l'élaboration de vins de Champagne, de Porto et de Rosé.

Les sociétés CHAMPAGNE VRANKEN (désormais dénommée VRANKEN-POMMERY PRODUCTION) et POMMERY pour le domaine des vins de Champagne, la société ROZES S.A. pour le domaine des vins de Porto et la société DOMAINES LISTEL pour le domaine des Vins Rosés sont les sociétés de production du Groupe.

Pour l'activité Champagne, les principales opérations d'élaboration et de production sont :

6.1.2 Description des principales activités du Groupe

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE est l'un des premiers acteurs dans le domaine des vins de Champagne. Son portefeuille de Marques équilibré s'étend sur l'ensemble des segments de consommation avec les Champagnes Pommery (dont les Cuvées Louise et POP), les Champagnes Vranken (dont les Cuvées Diamant et Demoiselle), le Champagne Heidsieck & C° Monopole et le Champagne Charles Lafitte.

- Le pressurage, consistant à presser les raisins issus de la vendange dans des pressoirs jusqu'à l'obtention des moûts autrement appelés jus de raisins.

- La vinification, dont les différentes étapes sont, pour les plus fondamentales :

- le débouillage, consistant, après mise en cuve des moûts, à faire sédimenter les particules en fond de cuve ;
- le transfert des moûts en cuves de fermentation, avec mise en oeuvre du levurage et de la chaptalisation pour obtention d'un degré d'alcool homogène et création de la fermentation alcoolique.

- Après cette première vinification, les opérations suivantes sont réalisées :

- le soutirage, consistant, comme le débouillage, à éliminer de nouvelles particules ;
- la fermentation malolactique, consistant à ajouter des bactéries sélectionnées pour obtention d'un vin stable en terme d'acidité ;
- le deuxième soutirage ;
- l'assemblage, consistant à assembler différentes cuvées de différentes années et de différents crus dans le but d'obtenir pour chaque produit une typicité et une qualité constante ;
- la centrifugation, consistant à une filtration pour élimination des particules ;
- le passage au froid, consistant à permettre l'élimination du tartre.

- La prestation de tirage, consistant en la mise en bouteilles des vins avec ajout de sucre et levure avant capsulage.

Après cette phase se crée l'effervescence par dissolution du gaz dans le vin.

- Le stockage et le vieillissement :

- le stockage des bouteilles en caves, consistant à laisser vieillir les vins sur une période minimum de 15 mois pour un brut sans année, à 3 ans et plus pour un millésimé ;
- le remuage, intervenant préalablement au dégorgement afin que le dépôt se concentre au niveau du col de la bouteille ;
- le dégorgement, consistant à geler le col de la bouteille avant de retirer la capsule pour évacuation du dépôt ;
- le dosage, consistant en l'ajout de vin mélangé à de la liqueur dans des proportions variables selon que le produit final est un brut ou un extra dry ;
- les opérations de bouchage/muselage/habillage de la bouteille, consistant à la préparation des bouteilles avant mise en carton.

- Le conditionnement et le stockage avant expédition.

En ce qui concerne l'élaboration du Vin de Porto, le processus est différent dans la mesure où il s'agit d'un vin doux naturel fortifié.

Après réception du raisin, l'opération de foulage / égrappage est réalisée et les moûts sont conduits dans les cuves pour effectuer une fermentation avec macération pelliculaire.

De façon à garder des sucres résiduels du raisin, la fermentation est arrêtée par un ajout d'eau de vie vinique, préalablement certifiée par l'Institut des Vins du Douro et Porto. Vient ensuite le pressurage et la mise en cuve du vin.

Le vin reste en cuve jusqu'à fin décembre, début janvier, date à partir de laquelle les opérations de soutirage sont réalisées afin de séparer les lies, et de faire les corrections nécessaires.

A partir de ce stade, le vin est stocké pour démarrer son vieillissement, (en cuves inox, foudres ou fûts).

