



LAURENT-PERRIER

Tours-sur-Marne, le 24 juillet 2008

Communiqué financier

Laurent-Perrier enregistre un chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2008-2009 conforme à son repositionnement stratégique

L'effet prix pur atteint + 17% pour la marque Laurent-Perrier

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Laurent-Perrier se monte à 41,8 millions d'euros pour le 1^{er} trimestre 2008-2009 (1^{er} avril au 30 juin 2008) contre 53,48 millions d'euros au cours de la même période de l'exercice précédent. Comme le Groupe l'avait anticipé, son repositionnement stratégique se traduit à court terme par un repli de ses ventes de 21,9%.

En effet, la Maison a progressivement mis en oeuvre la nouvelle politique commerciale de la marque Laurent-Perrier annoncée en mai dernier. Le premier trimestre de l'exercice 2008-2009 constitue donc une phase de transition qui s'est normalement traduite par la réduction des stocks chez les principaux clients. Ce recul est d'autant plus marqué que le premier trimestre de l'année 2007-2008 avait été particulièrement fort.

Par zone géographique, l'activité a été conforme aux attentes du Groupe : les volumes s'inscrivent en retrait aux Etats-Unis et dans les principaux pays européens, alors que les ventes au Japon ont continué de progresser et que le grand export a montré des signes encourageants à partir du mois de juin.

Cette politique commerciale, qui combine un nouveau positionnement prix avec un mode de commercialisation s'appuyant davantage sur les circuits de distribution sélective, dits «prescripteurs», a permis de dégager un effet prix pur exceptionnellement élevé à + 17% pour la marque Laurent-Perrier. L'effet mix a, lui, été négatif du fait du moindre poids de la marque Laurent-Perrier dans les ventes totales ce trimestre ; la nouvelle politique ne concernant pas les autres marques du Groupe.

Perspectives :

Le 1^{er} trimestre, faible à cause de la saisonnalité de l'activité, ne reflète pas les perspectives sur l'ensemble de l'exercice. Ainsi, le Groupe s'attend à ce que l'effet prix/mix équilibre la baisse des volumes attendue au cours de l'année 2008-2009.



A moyen terme, ce sont les changements mis en œuvre dès 2008 qui permettront au Groupe de franchir une nouvelle étape dans son développement et ainsi continuer à améliorer régulièrement ses principaux ratios financiers.

Le Groupe publiera son chiffre d'affaires semestriel le 13 novembre 2008 et ses résultats semestriels le 26 novembre 2008.

1 ^{er} trimestre 2008-2009 comparé au 1 ^{er} trimestre 2007-2008	C.A.	dont Effet Volume	Dont Effet Prix/Mix	dont Effet Change
	- 21,9%	- 27,9%	+ 9,3%	- 3,3%

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 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