



Tours-sur-Marne, le 31 Mai 2011

LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Laurent-Perrier annonce une progression de 39,5% de son résultat net et un renforcement de sa structure financière au cours de l'exercice 2010-2011

- **Confirmation de la reprise :**
 - o Chiffre d'affaires en progression de 15,1%
 - o Résultat opérationnel en hausse de 15%, avec une accélération au 2^{ème} semestre
- **Net renforcement de la structure financière :**
 - o Retour à un cash flow net largement positif à 26,6 M€
 - o Amélioration de 25 points du ratio endettement net sur fonds propre à 116%
- **Perspectives 2011-2012 :**
 - o Marge opérationnelle en progrès
 - o Poursuite du désendettement

Principales données financières auditées

En millions d'euros au 31 Mars	2009-2010	2010-2011					
		S1	Var N-1	S2	Var N-1	Total	Var N-1
Chiffre d'affaires	171,8	81,2	+ 23,2%	116,6	+ 10,1%	197,8	+ 15,1%
Résultat opérationnel	28,7	9,9	+ 9,6%	23,0	+ 17,5%	33,0	+ 15,0%
Marge opérationnelle %	16,7%	12,2%	- 1,5pt	19,8%	+ 1,3pt	16,7%	-
Résultat net part du Groupe	10,6	2,96	+ 71,1%	11,85	+ 33,3%	14,8	+ 39,5%
Bénéfice par action (en euros)	1,81	0,50	+ 72,4%	2,02	+ 33,1%	2,52	+ 39,3%
Cash flow net*	- 25,9	- 17,2	+ 28,1€	43,8	+ 24,3 M€	26,5	+ 52,4 M€

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

Accélération de la croissance du résultat opérationnel au deuxième semestre

Le Conseil de Surveillance, réuni sous la présidence de Maurice de Kervénoaël, a examiné les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2011. Après avoir enregistré un recul de son chiffre d'affaires de plus de 5% au cours de l'exercice précédent, les performances commerciales et financières du Groupe en 2010-2011 confirment le bon démarrage d'un nouveau cycle de croissance. Ainsi, les ventes ont progressé de plus de 15% en un an. L'activité a été particulièrement soutenue au second semestre : malgré une base de comparaison moins favorable qu'au premier semestre, le Groupe affiche une progression de 10,1% de son chiffre d'affaires, supérieure à celle du marché. En effet, les volumes du Groupe ont progressé de 13,2% entre octobre 2010 et mars 2011, alors que les expéditions mondiales de champagne n'augmentaient que de 4,2% durant cette période.

L'effet prix/mix gagne 3,1 points par rapport à l'an dernier. Il s'inscrit en net progrès dans la deuxième partie de l'année, au fur et à mesure que le mix marque redevient plus favorable. Au dernier trimestre, la marque Laurent-Perrier a commencé à bénéficier des hausses de prix comprises entre + 2 et + 3% passées sur la plupart de ses marchés. Ses indicateurs de valeur ont continué à être bien orientés avec, notamment, une progression de près de 3 points de pourcentage du taux d'export à 71% du chiffre d'affaires. L'activité a été particulièrement dynamique au Royaume-Uni, en Allemagne et aux Etats-Unis, où les ventes sont en croissance d'au moins 30%. Le taux de haut de gamme a également augmenté de 0,4 point au cours de l'exercice pour atteindre 35,5% du chiffre d'affaires, soutenu en particulier par le succès de la Cuvée Rosé.

Les charges commerciales et administratives ont progressé de 2% par rapport à l'an passé. Elles reflètent, entre autres, la hausse des frais variables de transport corrélée à celle des volumes. Comme anticipé, les investissements de développement de marque ont été moins forts au second semestre, la plupart des opérations ayant été réalisées en début d'exercice, au cours duquel elles avaient progressé de plus de 20%. Sur l'ensemble de l'année, les investissements de développement de marque atteignent 7,6% du chiffre d'affaires, un niveau comparable à la moyenne des années précédentes.

