



Tours-sur-Marne, le 30 novembre 2011

LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Laurent-Perrier annonce une forte progression de ses résultats pour le premier semestre de l'exercice 2011-2012

- **Résultats conformes aux orientations stratégiques**
 - Croissance de la marque Laurent-Perrier supérieure à celle du marché
 - Augmentation de la part des champagnes haut de gamme et du poids des ventes à l'international
 - Effet prix/mix nettement positif
 - Amélioration significative de la marge opérationnelle
 - Poursuite du redressement du cash-flow net et du désendettement

Les comptes du premier semestre de l'exercice 2011-2012 ont été examinés par le Conseil de Surveillance, réuni sous la présidence de Maurice de Kervénoaël.

Principales données financières auditées

En millions d'euros au 30 septembre	S1 2010-2011	S1 2011-2012	Variation vs N-1
Chiffre d'affaires	81,2	92,0	+ 13,3%
Résultat opérationnel	9,9	19,9	x 2
Marge opérationnelle %	12,2%	21,6%	+ 9,4 pts
Résultat net part du Groupe	2,96	9,49	x 3
Bénéfice par action (en euros)	0,50	1,61	+ 1,11€
Cash flow net*	- 17,2	- 14,2	+ 3,0M€

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

Performances commerciales supérieures à celles du marché

La progression de 13,3% du chiffre d'affaires traduit une performance commerciale supérieure à celle du marché : les volumes du Groupe ont ainsi progressé de 5,8%, alors que les expéditions mondiales des maisons de champagne n'augmentaient que de 2,2% entre avril et septembre 2011.

La marque Laurent-Perrier, grâce à l'accélération de son développement, a dynamisé les performances du Groupe. Ses indicateurs de valeur ont poursuivi leur redressement amorcé en 2009-2010 : le taux d'export a gagné 3,8 points à 73,8% et le taux de haut de gamme a gagné 3,3 points à 38,4%. L'activité a été particulièrement dynamique sur les marchés situés hors d'Europe, dont le poids dans les ventes s'est accru de 3 points par rapport au premier semestre de l'exercice précédent. On citera en particulier les Etats-Unis et le Japon où les ventes ont été en forte hausse sur le semestre, confirmant ainsi l'internationalisation croissante de la marque.

Tirant parti d'une politique régulière et cohérente d'investissement en développement de marque, Laurent-Perrier a bénéficié du bon accueil réservé aux nouveaux habillages de la gamme des bruts lancés en janvier, du lancement du millésime 2002 et des actions de communication faites autour de la Cuvée Rosé.

L'effet prix/mix du Groupe est redevenu nettement positif à + 7,8% (à comparer à - 15,7% au premier semestre de l'exercice précédent), grâce au poids accru de la marque Laurent-Perrier dans le chiffre d'affaires, au succès du lancement du Millésime 1999 de Salon et à la hausse des prix passée au cours du premier trimestre.

Amélioration significative de la marge opérationnelle

Pour le troisième semestre consécutif, le résultat opérationnel s'inscrit en augmentation. Il progresse de près de 10 millions d'euros par rapport au premier semestre de l'exercice précédent, permettant ainsi à la marge opérationnelle de repasser la barre des 20% à 21,6%. Cette amélioration significative illustre les progrès suivants :

- La marge brute se redresse à 51,1%, soit un gain de 3,2 points au premier semestre, grâce à un prix/mix positif, conjugué à l'amélioration de la marge vendange liée à la hausse des rendements.
- A 27,5 millions d'euros, les charges commerciales et administratives reculent de 1,2 million d'euros sur la période. Cette diminution traduit la poursuite de la gestion rigoureuse du Groupe. Les investissements de développement de marque ont représenté 7,3% du chiffre d'affaires, un pourcentage en ligne avec la moyenne historique.

Le résultat financier est stable par rapport au premier semestre 2010-2011 à 5,3 millions d'euros. Le taux d'impôt s'inscrit en légère baisse à 34,5%.

Le résultat net part du Groupe atteint ainsi 9,49 millions d'euros, soit trois fois le montant du premier semestre de l'exercice précédent.

Poursuite du redressement du cash-flow net et du désendettement

Par rapport à l'année précédente, le cash-flow net a continué à se redresser. Même s'il est resté négatif conformément à la saisonnalité de l'activité, il s'est amélioré de 3 millions d'euros au cours du semestre, grâce au triplement du résultat net et à la stabilisation du niveau des stocks.

Le Groupe a ainsi franchi une nouvelle étape dans son désendettement, qui recule, en douze mois, de 30 millions d'euros, permettant au ratio de l'endettement net sur les fonds propres de baisser de 29 points en un an à 120%.

Par ailleurs, les stocks restent bien plus élevés que l'endettement net, puisqu'ils représentent 1,65 fois le montant de celui-ci, contre 1,51 fois un an auparavant.



Perspectives 2011-2012

Les performances tant commerciales que financières du premier semestre ne sauraient être extrapolées sur l'ensemble de l'année en cours. En effet, l'environnement économique mondial sera plus incertain au second semestre et la base de comparaison moins favorable.

Pour autant, le Groupe confirme ses orientations stratégiques.

Sa priorité demeure l'accélération du développement international de la marque Laurent-Perrier. Celui-ci sera accompagné par des investissements en développement de marque soutenus, notamment avec la célébration du bicentenaire de la Maison en 2012.

Le Groupe continuera à renforcer sa structure financière, conformément aux souhaits des actionnaires familiaux qui entendent défendre l'indépendance de la Maison et poursuivre son développement dans la durée.

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.

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

Marie PAMART-COSTENOBLE
Chargée de Communication
☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com

Calendrier financier prévisionnel

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2011-2012 : 14 février 2012

Résultats annuels de l'exercice : 30 mai 2012

Annexe

Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires

	2010-2011					2011-2012		
	T1 1 ^{er} avril - 30 juin	T2 1 ^{er} juillet - 30 sept.	S1 1 ^{er} avril - 30 sept.	T3 1 ^{er} octobre - 31 déc.	T4 1 ^{er} janvier - 31 mars	T1 1 ^{er} avril - 30 juin	T2 1 ^{er} juillet - 30 sept.	S1 1 ^{er} avril - 30 sept.
Chiffre d'affaires (M€)	36,8	44,4	81,2	84,2	32,4	41,0	51,0	92,0
Variation / N-1	17,3%	28,6%	+ 23,2%	12,7%	3,8%	11,5%	14,8%	13,3%
Dont								
<i>Effet Volume</i>	40,3%	35,1%	37,6%	15,2%	8,4%	- 2,0%	12,2%	5,8%
<i>Effet Prix/Mix</i>	- 24,1%	- 8,2%	- 15,7%	- 3,9%	- 5,4%	14,0%	2,8%	7,8%
<i>Effet de change</i>	1,0%	1,6%	1,4%	1,4%	0,8%	- 0,5%	- 0,2%	- 0,3%