La durée du vieillissement dépendra du type de vins : 2 à 3 ans avant la mise en bouteille pour le Vintage, de 4 à 6 ans pour un Late Bottled Vintage, et plus pour les autres catégories.

En ce qui concerne le Porto Rosé, nouvelle qualité de Rozès, le processus de vinification est le même que celui des vins de Provence, à l'exception de l'arrêt de la fermentation, par l'ajout de l'eau de vie vinique, de façon à conserver des sucres résiduels du raisin.

Pour l'activité Vin Rosé, les principales opérations d'élaboration et de production sont :

- dès l'arrivée au chai, ils sont refroidis et délicatement pressés.

- les premiers jus sont séparés afin de constituer la « Tête de Cuvée ». Les jus « Tête de Cuvée » sont clarifiés par des méthodes physiques : décantation, centrifugation, ... L'élimination des sédiments en suspension est un gage de finesse des vins.

- la fermentation

- la fermentation alcoolique se déroule à basse température dans des cuves thermorégulées, afin de développer les arômes spécifiques des Vins Gris LISTEL.

- la fermentation malolactique est partiellement effectuée, afin de préserver la fraîcheur gustative indispensable aux Vins Gris et Rosés.

- les vins sont ensuite soutirés et assemblés.

- le stockage

Les vins sont stockés dans des chais climatisés, totalement à l'abri de l'oxydation.

Le conditionnement s'effectue sur des lignes d'embouteillage stériles et protégées par des gaz inertes, afin que le consommateur retrouve à table la qualité traditionnelle des vins.

La réalisation de la production des vins nécessite bien entendu de disposer d'infrastructures immobilières, techniques et industrielles en rapport avec le volume de l'activité, information plus largement détaillée au point 8 du Document de Référence.

Le métier de la distribution et commercialisation

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE assure aujourd'hui la distribution des produits du Groupe, dans le cadre de contrats de commissionnaire à la vente :

- en France, par la division France (On-Trade et Off-Trade)
- à l'étranger, soit par sa division Export, soit par ses filiales désignées ci-après :

- ROZES S.A. au Portugal,
- VRANKEN-POMMERY BENELUX en Belgique,
- VRANKEN-POMMERY DEUTSCHLAND GmbH en Allemagne,
- VRANKEN-POMMERY AMERICA (Charbaut America Inc.) aux Etats-Unis,
- VRANKEN-POMMERY SUISSE en Suisse,
- VRANKEN JAPAN au Japon,
- VRANKEN-POMMERY ITALIA en Italie,
- VRANKEN-POMMERY AUSTRALIA en Australie,
- VRANKEN POMMERY UK au Royaume-Uni.

Les équipes de vente de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE sont spécialisées par métier et représentent plus de 200 vendeurs et fonctions support, professionnels aux qualités reconnues qui commercialisent l'ensemble du portefeuille de produits. L'année 2010 a vu la finalisation de l'installation de ces réseaux de vente dans les zones clés : ces réseaux assurent ainsi la couverture de 94 % de la consommation mondiale de Champagne et 78 % de la consommation mondiale de Vin :

- en France : renforcement du réseau On-Trade par une force de vente dédiée d'une centaine de vendeurs
- à l'International : parachèvement des réseaux de mise en marché des 12 zones prioritaires - 9 filiales et 3 comptoirs :
 - Poursuite et achèvement de la restructuration en Allemagne en moins d'un an
 - Initiation d'une nouvelle dynamique aux USA
 - Investissement en Italie dans le développement du réseau On-Trade
 - Mise en place de la filiale en Grande Bretagne
 - Soutien et renforcement de la filiale en Australie
 - Installation d'un comptoir en Chine

Ces équipes sont spécialisées pour chacun des trois grands réseaux de distribution et de clientèle :

- Le Réseau On Trade (Commerce Traditionnel en France)

La présence forte, dans le « Circuit Traditionnel », cafés, hôtels, restaurants et magasins spécialisés, assure la reconnaissance et la visibilité des Marques de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE auprès des consommateurs, tout en positionnant les produits.

