

# La Lettre

JEANJEAN

## Edito



L'exercice 2001 est désormais bien avancé et cette dixième lettre nous donne l'occasion de faire le point sur les résultats semestriels parus dans la presse le 4 septembre et présentés à la communauté financière le 20 septembre 2001 à Paris.

La dernière opération de croissance externe (participation dans Le Cep Français en octobre 2000) permet d'afficher une progression de 15% de l'activité sur la période.

Le résultat net, lui, est pénalisé sur les 6 premiers mois par une dégradation conjoncturelle de la marge brute.

Nous restons confiants : le redressement attendu sur le second semestre doit permettre de terminer

l'exercice avec un résultat proche de celui de 2000. Nous l'avions annoncé, 2001 est une année de transition. Toutefois, tout est mis en œuvre pour que le rebond attendu sur 2002 se concrétise : les principaux investissements sont réalisés ou en cours d'achèvement, l'organisation des services commerciaux est effective et la montée en gamme des produits se poursuit.

Tenant le plus grand compte des remarques que vous avez bien voulu nous transmettre lors de l'enquête de satisfaction diffusée avec la précédente lettre, nous avons souhaité que l'offre associée à cette lettre soit plus large et vous permette de découvrir des produits largement médaillés et reconnus par les meilleurs guides.

## analyse de l'enquête de Satisfaction - Juin 2001



Nous tenons avant tout à remercier vivement les nombreux actionnaires qui ont répondu à ce questionnaire.

Les réponses ont été riches d'enseignements sur les habitudes et sur les attentes de nos lecteurs.

Il ressort, à l'analyse des réponses :

- que 97 % lisent la presse économique et financière pour s'informer sur notre valeur,
- que les informations financières contenues dans la lettre sont jugées à 86% «assez complètes ou très complètes»,

- le même pourcentage juge «intéressante» l'offre réservée aux actionnaires,

- principale critique : l'insuffisance d'information sur les produits du Groupe (40%).

Nous nous attacherons à développer ce type d'information et avons décidé, dès cette lettre, d'élargir l'offre aux actionnaires à sept produits au lieu de deux.

Nous pourrions vous proposer un catalogue de vente bien plus détaillé dès la prochaine lettre.

### JEANJEAN NE PARTICIPERA PAS AU SALON ACTIONARIA 2001

Après les événements survenus aux USA et les turbulences observées sur les marchés financiers, notre Groupe a décidé d'annuler sa participation au Salon Actionaria, prévu les 16 et 17 novembre prochains au Palais des Congrès de Paris.

Nous reprendrons bien entendu notre participation à de telles manifestations en 2002 et restons à l'écoute de nos actionnaires.

# Résultats Semestriels

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Jeanjean (Le Cep Français inclus) au 30 juin 2001 ressort à 406 MF (61,9 ME), en hausse de + 15% par rapport au premier semestre 2000.

A périmètre constant, le chiffre d'affaires continue de se développer sur les vins de qualité supérieure (+6%) alors que la tendance baissière se poursuit sur les ventes en vrac (-9%) et en bouteilles PVC (-10%). L'intégration du Cep Français s'est effectuée sur le 1<sup>er</sup> trimestre pour un montant de 52,4 MF (8 ME).

La baisse des cours d'achat des vins de table et des vins de pays a aiguisé la concurrence et pénalisé les marges du semestre qui se situent à des niveaux comparables à ceux de 1999, après une nette progression en 2000.

En millions	06/2001		06/2000		Variation
	Francs	€	Francs	€	%
<b>Chiffre d'affaires</b>	406,1	61,9	352,9	53,8	+15,1
<b>Résultat d'exploitation</b>	13,7	2,1	12,1	1,8	+13,2
<b>Résultat financier</b>	- 3,8	- 0,6	- 2,8	- 0,4	- 37,1
<b>Résultat net part du Groupe</b>	3,8	0,6	4,9	0,8	- 22,1

Les autres charges d'exploitation sont stables à périmètre constant.

