



LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Laurent-Perrier annonce une croissance de son chiffre d'affaires de 7,3% au troisième trimestre de l'exercice 2009-2010

Tours-sur-Marne, le 10 février 2010

Dans un contexte économique toujours tendu, le Groupe a retrouvé le chemin de la croissance au 3^{ème} trimestre de l'exercice 2009-2010 (du 1^{er} octobre au 31 décembre 2009) : le chiffre d'affaires s'établit à 74,8 millions d'euros contre 69,8 millions d'euros au cours de la même période de l'exercice précédent, soit une hausse de + 7,3%. A taux de change constants, l'augmentation est de 7,9%.

Les performances de la marque Laurent-Perrier ont continué de s'améliorer : les ventes sont restées bien orientées en France tout en se redressant sensiblement à l'export. En particulier, l'activité a été positive sur les principaux marchés européens et notamment en Belgique et au Royaume-Uni. Les champagnes haut de gamme de la marque, parmi lesquels on citera la Cuvée Rosé et la cuvée de prestige Grand Siècle, ont enregistré la progression la plus rapide : ils ont représenté 34% du chiffre d'affaires de la marque, soit un gain de près d'un point de pourcentage par rapport au 3^{ème} trimestre de l'exercice précédent.

Sur les 9 premiers mois de l'exercice, le poids de la marque Laurent-Perrier dans le chiffre d'affaires du Groupe reste élevé à près de 68%, en retrait de seulement 1,4 point de pourcentage par rapport à la même période de l'exercice précédent.

La croissance de la demande sur les autres marques du Groupe, dans le cadre des opérations de fin d'année, explique le recul de l'effet prix/mix sur le trimestre.



Perspectives 2009-2010

Les trimestres à venir permettront d'avoir une meilleure visibilité pour évaluer si le déstockage des marchés export est terminé et si la reprise de la consommation se dessine.

Pour l'ensemble de l'année, le Groupe s'attend à ce que la croissance de ses volumes soit au moins égale à celle enregistrée au cumul des 9 premiers mois de l'exercice, soit de l'ordre de + 5%, une performance meilleure que celle attendue pour le marché. Il continue à donner la priorité au développement des ventes de la marque Laurent-Perrier et de ses produits haut de gamme, ce qui permettra d'améliorer l'effet prix/mix. Grâce à la meilleure orientation de ses ventes et à la baisse des rendements enregistrée lors de la dernière vendange, le Groupe reste confiant dans sa capacité à amorcer son désendettement.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation en %			
	2008-2009	2009-2010	C.A.	dont Effet Volume	dont Effet Prix/Mix	dont Effet Change
1 ^{er} trimestre (1 ^{er} avril au 30 juin)	41,8	31,4	- 24,9%	- 15,8%	- 8,0%	- 1,1%
2 ^{ème} trimestre (1 ^{er} juillet au 30 septembre)	43,4	34,5	- 20,5%	- 12,8%	- 6,8%	- 0,9%
3 ^{ème} trimestre (1 ^{er} octobre au 31 décembre)	69,8	74,8	+ 7,3%	+ 29,6%	- 21,7%	- 0,6%
Cumul (1 ^{er} avril au 31 décembre)	155,0	140,6	- 9,3%	+ 5,4%	- 13,9%	- 0,8%

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.

Calendrier de communication financière

Résultats de l'exercice 2009-2010

Mardi 1^{er} juin 2010

Code ISIN : FR 0006864484

Bloomberg : LAUR FP

Reuters : LPER.PA

Laurent-Perrier appartient au compartiment B de l'Eurolist d'Euronext Paris.

Il entre dans la composition des indices CAC Mid Small 190, CAC Small 90, SBF SM et SBF 250.

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