

Communiqué financier

Chiffre d'affaires annuel 2015 de Vranken-Pommery Monopole : 296,6 M€ A périmètre comparable, ventes de marques + 0,8%

Reims, le 21 janvier 2016

Le Chiffre d'Affaires de Vranken-Pommery Monopole s'inscrit à 296,6 M€ pour l'exercice 2015 contre 322,9 M€ pour l'exercice précédent, soit une variation de 26,3 M€. Ceci s'explique exclusivement par la variation de périmètre représentant 21,3 M€ suite à la mise en équivalence de Listel SAS (CA 2015 : 58,2 M€) au 30 juin 2014, et par la réduction des ventes de vins génériques.

A périmètre comparable, le Chiffre d'Affaires des ventes de vins de marques, générateur de marges, enregistre une progression de 0,8 %.

Le Groupe, qui a fait le choix d'une facturation à l'export essentiellement en euros, ne profite pas de l'effet d'aubaine conjoncturel des variations actuelles des devises.

En millions d'euros	Exercice clos le 31 décembre			
	2015	Retraité 2014*	Variation	Variation en %
Champagne	239,6	238,6	+1,0	0,4 %
Vins de Provence et de Camargue	15,0	13,8	+1,2	8,7 %
Autres	18,8	18,8		
Sous-Total Ventes de marques	273,4	271,2	+2,2	0,8 %
Ventes inter-professionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	23,2	30,4	-7,2	-23,7 %
Total CA (1er Janv / 31 déc) avec CA 2014 Retraité	296,6	301,6	-5,0	-1,7 %
Total CA (1er janv / 31 déc) avec CA 2014 Publié		322,9		
Effet périmètre		21,3		

*Retraitement des ventes 2014 de vins rosés suite au changement de périmètre

Champagne

Vranken-Pommery Monopole connaît un fort développement de ses ventes à destination des Pays Tiers, +15%, essentiellement au Japon, en Australie et aux Etats-Unis, résultat d'une implantation réussie des filiales au cours de ces dernières années.

Cependant, les attentats de Paris et les événements de Bruxelles ont impacté négativement et significativement la grande restauration et l'hôtellerie et, par voie de conséquence, les ventes en France et en Belgique où le Groupe détient des positions historiquement significatives. Le développement des ventes des Marques Pommery et Heidsieck & Co Monopole en Grande-Bretagne ont compensé en partie les difficultés rencontrées en Europe Continentale.

Dans un souci de respect de sa politique de valorisation du portefeuille de marques, le Groupe a privilégié, en 2015, l'optimisation de ses différents référencements.

Vins de Provence et de Camargue

Sur l'année complète, les ventes de vins de Provence et de Camargue s'inscrivent en progression de +8,7 %. Après une année particulièrement dynamique, les ventes de vins rosés aux Etats-Unis représentent désormais près de 20% de l'activité « Vins de Provence et de Camargue » du Groupe.

Perspectives

Vranken-Pommery Monopole poursuit la mise en œuvre de synergies au sein de son réseau de distribution intégré par le lancement de nouveaux produits, tant en Champagne qu'en Sparklings.

En millions d'euros	Exercice clos le 31 décembre			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagne (*)	239,6	238,6	1,0	0,4 %
Vins de Provence et de Camargue (**)	15,0	53,0	-38,0	-71,7 %
Autres	18,8	18,5	0,3	1,6 %
Sous-Total Ventes de marques	273,4	310,1	-36,7	-11,8 %
Ventes interprofessionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	23,2	12,8	10,4	81,3 %
Total CA (1^{er} janvier - 31 décembre)	296,6	322,9	-26,3	-8,1 %

En millions d'euros	T4 (1 ^{er} octobre - 31 décembre)			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagne (*)	117,2	114,9	2,3	2,0 %
Vins de Provence et de Camargue (**)	2,2	16,1	-13,9	-86,3 %
Autres	6,2	6,4	-0,2	-3,1 %
Sous-Total Ventes de marques	125,6	137,4	-11,8	-8,6 %
Ventes interprofessionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	16,2	5,7	10,5	184,2 %
Total CA T4 (1^{er} octobre - 31 décembre)	141,8	143,1	-1,3	-0,9 %

En millions d'euros	1 ^{er} janvier - 30 septembre			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagne (*)	122,4	123,7	-1,3	-1,1 %
Vins de Provence et de Camargue (**)	12,8	36,9	-24,1	-65,3 %
Autres	12,6	12,1	0,5	4,1 %
Sous-Total Ventes de marques	147,8	172,7	-24,9	-14,4 %
Ventes interprofessionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	7,0	7,1	-0,1	-1,4 %
Total CA (1^{er} janvier - 30 septembre)	154,8	179,8	-25,0	-13,9 %

(*) hors ventes inter-professionnelles

(**) incluant pour l'année 2014 les ventes réalisées avant la mise en place de la JV et les ventes faites à Listel SAS dans ce cadre

Prochaine communication

Publication des résultats annuels 2015 : 31 mars 2016

A propos de Vranken-Pommery Monopole

Vranken-Pommery Monopole est le deuxième acteur Champenois.

Implanté en Champagne, en Provence, en Camargue et dans le Douro, il est le premier vigneron en Europe.

Son portefeuille de marques comprend :

- les grandes marques de Champagne VRANKEN, POMMERY, HEIDSIECK & CO MONOPOLE et CHAMPAGNE CHARLES LAFITTE ;
- les marques de Porto -ROZES et SAO PEDRO-, et des vins du Douro TERRAS DO GRIFO ;
- les Rosés Sable de Camargue DOMAINE ROYAL DE JARRAS et Côtes de Provence CHATEAU LA GORDONNE.

Il est par ailleurs copropriétaire, avec le Groupe Castel, du portefeuille de marques LISTEL.

Vranken-Pommery Monopole est une société cotée sur NYSE Euronext Paris et Bruxelles.

(Code "VRAP" (Paris), code "VRAB" (Bruxelles) ; code ISIN : FR0000062796).

Contacts

Vranken-Pommery Monopole :

Patrice Proth, Secrétaire Général
+ 33 3 26 61 62 34, comfi@vrankenpommery.fr

Presse

Claire Doligez, +33 1 53 70 74 25, cdoligez@image7.fr
Caroline Simon, +33 1 53 70 74 65, caroline.simon@image7.fr