



## Communiqué de Presse

### RESULTATS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2009

#### GAIN SIGNIFICATIF DE PARTS DE MARCHÉ ET BONNE RESISTANCE DE LA RENTABILITE

**Reims, le 31 août 2009** – Le Conseil d'Administration de Vranken-Pommery Monopole s'est réuni le 28 août 2009 sous la présidence de Paul-François Vranken et en présence des Commissaires aux Comptes pour arrêter les comptes du Groupe pour le premier semestre 2009.

<b>Comptes consolidés</b> En millions d'euros	<b>30.06.2009</b>	30.06.2008 Publié	30.06.2008 Retraité(*)
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>83,0</b>	90,3	90,3
<b>Résultat opérationnel</b> <i>Marge opérationnelle (en % du Chiffre d'affaires)</i>	<b>7,2</b> 8,7 %	10,3 11,4 %	11,0 12,1 %
<b>Résultat net</b>	<b>-2,9</b>	-1,9	-1,9

(\*) Retraitements des frais liés à la vendange et reclassements d'actifs courants (IAS8)

#### Activité : succès commerciaux et gain significatif de parts de marché

Dans un contexte général dégradé qui entraîne une baisse du marché de l'ordre de 30%, le Groupe Vranken-Pommery Monopole préserve son activité en volume de ventes, et sa part de marché a progressé sur le semestre, passant de 7,5% à 9,7 % du marché des Maisons de Champagne.

Si le mix-produit est défavorable dans l'environnement actuel, le maintien du positionnement prix des Marques Internationales de Champagne, Vranken, Pommery, Heidsieck & C° et Charles Lafitte, permet de procurer un effet prix stable.

Par ailleurs, compte tenu des ventes de Vranken-Pommery Monopole réalisées à 90 % en Europe, l'effet devise reste limité et l'impact négatif est de l'ordre de 0,2 M€.

Premier créateur d'un portefeuille de Marques de Champagne, Vranken-Pommery Monopole puise les raisons de sa dynamique dans cinq atouts principaux :

- un réseau de vente très mobilisé, fort de plus de 220 commerciaux intégrés
- une position historiquement forte en Europe du Nord, berceau de la consommation du Champagne
- une politique très rigoureuse de la gestion des stocks « aval » des réseaux de distribution propres, mise en place depuis 7 ans
- 4 Marques internationales installées dans le monde entier et qui sont des référents qualitatifs pour les consommateurs
- la création et l'innovation marketing ininterrompues et adaptées aux circonstances.

## **Résultats : bonne résistance de la rentabilité opérationnelle**

### ■ Compte de résultat

- Le résultat opérationnel s'élève à 7,2 millions d'euros au 30 juin 2009 contre 11 millions au 30 juin 2008. Dans le contexte d'un mix produit plus défavorable au cours de la période, les ventes des Champagnes de Marques Internationales ont permis une bonne résistance de la rentabilité opérationnelle qui s'élève à 8,7 %. Toutefois, la forte saisonnalité de l'activité Champagne ne permet pas d'extrapoler la rentabilité semestrielle sur une année pleine.
- Les charges financières nettes sur le 1er semestre 2009 s'élèvent 10,2 millions d'euros contre 13,0 millions d'euros au 1er semestre 2008. Cette réduction des charges financières est majoritairement due à la baisse des taux d'intérêts, impactant favorablement l'endettement à taux variable.
- En conséquence, le résultat net s'élève à - 2,9 millions d'euros au 30 juin 2009.

### ■ Endettement net et situation financière

Pour mémoire, un stock minimum de 3 ans est indispensable pour garantir une grande qualité à nos produits et sa constitution implique la mise en place d'un programme de financements spécifiques.

Au 30 juin 2009, l'endettement financier net s'élève à 564 millions d'euros contre 531 millions d'euros au 30 juin 2008. A titre de garantie, le niveau de dettes opérationnelles stratégiques est sécurisé à 100 % par la valeur des stocks à fin juin 2009.

- Au 1er semestre 2009, la progression limitée de l'endettement net résulte d'un accroissement du besoin en fonds de roulement maîtrisé, deux fois inférieur à celui de la précédente période.
- Cet endettement devrait s'inscrire en baisse au second semestre, notamment du fait d'une vendange 2009 significativement inférieure à celle de 2008 en fonction des décisions interprofessionnelles à venir.
- Les capitaux propres consolidés s'élèvent à 226 millions d'euros au 30 juin 2009, traduisant le renforcement de la structure du Groupe.

### ■ Dividendes

L'Assemblée Générale Ordinaire du 10 juin 2009 a décidé la distribution d'un dividende de 1,35 euros par action au titre de l'exercice 2008 correspondant à un montant global de 7 millions d'euros. Ce dividende a été mis en paiement le 15 juillet 2009.

## Perspectives

Le 1<sup>er</sup> semestre représente traditionnellement moins de 30 % du chiffre d'affaires de l'année. Cette saisonnalité est d'autant plus prononcée sur les ventes à l'Export et ne permet donc pas de dégager des tendances affirmées sur l'année.

Les résultats encourageants des analyses de consommations qui extériorisent une tendance soutenue sur les grands marchés européens : France, Allemagne et Italie, et plus particulièrement pour la consommation à domicile, laissent entrevoir la possibilité d'une amélioration du mix produit au second semestre.

Par ailleurs, les décisions de l'Interprofession de la Champagne devraient réduire significativement les volumes de raisin mis en marché à la vendange 2009. C'est dans ce contexte que les volumes de stocks de Vranken-Pommery Monopole permettront de maintenir pour les trois exercices futurs une activité soutenue de ses ventes.

Enfin, si la détérioration du mix produit peut impacter le résultat opérationnel 2009, Vranken-Pommery Monopole entend sécuriser au mieux ses résultats futurs et continuer à gagner des parts de marché dans l'univers privilégié des Marques de grande renommée.

## Prochaines communications

Chiffre d'Affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 : 22 octobre 2009

## A propos de Vranken-Pommery Monopole

Vranken-Pommery Monopole est le deuxième acteur du Champagne. Son portefeuille de grandes Marques comprend VRANKEN et ses Cuvées Diamant et Demoiselle, POMMERY et ses Cuvées Louise et POP, CHARLES LAFITTE et HEIDSIECK & CO. Vranken-Pommery Monopole est propriétaire des Marques de Porto haut de gamme Rozès et Sao Pedro. Enfin, le Groupe est le leader de la distribution des Vins Rosés avec les Vins des Sables -gris de gris- des Domaines Listel et les Vins de Provence -rosé- du Château La Gondonne dont il assure la commercialisation dans le Monde.

Le chiffre d'affaires de Vranken-Pommery Monopole s'élève à 285,8 millions d'euros en 2008. En tenant compte de l'activité de distribution des produits Listel, le volume d'affaires du Groupe, coopérations commerciales déduites, s'établit à plus de 350 millions d'euros de produits à valeur ajoutée.

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

(Code "VRAP", code ISIN : FR0000062796).

Les documents relatifs à ce communiqué sont disponibles sur le site internet de la société.

[www.vrankenpommery.fr](http://www.vrankenpommery.fr)

## CONTACTS

### Vranken-Pommery Monopole :

Paul Bamberger – Directeur Général pbamberger@vrankenpommery.fr Tel : + 33 3 26 61 62 34

### Image 7 :

Claire Doligez – cdoligez@image7.fr Tel : +33 1 53 70 74 25

Caroline Simon – caroline.simon@image7.fr Tel : +33 1 53 70 74 25