



Résultats 2005/2006 :  
Progression de la marge brute  
Retour de la rentabilité et de la croissance

Chablis, le 10 juillet 2006,

Au 31 mars Millions d'euros	2005/2006	2004/2005
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>26,1</b>	26,7
<b>Taux de marge brute</b>	<b>58,9%</b>	53,6%
<b>Résultat opérationnel</b> <i>En % du chiffre d'affaires</i>	<b>1,2</b> 4,6%	1,2 4,5%
<b>Résultat opérationnel retraité des éléments non récurrents</b> <i>En % du chiffre d'affaires</i>	<b>1,8</b> 6,9%	1,2 4,5%
<b>Résultat net part du groupe</b> <i>En % du chiffre d'affaires</i>	<b>0,1</b> 0,4%	(0,1) -

Comptes consolidés



**STABILISATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL**

Le chiffre d'affaires consolidé 2005/2006 clôturé au 31 mars s'élève à 26,1 M€, soit une baisse de 2,2% par rapport à l'exercice 2004/2005 (26,7 M€). Ceci s'explique par :

- **La mise en place du nouveau système d'information intégré (ERP)** au début du mois d'avril 2006 a nécessité la fermeture totale des sites de production sur la dernière semaine de mars.
- **La suppression des gammes de produits non stratégiques** et le recentrage de l'activité du Groupe sur les produits et sur les marchés à plus forte valeur ajoutée ont privilégié la rentabilité au détriment de la croissance.

Cependant, les premiers signes d'inflexion de tendance sont apparus dès le deuxième trimestre 2005/2006. L'activité est ainsi passée de - 11% au premier trimestre 2005-2006, à +1% au 2<sup>ème</sup> trimestre, à + 3 % au troisième trimestre pour terminer sur **une croissance de +11% au dernier trimestre**.

Le Groupe achève ainsi l'exercice sur un chiffre d'affaires quasi stabilisé et porte son activité à l'export à 82 %.

Dans le même temps, **LAROCHE a renforcé ses positions dans les circuits sélectifs** et réalise désormais 72% de son chiffre d'affaires dans le réseau *Traditionnel* (CHR, cavistes, grossistes) et 13% dans le *Travel Retail* (duty free, compagnies aériennes....).



## REDRESSEMENT DES MARGES

La politique combinée de recentrage des ventes dans les réseaux sélectifs et d'application d'une politique de marque ont permis au Groupe **d'améliorer son taux de marge brute de 5,3%, passant de 53,6% à 58,9%**.

L'amélioration des performances opérationnelles de la filiale de production viticole située à Béziers au Mas la Chevalière explique en majeure partie cette performance.

Le résultat opérationnel du Groupe est resté stable à 1,2 M€ par rapport à l'exercice précédent. Des coûts exceptionnels liés principalement à l'acquisition de la propriété viticole sud-africaine, à la réorganisation chilienne et à la mise en place du nouveau système d'information intégré ont pesé sur ce résultat opérationnel de manière non récurrente pour un montant de 0,6 M€.

**Retraité de ces coûts, le résultat opérationnel du Groupe ressort à 1,8 M€, en croissance de 50% par rapport à l'exercice précédent.**

Le résultat net part du groupe s'établit à 0,1 M€, contre une perte de (0,1 M€) en 2004/2005 du fait de l'amélioration du résultat financier.



## PERSPECTIVES : POURSUITE DE LA CROISSANCE ET DE L'AMELIORATION DES MARGES

Les investissements réalisés en 2005 et la pertinence du positionnement de LAROCHE en tant que marque de vins haut de gamme permettent au Groupe d'envisager l'avenir avec confiance.

Le nouvel exercice 2006/2007 s'annonce prometteur. Les ventes des produits de la nouvelle marque LAROCHE ont poursuivi leur progression. Ainsi, sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2006/2007, le chiffre d'affaires ressort à 7,8 M€, en croissance de 25% par rapport à l'exercice précédent.

LAROCHE va continuer à bénéficier pleinement de la montée en puissance de ses deux nouveaux relais de croissance installés dans le Nouveau Monde : au Chili et en Afrique du Sud.

La présentation des derniers millésimes des productions françaises LAROCHE et des nouvelles lignes de produits du Nouveau Monde ont permis de tester l'engouement des réseaux de distribution sur l'ensemble de la gamme du Groupe à la London Wine Trade Fair.

Sur la base d'une stratégie marketing et commerciale éprouvée et de ses relais de croissance, LAROCHE anticipe en 2006/2007 une poursuite de la croissance de son activité et de ses résultats.

---

### **A propos de Laroche**

*Le Groupe LAROCHE, créateur de vins haut-de-gamme est implanté à Chablis, dans le Sud de la France, au Chili et en Afrique du Sud. Sous la signature prestigieuse « LAROCHE », le groupe décline une gamme complète et diversifiée de vins orientés haut-de-gamme qu'il commercialise par l'intermédiaire d'un réseau de distribution sélectif.*

*International, le Groupe LAROCHE exporte 82% de son activité dans 71 pays.*

Code ISIN : FR0000077117 – ALLAR / Code ISIN BSAR : FR0010311613 - ALLBR

[www.larochevines.com](http://www.larochevines.com)

---

L A R  C H E

VOS CONTACTS

Pour ACTUS

Michel Laroche

Gilles Broquelet –CAP VALUE

Président du Directoire  
Tél : 03 86 42 89 00

Relations Analystes-Investisseurs / Relations presse  
Tél : 01 46 37 59 36 - 06 85 82 41 97  
[gbroquelet@capvalue.fr](mailto:gbroquelet@capvalue.fr)