

Communiqué financier

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2015 : 92,9 M€

***Un premier semestre marqué par une hausse soutenue du mix-prix et par un effet périmètre
Les objectifs annuels budgétés sont confirmés***

Reims, le 23 juillet 2015

Le chiffre d'affaires de Vranken-Pommery Monopole s'inscrit au 30 juin 2015, à 92,9 M€ contre 122,1 M€ pour le premier semestre 2014.

Cette variation s'explique principalement par un effet périmètre. L'activation au 30 juin 2014 de la Joint Venture avec le groupe Castel pour l'activité vins rosés de négoce, consolidée par mise en équivalence à compter de cette date, conduit mécaniquement à la perte du chiffre d'affaires correspondant sur le 1^{er} semestre, représentant 21,3 M€ en 2014.

A périmètre comparable, l'activité des marques enregistre un retrait de 3,9%.

A périmètre comparable / proforma S1 2014	S1 (1er Janvier - 30 juin)			
En millions d'euros	2015	Proforma 2014	Variation	Variation en %
Champagne	73,7	78,8	- 5,1	-6,5%
Vins Provence et Camargue	8,2	7,3	0,9	12,3%
Autres	8,6	8,1	0,5	6,2%
Sous total Ventes de marques	90,5	94,2	- 3,7	-3,9%
Ventes inter-professionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	2,4	6,6	- 4,2	-63,6%
Sous total	2,4	6,6	- 4,2	-63,6%
Total CA S1 (avec 2014 Proforma)	92,9	100,8	- 7,9	-7,8%
Total CA S1 (avec 2014 Publié)		122,1		
Effet périmètre		21,3		

Par ailleurs, les ventes interprofessionnelles et les ventes de génériques, à faible marge, s'inscrivent en réduction sensible de - 4,2 M€ sur le semestre conformément à la stratégie du Groupe axée sur le développement du portefeuille de marques internationales.

Les ventes de vins de Champagne, activité principale de Vranken-Pommery, sont marquées par un report sur le second semestre d'opérations en Europe du Nord. Cet effet devrait être lissé sur l'année pleine. Il est à rappeler que le 1^{er} semestre ne représente traditionnellement que 30% du chiffre d'affaires annuel.

La baisse relative du chiffre d'affaires ne doit pas masquer les résultats positifs de la politique commerciale sélective menée dans le cadre de la stratégie du groupe axée sur la valorisation des produits. Ainsi l'effet mix prix s'élève à + 2,8% sur ce 1^{er} semestre 2015.

Les ventes de vins rosés et gris de Domaines & Châteaux enregistrent un développement très significatif à +12,3% porté par le dynamisme des ventes sur le marché américain notamment.

Perspectives

Les ventes enregistrées, à date, pour le second semestre sont bien orientées, et les objectifs annuels budgétés sont maintenus. Compte tenu de la saisonnalité de l'activité, le groupe ne communique pas d'objectifs chiffrés.

En millions d'euros	S1 (1 ^{er} janvier / 30 juin)			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagnes (*)	73,7	78,8	-5,1	-6,5%
Vins de Provence et de Camargue (*)	8,2	28,9	-20,7	-71,6%
Autres	8,6	7,8	0,8	10,3%
Sous-Total ventes de marques	90,5	115,5	-25,0	-21,6%
Ventes inter-professionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	2,4	6,6	-4,2	-63,6%
Sous-Total	2,4	6,6	-4,2	-63,6%
Total CA S1	92,9	122,1	-29,2	-23,9%

En millions d'euros	T2 (1 ^{er} avril / 30 juin)			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagnes (*)	34,6	42,2	-7,6	-18,0%
Vins de Provence et de Camargue (*)	5,7	17,9	-12,2	-68,2%
Autres	4,7	4,2	0,5	11,9%
Sous-Total ventes de marques	45,0	64,3	-19,3	-30,0%
Ventes inter-professionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	1,4	4,0	-2,6	-65,0%
Sous-Total	1,4	4,0	-2,6	-65,0%
Total CA T2	46,4	68,3	-21,9	-32,1%

En millions d'euros	T1 (1 ^{er} janvier / 31 mars)			
	2015	2014	Variation	Variation en %
Champagnes (*)	39,1	36,6	2,5	6,8%
Vins de Provence et de Camargue (*)	2,5	11,0	-8,5	-77,3%
Autres	3,9	3,6	0,3	8,3%
Sous-Total ventes de marques	45,5	51,2	-5,7	-11,1%
Ventes inter-professionnelles (produits semi-finis) et vins génériques	1,0	2,6	-1,6	-61,5%
Sous-Total	1,0	2,6	-1,6	-61,5%
Total CA T1	46,5	53,8	-7,3	-13,6%

(*) hors ventes inter-professionnelles

Prochaine communication

Mise en ligne du Rapport Financier Semestriel 2015 : 14 septembre 2015

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