



LAURENT-PERRIER

## Communiqué financier

**Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2009-2010, Laurent-Perrier a limité le recul de ses volumes d'expédition à - 15,8%, une performance meilleure que celle des 4 trimestres précédents**

**Tours-sur-Marne, le 21 juillet 2009**

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Laurent-Perrier s'établit à 31,4 millions d'euros pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2009-2010 (1<sup>er</sup> avril au 30 juin 2009) contre 41,8 millions d'euros au cours de la même période de l'exercice précédent, soit un repli de 24,9% (ou 23,8% à taux de change constants).

Dans un contexte économique difficile, cette baisse est largement imputable aux volumes de ventes, qui sont en retrait de 15,8%. Il convient toutefois de souligner que cette performance est supérieure à celle enregistrée par l'ensemble des maisons de champagne, dont les expéditions ont reculé de 22% sur les mois d'avril et mai 2009, notamment à l'export (- 37%).

L'effet prix/mix conjugue une stabilité de l'effet prix avec un mix défavorable lié à une moindre contribution de la marque Laurent-Perrier dans le chiffre d'affaires du Groupe. Celle-ci a représenté 69% des ventes du Groupe contre 73% au cours du 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice précédent.

D'un point de vue géographique, la marque Laurent-Perrier s'est mieux comportée en France qu'à l'exportation qui ne représente plus que 63% de son chiffre d'affaires (contre 79% au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2008-2009).

Au mois de juin, le Groupe a également réalisé, comme annoncé, la vente du site de production de Château Malakoff à Epernay, ce qui aura un impact positif sur sa situation financière.

### **Perspectives 2009-2010**

Ainsi qu'il l'a indiqué en juin dernier, le Groupe s'attend à des conditions de marché encore difficiles sur l'ensemble de l'année. Il entend s'appuyer sur son portefeuille de marques qui lui permet d'être actif sur l'ensemble des segments de consommation du champagne dans le monde entier. Malgré une bonne résistance de l'effet prix, le mix marque devrait continuer à peser sur l'ensemble de l'exercice.

Le Groupe maintient la gestion rigoureuse de ses coûts afin de défendre sa marge opérationnelle et son cash flow.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation en %			
	2008-2009	2009-2010	C.A.	dont Effet Volume	dont Effet Prix/Mix	dont Effet Change
1 <sup>er</sup> trimestre (1 <sup>er</sup> avril au 30 juin)	41,8	31,4	- 24,9%	-15,8%	- 8,0%	-1,1%

*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, Champagne de Castellane, Jeanmaire et Oudinot.*

### Calendrier de communication financière

Résultats du 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice 2009-2010 : 1<sup>er</sup> décembre 2009

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

☎ 03.26.58.91.22

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

☎ 03.26.58.91.22

[www.finance-groupelp.com](http://www.finance-groupelp.com)