



Tours-sur-Marne, le 20 juillet 2011

GRUPE LAURENT-PERRIER

## Communiqué financier

### **Laurent-Perrier annonce une progression de 11,5% de son chiffre d'affaires au premier trimestre de l'exercice 2011-2012, soutenue par une forte hausse de l'effet prix/mix**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre de l'exercice 2011-2012 (1<sup>er</sup> avril au 30 juin 2011) s'est établi à 41M€, en progression de 11,5% par rapport au même trimestre de l'exercice précédent.

Sur un marché toujours bien orienté, même si la progression des expéditions est moins forte qu'en 2010, la marque Laurent-Perrier a poursuivi sa croissance. Le taux d'export de la marque s'améliore de 2,5 points par rapport aux 69,5% atteint au 1<sup>er</sup> trimestre 2010-2011 : il franchit ainsi la barre des 70% grâce notamment au dynamisme des ventes au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, en Allemagne et dans de nombreux autres pays export. Le taux de haut de gamme a également progressé de 3 points, pour atteindre 40,7% du chiffre d'affaires de la marque.

L'activité du Groupe a aussi bénéficié du lancement du Millésime 1999 de la marque Salon, qui a reçu un excellent accueil.

Le mix marque favorable s'explique également par la légère baisse des volumes des autres marques, liée à un nombre plus réduit d'animations commerciales au cours du trimestre. En conséquence, le Groupe enregistre une forte hausse de l'effet prix/mix, qui atteint + 14% au cours du trimestre.

### **Perspectives 2011-2012**

Conformément à sa stratégie, le Groupe concentre ses efforts sur le développement de la marque Laurent-Perrier, les volumes des autres marques du Groupe devant se stabiliser à moyen terme. Cette dynamique, soutenue par des investissements réguliers pour renforcer l'image des cuvées haut de gamme et conjuguée aux hausses de prix passées depuis le début d'année, doit permettre de continuer à enregistrer un effet prix/mix positif lors des prochains trimestres.

Toutefois, il convient de ne pas extrapoler à l'ensemble de l'exercice la performance du premier trimestre, qui représente traditionnellement moins de 20% du chiffre d'affaires de l'année.

A l'avenir, l'effet prix/mix sera le principal levier d'amélioration de la rentabilité et du renforcement de la solidité financière du Groupe.



## Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires

	2010-2011				2011-2012
	T1 1 <sup>er</sup> avril - 30 juin	T2 1 <sup>er</sup> juillet - 30 sept.	T3 1 <sup>er</sup> octobre - 31 décembre	T4 1 <sup>er</sup> janvier - 31 mars	T1 1 <sup>er</sup> avril - 30 juin
Chiffre d'affaires (M€)	36,8	44,4	84,2	32,4	41,0
Variation / N-1	17,3%	28,6%	12,7%	3,7%	+ 11,5%
Dont					
Effet Volume	40,3%	35,1%	15,2%	8,4%	- 2,0%
Effet Prix / Mix	- 24,1%	- 8,2%	- 3,9%	- 5,4%	14,0%
Effet de Change	1,0%	1,6%	1,4%	0,8%	- 0,5%

*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,  
CAC Mid 60 et CAC All-Tradable

Reuters : LPER.PA

Etienne AURIAU  
Directeur Administratif et Financier

Agnès RICHER de FORGES  
Chargée de Communication

☎ 03.26.58.91.22

☎ 03.26.58.91.22

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

## Calendrier financier prévisionnel

Résultats du 1<sup>er</sup> semestre clos le 30 septembre 2011 :

30 Novembre 2011