



Résultats semestriels 2007/2008

Impact de la hausse conjoncturelle des coûts d'approvisionnement sur les résultats
Montée en puissance des relais de croissance du Nouveau Monde

(M€) au 30 septembre	S1 2007/2008	S1 2006/2007
Chiffre d'affaires	16,92	15,34
Prix de revient vins+matières sèches	8,47	6,13
Marge brute après fournitures	8,45	9,21
Résultat d'exploitation	0,60	1,71
Résultat net part du groupe	0,06	0,65

LAROCHE enregistre un premier semestre contrasté :

- Le chiffre d'affaires semestriel ressort à la hausse, tiré notamment par les activités de Chablis et du Nouveau Monde,
- Malgré une amélioration importante du mix-produit, les marges du pôle Chablis subissent l'impact fort d'un effet de cycle défavorable des coûts d'approvisionnement en vins de négoce,
- Les filiales du Nouveau Monde enregistrent de bons résultats et devraient devenir de nouveaux socles de rentabilité dans les années à venir.

Chablis : Un décalage entre des prix d'achat en hausse et une forte inertie à remonter les prix de vente au cours de l'exercice

Le chiffre d'affaires semestriel de LAROCHE à Chablis ressort à 9 M€, en hausse de 16,9% par rapport au premier semestre de l'exercice précédent. Il représente 53% de l'activité semestrielle et se décompose en volume à 74% en vins achetés à des tiers (achats de vins de négoce) et 26% de vins de production (vins issus de la propriété Domaine Laroche) qui représentent 37% du chiffre d'affaires.

Malgré une forte croissance de l'activité réalisée dans les circuits sélectifs et une amélioration importante du mix produit favorable à la hausse des marges, l'augmentation de 20 % des cours d'approvisionnement sur les vins de négoce fait reculer significativement la marge globale du Groupe.

Plusieurs raisons n'ont pas permis au groupe d'anticiper cet impact conjoncturel :

- Les prix d'achats définitifs, indexés sur les prix de campagne, n'ont été connus qu'en milieu d'année 2007.
- Le système institutionnel de gestion des stocks (VCI) de la région de Chablis a fortement perturbé le marché en créant un sentiment artificiel de rareté (18% des volumes commercialisables avec 12 mois de décalage)
- La hausse brutale du prix d'achat des vins de négoce Chablis qui s'en est suivie n'a pu être que très partiellement répercutée sur les tarifs des vins de la gamme LAROCHE pour l'année 2007.

Parallèlement à ce décalage, le récent système d'information ERP du groupe qui donne entière satisfaction pour tous les aspects industriels reste encore inopérant pour un suivi des marges en temps réel.

Sur le 1^{er} semestre 2007/2008, le groupe enregistre sur la zone Chablis un résultat légèrement négatif de -0,09 M€ contre un bénéfice de 0,58 M€ au 1^{er} semestre 2006/2007.

Sud de la France : une baisse ponctuelle des marges

Au premier semestre 2007/2008, le chiffre d'affaires du Sud de la France s'établit à 5,9 M€, en baisse de 6%. Cette évolution de l'activité se compare à un premier semestre 2006/2007 qui avait enregistré une hausse soutenue de 11%. Malgré de bonnes performances réalisées notamment dans la gamme « Rosé », la rentabilité demeure affectée par la hausse générale des matières sèches.

Le résultat net réalisé par la filiale Mas la Chevalière ressort à 0,24 M€ au 1^{er} semestre 2007/2008 contre 0,43 M€ au 1^{er} semestre de l'exercice précédent.

Filiales du nouveau monde : un décollage confirmé

LAROCHE assiste dans cette zone au décollage de ses relais de croissance. Le chiffre d'affaires s'établit à 0,9 M€ soit le triple du 1^{er} semestre 2006/2007. Les ventes de la filiale chilienne progressent de +189% et celles de la filiale sud-africaine de +50% par rapport à l'exercice précédent.

S'appuyant sur un domaine de 39ha de vignes dans une région très réputée et d'un outil de production et de conditionnement opérationnel et performant, Laroche va désormais tirer tout le potentiel de sa filiale chilienne dans les années venir.