Ce Réseau est dirigé par un Directeur Commercial et regroupe des Directeurs Régionaux, des Comptes Clés Nationaux, des Responsables de Secteurs et des Assistants.

- Le Réseau Off-Trade (Grande Distribution en Europe)

Le Groupe est historiquement présent sur ce secteur et ses équipes dédiées ont acquis une expertise certaine et une forte crédibilité vis-à-vis des attentes spécifiques de ce circuit.

Par son dynamisme, VRANKEN-POMMERY MONOPOLE continue de développer ses parts de marché et consolide sur 2010 son leadership de la catégorie Champagne en GMS (en volumes comme en valeurs) grâce notamment à un accroissement de la demande des consommateurs et à une demande d'élargissement de l'offre produits de la part de l'ensemble des enseignes partenaires.

Fort de son expertise, ce réseau apporte désormais son savoir-faire en Europe où il contribue aux négociations avec les Centrales d'Achat Européennes.

Ce réseau est dirigé par un Directeur Commercial et regroupe un Category Manager, des Directeurs des Clients Nationaux, des Directeurs Régionaux, des Responsables de Secteurs et des Assistants.

- L'Export

La politique export de VRANKEN-POMMERY MONOPOLE se caractérise par la maîtrise des ventes à l'export par le biais de filiales à l'étranger sur les principales zones d'export du Champagne. Cette politique a permis au Groupe d'atteindre rapidement une bonne pénétration des marchés.

Ainsi le Groupe réalise plus de 90 % de ses ventes en Europe, les expéditions de champagne étant pour mémoire, concentrées à 83 % sur cette même zone.

Par ailleurs, la conclusion de contrats de distribution avec les grands acteurs locaux dans les pays d'exportation où le Groupe n'est pas directement représenté, complète le maillage géographique.

Le réseau est encadré par un Directeur Export et regroupe les Responsables de Zones et les Responsables de Filiales, ainsi que les Assistantes Commerciales.

Une stratégie gagnante puisqu'en 2010 les ventes Export Champagne du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE ont dépassé les ventes en France.

Tableau d'évolution de la répartition des trois réseaux (en % du chiffre d'affaires ventes Champagne)

	2008	2009	2010
Export	46%	49%	52%
Off-Trade France	32%	30%	31%
On-Trade France	22%	21%	17%

Les objectifs stratégiques commerciaux sont ainsi différenciés par zone géographique :

- Europe continentale : 6 zones prioritaires (France, Benelux, Allemagne, Suisse, Espagne, Portugal)
 - Une amélioration du Mix Marques par le développement des réseaux On-Trade
- 7 autres zones prioritaires (USA, UK, Italie, Japon, Chine, Australie, Caraïbes)
 - Un développement significatif des volumes de ventes des Marques Internationales
- Relais de croissance
 - Brésil, Russie, Inde, Maroc, Océan Indien et Afrique du Sud

VRANKEN-POMMERY MONOPOLE se développe donc sur un modèle économique à vocation mondiale, tiré par des Marques de Haut de Gamme et de Prestige, valorisé par un Patrimoine unique et un savoir-faire reconnu dans l'élaboration des Vins :

- Un portefeuille de Marques Champagne et Vins complémentaires
- Des stocks en adéquation avec le plan de développement
- Un réseau de distribution mondial structuré pour la conquête des marchés
- Des Investissements Marketing en croissance de 18 % en 2010, pour accroître la visibilité, la notoriété et l'image des Marques

Ces caractéristiques du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE constituent des avantages différentiels significatifs par rapport au pur Négoce.

6.1.3 Présentation du portefeuille
de Marques du Groupe

L'atout du Groupe repose aujourd'hui sur la force d'un portefeuille de Marques internationales de Vins uniques par leurs origines : Champagnes, Portos, Vins des Sables de Camargue et Vins Rosés de Provence.

