



LAURENT-PERRIER

Communiqué financier

Grâce à un effet prix/mix élevé, Laurent-Perrier annonce une hausse de 15,1% de son chiffre d'affaires pour le 1^{er} semestre de l'exercice 2007-2008

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Laurent-Perrier pour le 1^{er} semestre 2007-2008 (1^{er} avril au 30 septembre 2007) s'établit à 115,43 millions d'euros, contre 100,27 millions d'euros au cours de la même période de l'exercice précédent. Cette progression de + 15,1% s'analyse de la manière suivante :

1 ^{er} semestre 2007-2008 comparé au 1 ^{er} semestre 2006-2007	C.A.	dont Effet Volume	dont Effet Prix/Mix	dont Effet Change
	+ 15,1%	+ 7,7%	+ 7,9%	- 0,5 %

Sur un marché du champagne en hausse de 6,4% depuis le début de l'année 2007, le Groupe a continué à se développer, au travers notamment de la marque Laurent-Perrier qui a connu la croissance la plus dynamique parmi les marques du Groupe. Comme au 1^{er} trimestre de l'exercice, son poids dans les ventes totales a augmenté de plus de 5 points par rapport à 2006-2007, grâce au développement de l'export et en particulier, des expéditions vers le Japon. Celles-ci ont bénéficié du démarrage réussi, en début d'année, de la coopération avec la société Suntory. Ce dynamisme a permis d'augmenter le poids de l'export dans les ventes de la marque Laurent-Perrier de plus d'un point.

Cette croissance des volumes a été accompagnée d'un effet prix/mix important, en hausse de 1,3 point par rapport au 1^{er} semestre 2006-2007. La marque Laurent-Perrier continue ainsi à démontrer sa capacité à réussir sur le marché du haut de gamme. Le poids de celui-ci dans les ventes de la marque progresse à nouveau, avec un gain de plus de 2 points, lié notamment au succès de la grande cuvée de la Maison, Grand Siècle.



Perspectives

Le Groupe s'attend à un ralentissement de la croissance des volumes au second semestre. Ce ralentissement sera particulièrement marqué, car le rythme des expéditions vers le marché japonais devrait ralentir. En effet, l'approvisionnement supplémentaire nécessaire au démarrage avec la société Suntory est désormais terminé. Sur l'ensemble de ses marchés, le Groupe continuera à privilégier une croissance qualitative et maîtrisée.

Le Groupe entend maintenir ses efforts sur l'effet prix/mix, qui, sur l'ensemble de l'année, devrait s'apprécier de manière équivalente à celle du premier semestre. Grâce à cette politique de montée en gamme, le Groupe continuera à améliorer régulièrement ses principaux ratios financiers.

Le Groupe publiera ses résultats semestriels le vendredi 23 novembre 2007.

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 de quatre marques principales : Laurent-Perrier, Salon, Delamotte et Champagne de Castellane.

Code ISIN : FR 0006864484

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

Bloomberg : LAUR FP

Il entre dans la composition des indices CAC Mid Small 190, CAC Small 90, 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

9/11/07