



RAPPORT ANNUEL
GROUPE LAURENT-PERRIER
2025-2026



4	LA MAISON
24	LA QUALITÉ DES VINS
36	LA QUALITÉ DES HOMMES
48	LA FORCE DE LA MARQUE
60	L'ANNÉE 2025-2026



LA MAISON



PORTRAIT

Innovateur en Champagne

Laurent-Perrier est une Maison familiale et indépendante qui a depuis toujours eu un rôle de pionnier et d'innovateur en Champagne. Par son engagement dans la Viticulture Durable du vignoble champenois, et à travers chacune de ses Cuvées, la Maison s'est construite autour de trois savoir-faire uniques.

NOS 3 SAVOIR-FAIRE

L'assemblage des vins de réserve

Laurent-Perrier a développé un savoir-faire unique dans la sélection et la conservation des vins de réserve. La Maison a fait le choix de mettre les vins de réserve au cœur de son approche et sélectionne chaque année les vins offrant la plus belle fraîcheur, le plus haut potentiel de garde et la plus grande finesse aromatique.

La macération du Pinot Noir

Précurseur, la Maison a ouvert dès les années 1960 la voie à une nouvelle génération de champagnes et donné ses lettres de noblesse à la catégorie des champagnes rosés, par la recherche d'une base de macération.

Le non dosé

Laurent-Perrier est l'initiateur de la catégorie des champagnes non dosés avec le lancement en 1981 d'Ultra Brut®. La catégorie « Brut Nature » n'existe pas encore au sein de l'appellation et sera créée à la demande de Laurent-Perrier.



NOTRE HISTOIRE

Plus de 200 ans d’histoire au service
du champagne et de la Champagne

1812

Située à Tours-sur-Marne, à la croisée des vignobles champenois, la Maison ne portera le nom de Veuve Laurent-Perrier que lorsque Mathilde-Émilie Perrier, veuve du Chef de Cave Eugène Laurent, reprendra les rênes de cette Maison en 1887.



1939

Marie-Louise de Nonancourt, veuve et mère de quatre enfants, acquiert le Domaine Laurent-Perrier. Son fils, Bernard de Nonancourt, au retour de la guerre, termine un exigeant apprentissage de la vigne à la cave avant de devenir Président-Directeur Général en 1948 d'une marque classée à la 100^e place mondiale.



1959-1968

Grand Siècle et Cuvée Rosé sont lancées, toutes deux nées d'un élan d'audace et de créativité uniques, devenant ainsi deux signatures du style Laurent-Perrier.



1981

Véritable illustration du savoir-faire de la Maison, Ultra Brut est précurseur de la catégorie Brut Nature, exprimant un champagne à l'état pur nommé à l'origine « Grand Vin Sans Sucre » au XIX^e siècle.



1983-1988

Les marques de Castellane, Delamotte et Salon sont intégrées, constituant ainsi le portefeuille du Groupe Laurent-Perrier.



1987

En 1982, Bernard de Nonancourt crée une grande cuvée rosé millésimée à travers laquelle s'expriment sa passion et le fruit de son expérience. Lancée en 1987, Alexandra Rosé Millésimé est un vin rare et recherché, un mariage d'exception entre les Grands Crus de Pinot Noir et de Chardonnay.



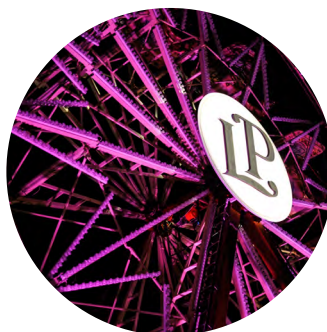
1999

Le Groupe Laurent-Perrier entre au Second Marché de la Bourse de Paris et adopte une structure Directoire et Conseil de Surveillance. Alexandra Pereyre de Nonancourt et Stéphanie Meneux de Nonancourt entrent au Directoire de Laurent-Perrier.