- Un portefeuille de Marques uniques et complémentaires

Des Marques de Prestige :

- Cuvée Louise et Diamant Bleu

Des Marques historiquement fortes et dynamiques :

- Heidsieck & C° Monopole et Pommery

Des Marques modernes et sélectives :

- Demoiselle et Diamant de Vranken

Des Marques inscrites dans la mémoire collective :

- Charles Lafitte et Listel

Des Marques de Terroir :

- La Gordonne et Terras do Grifo

Le Champagne

Depuis la création du Groupe, la stratégie de développement s'est axée sur la commercialisation de Marques internationales, aux positionnements différenciés mais néanmoins complémentaires pour le consommateur. Cette homogénéité du portefeuille de Marques se retrouve dans la progression du positionnement prix de chacune de ces Marques, sans qu'elles soient en concurrence directe. Pour renforcer ce positionnement, chaque grande Marque dispose de son territoire d'expression, qui lui donne son identité propre. Cette richesse aboutit à la mise en place d'un portefeuille indivisible de Marques, en renfort et ou en protection de la « Core Brand » : Pommery.

• Les Champagnes Pommery

La Marque premium et super premium à vocation mondiale.

Fondée en 1836, la Maison Pommery a créé le premier Champagne Brut, le Pommery Nature en 1874. Depuis lors, Pommery n'a cessé d'innover tout en préservant la très grande qualité de ses cuvées, comme en témoigne le succès de POP ou encore des Champagnes de Saisons.

Au sommet de la gamme Pommery se trouve la Cuvée Louise, qui par son extrême qualité, est la quintessence même du savoir-faire de Thierry Gasco, neuvième Chef de Cave de la Maison et ancien Président des oenologues de France. Ainsi sont actuellement commercialisées la Cuvée Louise millésime 1999 et la Cuvée Louise Rosé millésime 1999 : ces deux cuvées exceptionnelles au positionnement ultra premium ont vocation à être distribuées dans le réseau sélectif On-trade et dans les grands établissements de prestige.

Le style Pommery (et notamment celui du Pommery Brut Royal, flagship de la Maison Pommery), se caractérise par l'élégance, la fraîcheur et la vivacité. Mais le développement de la Marque Pommery s'est aussi historiquement illustré par ses innovations et les lancements réguliers de nouvelles cuvées : lancé en 2009 et dédié exclusivement à la distribution spécialisée et à la gastronomie, le Brut Apanagé Rosé vient compléter l'offre qualitative des vins rosés de la Maison Pommery.

- La gamme Pop (en format ¼), le champagne non conventionnel de la maison Pommery, est toujours présente dans les milieux artistiques et culturels et distribuée via les Department Stores des grandes capitales ; ses offres packaging en séries limitées régulièrement renouvelées connaissent un réel succès (comme par exemple la série limitée dévoilée en 2009 en collaboration avec l'artiste Fédérica Matta ou encore la série limitée dédiée aux grands hôtels internationaux de prestige.)



Lancée en 2009, la cuvée **POP Earth**, premier Champagne eco-citoyen, représente par ailleurs la parfaite illustration du véritable défi citoyen que s'est fixé la Maison POMMERY ; POP Earth, est en effet un véritable condensé de toutes les démarches de développement durable entreprises depuis plus de 10 ans par la Maison (raisin issu de la viticulture durable, bouteille allégée et étiquetée avec du papier recyclé et imprimé avec des encres à l'eau sans solvant).



Compte tenu du plébiscite commercial rencontré sur cette innovation, la gamme Pop Earth s'est enrichie d'un nouveau format (1/2 bouteille) et d'une nouvelle variété (Pop Earth Rosé).

Dans la continuité de la stratégie d'innovation de la Maison, les Champagnes de Saisons se déclinent depuis 2007 autour d'un rosé (Springtime) et d'un extra dry (Falltime), en complément des deux premières cuvées Summertime et Wintertime. Cette Gamme désormais complète correspond à la volonté de la Maison POMMERY de participer à la valorisation de la catégorie Champagne.