Les charges financières progressent sous les effets conjugués du renchérissement des taux d'intérêts (taux court terme en hausse au 1<sup>er</sup> semestre 2001 par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2000) et du financement des investissements récents (croissance externe, élevage des vins,...).

Le résultat exceptionnel négatif de 0,8 MF (0,1 ME) - rachat d'une carte d'agent commercial sur le Cep Français - est également

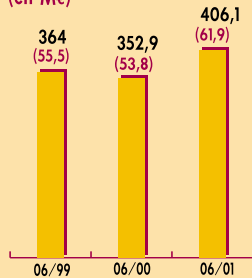
pénalisant comparé à juin 2000 : + 0,3 MF (+ 0,05 ME).

Le résultat net part du Groupe pour le premier semestre 2001 s'élève à 3,8 MF (0,6 ME). Nous attendons une amélioration de la marge pour le second semestre en cours.

L'exercice 2001 demeure une année de transition pour le Groupe Jeanjean. L'objectif de chiffre d'affaires de 800 MF (122 ME) est maintenu. Le résultat net part du Groupe devrait être stable par rapport à l'exercice 2000 : +/- 12 MF (1,8 ME).

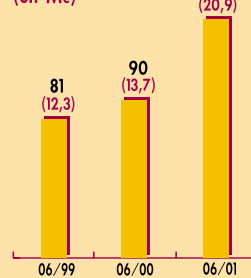
## Chiffres clés

**CHIFFRE D'AFFAIRES**  
en MF  
(en M€)



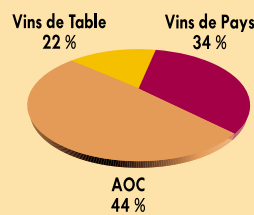
Progression de + 15%, stabilité à périmètre constant

**EVOLUTION DU CA À L'EXPORT**  
en MF  
(en M€)



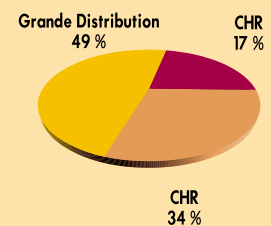
Plus d'un tiers de l'activité est réalisée à l'export

**RÉPARTITION DU CA**  
par Familles de Vins



Hors Cep Français, les AOC représentent pour la 1<sup>re</sup> fois 50% de ventes de marchandises du Groupe JEANJEAN (+6%)

**RÉPARTITION DU CA**  
par Circuits de Distribution



Le poids de la grande distribution diminue sensiblement (moins de la moitié des ventes)



## Plein Feux sur... Les vins de la Cuvée Originale

Spécialiste des Domaines et Châteaux mis en bouteille à la propriété, Jeanjean met en marché depuis le mois de mai 1999 une nouvelle ligne de produits sous le concept de : **Cuvée Originale**.

Ce sont tous des vins de vignerons récoltants qui expriment avec brio la générosité et la diversité des terroirs du Languedoc-Roussillon.

### Chacun des partenaires y trouve un avantage :

- Le vigneron peut exercer son métier sans avoir de souci réel de la vente de ses produits, ni de l'équilibre financier de son exploitation ;
- Jeanjean sécurise au mieux ses clients et leur apporte une valeur ajoutée ;
- Le distributeur et le consommateur sont assurés d'avoir la meilleure offre «qualité / plaisir» et un produit qu'ils pourront suivre d'année en année.

Le packaging de ces produits a été particulièrement soigné : étiquettes haut de gamme, label adhésif, carton décoré et demi-box avec fronton racontant l'histoire du vin.

Toutes les enseignes (hors le hard discount) distribuent aujourd'hui les vins de la Cuvée Originale.



BP 1 - 34725 Saint Félix de Lodez - Tél. : +33 (0) 4 67 88 80 00 - Fax : +33 (0) 4 67 96 65 67

www.jeanjean.fr - finance@jeanjean.fr