La progression de 15% du résultat opérationnel traduit l'accélération dont le Groupe a bénéficié au cours du second semestre. Si, à 16,7%, la marge opérationnelle est stable par rapport à celle de l'exercice précédent, elle s'améliore sensiblement dans la seconde partie de l'année où elle atteint 19,8%. Ainsi, et tenant compte de la diminution de 17,3% des charges financières, le résultat net consolidé progresse de 39,5% par rapport à 2009-2010.

Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires

Groupe (M€)	T1	T2	S1	T3	T4	S2	Total
Chiffre d'affaires 2009-2010	31,4	34,6	65,9	74,7	31,2	105,9	171,8
Chiffre d'affaires 2010-2011	36,8	44,4	81,2	84,2	32,4	116,6	197,8
Variation en %	17,3%	28,6%	23,2%	12,7%	3,7%	10,1%	15,1%
Effet de Change	1,0%	1,6%	1,4%	1,4%	0,8%	1,2%	1,3%
Effet Volume	40,3%	35,1%	37,6%	15,2%	8,4%	13,2%	22,6%
Effet Prix/Mix	- 24,1%	- 8,2%	- 15,7%	- 3,9%	- 5,4%	- 4,3%	- 8,9%



Retour à un cash flow net positif sur l'ensemble de l'exercice

Pour la première fois depuis 4 ans, le Groupe a renoué avec un cash-flow net positif : à 26,6 M€, il a permis de ramener l'endettement net consolidé de 331,6 M€ à 304 M€ en un an.

Grâce à cette réduction de l'endettement, conjuguée au renforcement des fonds propres, le ratio d'endettement net sur fonds propres s'est fortement amélioré : il est passé de 142% au 31 mars 2010 à 116% au 31 mars 2011. Ce niveau est équivalent à celui atteint en 2007-2008, lors du précédent haut de cycle. De même, le ratio de la valeur des stocks sur l'endettement net se monte à 148%, un progrès de 8 points de pourcentage par rapport au 31 mars 2010.

Enfin, le retour sur capitaux employés amorce son redressement pour s'établir à 5,5%.

Perspectives 2011-2012

Grâce à une stratégie de valeur menée sans fléchir depuis plusieurs années et associée à une politique d'investissements à long terme, le Groupe est aujourd'hui parfaitement organisé pour améliorer ses performances au cours de la nouvelle phase d'expansion qui se dessine.

Dans cette perspective, la croissance du Groupe se poursuivra en 2011-2012, essentiellement grâce à la marque Laurent-Perrier, qui aura un impact positif sur la marge opérationnelle. Le développement de celle-ci sera soutenu par :

- le lancement, pour ses cuvées Brut et Demi-Sec, d'un nouvel habillage, reflet plus affirmé du style du vin et des valeurs de la marque ;
- la mise sur le marché du Millésime 2002 ;
- un dispositif de communication complet pour la Cuvée Rosé, destiné à la fois aux prescripteurs et aux consommateurs ;
- et la mise en valeur de l'art de vivre à la française grâce à Grand Siècle et son aiguière, objet en étain unique et original.

Les efforts commerciaux continueront de porter prioritairement sur les marchés à fort potentiel de développement, tels que l'Asie, les Amériques ou la Russie, tout en renforçant les positions sur les marchés européens, où le Groupe peut s'appuyer sur la solidité de son propre réseau commercial. Enfin, grâce à la gestion rigoureuse des exercices passés, la base de coûts a été optimisée, ce qui contribuera également à l'amélioration de la marge opérationnelle.

Le cash-flow net, qui devrait continuer à être positif, sera essentiellement affecté à la poursuite du désendettement. S'appuyant sur une structure financière toujours plus solide, le Groupe réaffirme ainsi son indépendance capitalistique et aborde 2012, l'année du bicentenaire de la Maison Laurent-Perrier, avec confiance et détermination.



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 Laurent-Perrier appartient au compartiment B d'Euronext Paris.

Bloomberg : LAUR FP Il entre dans la composition des indices CAC Mid & Small,
CAC Mid 60 et CAC All-Tradable

Reuters : LPER.PA

Etienne AURIAU
Directeur Administratif et Financier

Agnès RICHER de FORGES
Chargée de Communication

☎ 03.26.58.91.22

☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com

Calendrier financier prévisionnel

Assemblée générale :

Mercredi 6 juillet 2011

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2011-2012 :

Mercredi 20 juillet 2011