• Les Champagnes Vranken

- La Cuvée **Diamant de Vranken**, référence historique de la Champagne, est née de la recherche de l'excellence d'un flacon d'exception pour un vin hors norme. Le repositionnement de la marque de prestige des Champagnes Vranken, initié en 2007 a trouvé son aboutissement en 2008 via la refonte totale de son offre packaging.



En 2010, une variété blanc de blancs est venue enrichir la marque qui poursuit son développement à travers les réseaux sélectifs (distribution élitiste et sélective sur les zones urbaines).

- **La Cuvée Demoiselle de Vranken**, d'inspiration Art Nouveau, est un champagne résolument féminin, renfermant des vins de grande qualité à majorité de Chardonnay. Champagne unique à tous les égards, la Demoiselle de Vranken affiche sa personnalité originale grâce à sa bouteille aux formes particulières et harmonieuses.



L'Art de Vivre reste le vecteur d'expression privilégié de la cuvée Demoiselle. Depuis sa réouverture en 2008 à Reims, la Villa Demoiselle, joyau de l'Art Nouveau, constitue désormais le Patrimoine exceptionnel de la Marque et un lieu de visite et de culture incontournable dans la région champenoise.

- **La Grande Réserve Brut de Vranken** est distribuée principalement en Grande Distribution française ; depuis 2008, cette référence profite d'un retravail packaging qui lui confère un positionnement plus statutaire. Parallèlement à ce leadership en Grande Distribution, la marque assoit sa notoriété dans le circuit CHR et via les points de vente cavistes grâce au lancement de la Cuvée Spécial Brut (étiquette argent)



• Les Champagnes Heidsieck & C° Monopole

Heidsieck & C° Monopole, une des Maisons fondatrices de la Champagne dont la renommée mondiale ne se dément pas depuis 1785, est la grande Marque internationale historique du Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE. Cet héritage historique se retrouve dans chacun des vins d'une qualité œnologique exceptionnelle et souvent primés, constituant une gamme historique, traditionnelle et moderne.



Devenus une référence incontournable, les Champagnes Heidsieck & C° Monopole continuent de connaître une forte croissance en 2010. A titre d'exemple, la Marque conforte sa place de leader du marché Off trade en Allemagne et celle de numéro trois en Angleterre (panels distributeurs hors MDD et PL). En Allemagne, elle apparaît en troisième place des études de notoriété sur la catégorie Champagne. L'ensemble de la gamme Heidsieck & C° Monopole profitera d'un retravail packaging sur 2011 dont l'objectif sera de singulariser toujours plus la Marque.

• Les Champagnes Charles Lafitte

Champagne Charles Lafitte est une Marque alliant tradition et modernité avec un héritage historique fort, et un packaging résolument moderne. Depuis 1834, Georges Goulet puis Charles Lafitte ont bâti leur réputation sur leur savoir-faire, leur rigueur et la qualité de leurs produits reconnus de tous.



Le Porto

La renommée de nos Marques repose sur le souci permanent d'exprimer l'intensité, la richesse et la complexité des vins de Porto, issus de la plus vieille Appellation d'Origine Contrôlée du Monde. Grâce notamment à un approvisionnement maîtrisé via les 250 hectares de vignes classés A dans le Douro Supérieur, le développement valeurs des Marques internationales Rozes et Sao Pedro s'est confirmé sur 2010 via la commercialisation de produits qualitatifs, à plus forte valeur ajoutée (LBV, Vintage, vins âgés). Le lancement des Portos Terras Do Grifo est venu compléter cette démarche qualitative en 2010 à travers la mise sur le marché de jeunes Millésimes, d'une cuvée Spéciale Réserve mais aussi d'un Porto Rosé alliant la tradition avec la modernité de l'innovation.



