



LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Amélioration de la tendance du chiffre d'affaires de Laurent-Perrier au troisième trimestre par rapport au deuxième.

Sur les 9 premiers mois de l'exercice 2008-2009, l'effet prix/mix reste élevé à + 7,6%

	Chiffre d'affaires en millions d'euros		Variation			
	2008-2009	2007-2008	C.A.	dont Effet Volume	dont Effet Prix/Mix	dont Effet Change
1 ^{er} trimestre (1 ^{er} avril au 30 juin)	41,8	53,5	- 21,9%	- 27,9%	+ 9,2%	- 3,3%
2 ^{ème} trimestre (1 ^{er} juillet au 30 septembre)	43,4	61,9	- 29,9%	- 35,8%	+ 8,7%	- 2,8%
3 ^{ème} trimestre (1 ^{er} octobre au 31 décembre)	69,8	94,4	- 26,1%	- 30,6%	+ 5,9%	- 1,4%
9 mois	155,0	209,8	- 26,2%	- 31,5%	+ 7,6%	- 2,3%

Tours-sur-Marne, le 5 février 2009

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Laurent-Perrier s'établit à 155 millions d'euros pour les 9 premiers mois de l'exercice 2008-2009 (1^{er} avril au 31 décembre 2008), soit un recul, à taux de change constants, de 23,9%.

Malgré la dégradation du marché au troisième trimestre, la tendance des ventes du Groupe est en légère amélioration par rapport au deuxième trimestre, notamment pour la marque Laurent-Perrier.

Celle-ci a fait évoluer sa politique commerciale en début d'année 2008 en mettant en place un nouveau positionnement prix pour ses champagnes haut de gamme conjugué avec un développement ciblé sur les circuits de distribution sélective, dits « prescripteurs ». Cette politique s'est traduite par des baisses de volume qui étaient attendues à court terme. En revanche, le redéploiement des ventes qui devait suivre a été ralenti par la conjoncture et la concurrence accrue qui en résulte.

Au cours du troisième trimestre, l'effet prix est resté élevé, à plus de + 17% pour la seule marque Laurent-Perrier. Cependant, la diminution des ventes des champagnes de prestige, en particulier aux Etats-Unis et au Japon, pèse sur le poids du haut de gamme dans le chiffre d'affaires de la marque.

La part de l'export dans les ventes de la marque Laurent-Perrier a progressé une nouvelle fois de près de 2 points de pourcentage : elle atteint maintenant 74% grâce notamment au Grand Export (Afrique, Moyen-Orient, Asie) qui affiche les meilleures performances.

1

DOMAINE LAURENT-PERRIER – 51150 TOURS-SUR-MARNE – FRANCE
TEL : 33 (0) 3 26 58 91 22 – FAX : 33 (0) 3 26 58 77 29

LAURENT-PERRIER, S.A. A DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE AU CAPITAL DE 22 594 271,80 EUROS
R.C.S. REIMS B 335680096 6 SIRET 335 680 096 00021 – APE 741J

CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER – CHAMPAGNE SALON – CHAMPAGNE DELAMOTTE – CHAMPAGNE DE CASTELLANE



Dans cet environnement incertain, le Groupe adopte une gestion prudente de ses coûts et maintient la plus grande vigilance sur les créances clients. Il entend préserver sa solidité financière et son objectif de marge opérationnelle entre 21% et 23%, à taux de change constants, sans compromettre la politique de valorisation de son portefeuille de marques.

Le Groupe publiera son chiffre d'affaires annuel en même temps que ses résultats de l'exercice 2008-2009 le 3 juin 2009.

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 190, CAC Mid 100, SBF SM et SBF 250.

Reuters : LPER.PA

Etienne AURIAU
Directeur Administratif et Financier

Marie-Clotilde DEBIEUVRE-PATOZ
Directrice de la Communication
et des Relations Publiques

☎ 03.26.58.91.22

☎ 03.26.58.91.22

www.finance-groupelp.com