En Afrique du Sud, le groupe a acquis en avril 2007 la propriété « SENTINEL ». Cette propriété attenante à la propriété de L'AVENIR acquise dans des conditions avantageuses répond à un double objectif :

- augmenter et améliorer la visibilité de la marque L'AVENIR en Afrique du Sud qui représente 15% des ventes.
- réaliser un programme immobilier de revente de terrains à bâtir.

Au final, sur le prochain exercice, L'AVENIR devrait ainsi obtenir 43 ha de terres, dont 15,5 ha en vignes, un centre de conférence, une boutique de vente et une excellente visibilité extérieure pour un coût de 0,3 M€.

Parallèlement à ces développements, LAROCHE a lancé début septembre 2007 sa nouvelle gamme de produits « Classic » qui va rapidement contribuer au développement du chiffre d'affaires.

Sur l'ensemble du Nouveau Monde, le résultat ressort pour la première fois à l'équilibre. La forte hausse du résultat au Chili a permis de compenser le coût de développement de la filiale sud-africaine.

Oeno-tourisme:

Le groupe a achevé les travaux de réhabilitation de son Wine Bar-Restaurant-Hôtel « Le Vieux Moulin » à Chablis. Cet investissement qui s'équilibrera dans 2 à 3 ans s'inscrit dans une démarche globale de valorisation de l'image. La situation au 30 septembre 2007 fait ressortir un résultat négatif de - 0,12 M€.

Résultats du groupe :

Les résultats sont principalement affectés par la baisse brutale des marges sur l'activité de négoce de Chablis. La valeur des produits consommés a augmenté de 20% par rapport au premier semestre 2006/2007, faisant ainsi passer la marge brute de 9,21 M€ à 8,45 M€. L'accroissement des ventes de produits haut-de-gamme à plus forte valeur ajoutée n'a pu compenser la dégradation de la marge du Groupe.

Au premier semestre de l'exercice en cours, le résultat d'exploitation ressort en baisse de 65% à 0,60 M€ et ce, malgré la bonne maîtrise générale des charges d'exploitation. Le résultat net s'établit à 0,06 M€ contre 0,65M€ au 1^{er} semestre de l'exercice précédent.

Malgré les investissements conséquents réalisés au cours du semestre écoulé, la situation financière reste équilibrée.

Perspectives :

La stratégie de LAROCHE pour les années à venir va se concentrer autour d'un double objectif :

- réduire sa vulnérabilité face à l'activité cyclique du Chablis Négoce,
- poursuivre le développement de la marque LAROCHE.

Sur les deux prochains millésimes, les coûts d'achats en vins de Chablis devraient décroître progressivement.

Depuis le début du second semestre 2007/2008, LAROCHE a mis en place pour toutes ses filiales, un programme de relèvement général de ses tarifs sur le millésime 2007, un programme de compression des charges de 0,5 M€ en année pleine et de réduction de ses investissements. Cette action n'aura d'effet sur les résultats qu'à partir du prochain exercice. Elle devrait permettre au groupe de conserver ses parts de marché et de redresser ses marges sur le prochain exercice avant de pouvoir rebondir sur l'exercice 2009/2010 en récupérant le manque à gagner.

Le groupe va poursuivre le développement de sa stratégie de marque dont les performances sont avérées : le chiffre d'affaires progresse régulièrement et le mix produits s'améliore ; cette dynamique sera principalement tirée par le portefeuille de produits issu du Sud de la France et du Nouveau Monde au cours des prochains exercices. L'élargissement de la gamme de vins réalisé ces dernières années est bénéfique à toutes les origines.

Le prochain exercice enregistrera les premiers effets du programme de redressement à Chablis et une plus forte contribution des vins du Sud de la France et du Nouveau Monde aux résultats du Groupe.

Pour son exercice 2007/2008, le groupe anticipe un chiffre d'affaires en croissance de 7% et un résultat à l'équilibre.

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 84% de son activité dans 74 pays.

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

www.larochewines.com

L A R O C H E

VOS CONTACTS



Michel Laroche
Président du Directoire
Tél : 03 86 42 89 00

Gilles Broquelet
Relations Analystes-Investisseurs / Relations presse
Tél : 01 46 37 59 36 - 06 85 82 41 97
gbroquelet@capvalue.fr