Le portefeuille de Marques de Vins

Notre portefeuille de Marques de Vins est constitué de trois appellations :

- Les Sables de Camargue
- Les Côtes de Provence
- Les Vins pétillants et effervescents

• Les Vins des Sables de Camargue

Listel est la Marque de référence des Vins du Sud de la France et du littoral méditerranéen, région de production par excellence des Vins Rosés. Listel est une Marque forte, pour les consommateurs comme pour les distributeurs, qui véhicule une image de qualité gustative, soutenue par une forte notoriété. La forme spécifique de sa bouteille est également un élément de reconnaissance immédiate.

A ce jour, **Listel Cuvée du Centenaire** est principalement vendue dans la Grande Distribution en France qui représente son principal débouché. Avec une Part de Marché valeur de près de 10 % du marché des Vins Rosés, Listel assoit son leadership en 2010 notamment par la montée en puissance des BIB – Bag in Box, véritables relais de croissance pour la marque et la catégorie.



Fort de sa position actuelle, le développement de la Marque Listel est désormais axé sur les marques « Pink Flamingo » et « Franc de Pied » exclusivement réservées au circuit On-Trade (cavistes et CHR).

Le lancement de ces nouveaux produits en 2007 a permis à la Marque de se développer sur des circuits sélectifs à fort potentiel ainsi que d'affirmer la présence de la Marque Listel à l'international. **Franc de Pied** s'est notamment distingué grâce à ses qualités organoleptiques rares (vin élaboré à partir de vignes plantées dans les sables de la Camargue, où les ceps ont su résister aux assauts du phylloxera). Ce vin unique est l'expression d'un savoir-faire historique et représente l'excellence du savoir-faire du Maître de Chais des Domaines Listel.



• Les Côtes de provence

La Marque Billette est à ce jour essentiellement vendue en Grande Distribution en France. Leader incontesté du marché des vins de Provence (8,5 % de Part de Marché valeur), Billette s'illustre toujours par une progression continue de ses résultats via notamment le relais de croissance que constituent les formats BIB - Bag In Box. Pour accompagner la croissance de cette référence incontournable du marché, un nouveau packaging Billette a vu le jour en 2010.



Afin de continuer à porter le développement qualitatif des ventes de Côtes de Provence et promouvoir l'excellence des Vins de Provence, notamment en On-Trade, les efforts du Groupe se sont maintenus sur la Marque La Gordonne via les références Château La Gordonne et Chapelle Gordonne.

• Les Vins pétillants et effervescents

Listel a depuis toujours élaboré des sparklings de grande qualité issus de nos vignes grâce à une vinification exemplaire : le Brut de Listel.

Autre élaboration originale de la Marque Listel, les Pétillants de Listel sont des vins élaborés à partir de pétillant de raisin obtenu par fermentation partielle de moûts de raisin frais (la fermentation est stoppée par le froid). Ces vins reçoivent l'adjonction d'un arôme naturel selon leurs références et ne contiennent ni conservateurs ni sucre ajouté (degré alcoolique de 3.5 % vol. sauf le Pétillant de Raisin à 2.5 % vol.).



Les pétillants de Listel sont ultra leaders de leur catégorie en France (plus de 55 % de Part de Marché valeur).

6.2 Principaux marchés

Le Groupe VRANKEN-POMMERY MONOPOLE intervient sur trois grands marchés distincts :

- le marché du Champagne principalement,
- le marché du Porto,
- le marché des Vins.

6.2.1 Le marché du Champagne

La Champagne est une région limitée dans son appellation, qui couvre environ 34.000 hectares. L'exploitation des vignes est réalisée à plus de 90 % par les Vignerons et Coopératives, contre 10 % pour les Maisons de Champagne. Le marché viticole est donc fortement segmenté.

Inversement, ces mêmes Maisons de Champagne ont globalement commercialisé plus de 68 % des bouteilles de Champagne à travers le monde et les cinq premiers groupes ont à eux seuls réalisé 2/3 du chiffre d'affaires, de sorte qu'au phénomène de segmentation s'ajoute un phénomène de concentration.