2004

Michel Fauconnet, entré en 1973 chez Laurent-Perrier, devient le 3^e Chef de Cave de la Maison, après Edouard Leclerc en 1950 et Alain Terrier en 1983.



2012

Après la disparition de Bernard de Nonancourt, la Maison Laurent-Perrier, unie autour de ses deux filles, fête son Bicentenaire, dans un élan jamais interrompu.



2016

Le site de production de Clos Valin permet d'augmenter la capacité de stockage et de renforcer l'outil de production et de vinification, sur un seul lieu, Tours-sur-Marne.



2017

Lancement de « La Cuvée », le brut sans année. Il est la signature de l'évolution du style de la Maison et le reflet d'un long travail sur la qualité de l'approvisionnement.



2018

Nouvelle extension de Clos Valin à Tours-sur-Marne et, en partenariat avec les Monuments Historiques, rénovation de l'Orangerie du Château de Louvois construite à l'époque du « Grand Siècle », le XVII^e siècle.



2019

Laurent-Perrier innove en proposant Blanc de Blancs Brut Nature, un vin sans dosage élaboré grâce à une parfaite maîtrise de la vinification et de l'élevage du Chardonnay en cuve inox.



2023

Grand Siècle Itération N°26 élu "Wine of the Year" avec la note de 100/100 par le dégustateur James Suckling.

L'Orangerie du Château de Louvois reçoit à Reims le prix Pierre Cheval de l'embellissement par la Mission Unesco Coteaux, Maisons et Caves de Champagne.



2024

Lancement d'Héritage, un assemblage de vins de réserve, issu du savoir-faire de Grand Siècle.



Laurent-Perrier est la première Maison de Champagne à recevoir le Royal Warrant de Sa Majesté le Roi Charles III.



2025

Olivier Vigneron, entré en 2004 chez Laurent-Perrier, devient le 4^e Chef de Cave de la Maison.



ROYAL WARRANT DU ROI CHARLES III

Laurent-Perrier est la première Maison de Champagne à se voir décerner le prestigieux Royal Warrant du Roi Charles III, devenant ainsi fournisseur de champagne de la Maison Royale

Le Royal Warrant est une reconnaissance de la qualité des vins de Laurent-Perrier, et de ses pratiques culturelles et environnementales. Laurent-Perrier privilégie une conduite de la vigne respectueuse de l'environnement : Viticulture

Durable en Champagne et Haute Valeur Environnementale Niveau 3. Une politique menée depuis longtemps par la Maison en matière de culture de la vigne et d'élaboration de ses vins.



BY APPOINTMENT TO H.R.H.
THE PRINCE OF WALES
PURVEYORS OF CHAMPAGNE
CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER

FRANCE



BY APPOINTMENT TO
HIS MAJESTY KING CHARLES III
PURVEYORS OF CHAMPAGNE
CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER

FRANCE

La rencontre de Laurent-Perrier avec Sa Majesté le Roi remonte à 1979, lorsqu'il était venu visiter le Domaine, comme en témoignent Alexandra et Stéphanie de Nonancourt : « Chez Laurent-Perrier, nous sommes profondément honorés de recevoir le Royal Warrant de Sa Majesté le Roi. Cette distinction confirme une relation de longue date avec Sa Majesté, qui a débuté lorsqu'elle a visité en 1979, sur invitation de notre père, nos caves à Tours-sur-Marne, accompagnée de Lord Mountbatten ».

Une distinction déjà acquise en 1988 lorsque Laurent-Perrier s'est vue décerner le Royal Warrant de Son Altesse Royale le Prince de Galles. Laurent-Perrier était la seule Maison de Champagne à détenir le Royal Warrant de Son Altesse Royale le Prince de Galles. En 2018, lors d'un dîner organisé par le Prince au Palais de Buckingham, Alexandra Pereyre de Nonancourt a présenté au Prince de Galles une édition spéciale de « La Cuvée » arborant une étiquette dédiée à son 70^e anniversaire.



CHAMPAGNE



CHAMPAGNE
DELAMOTTE
Le Mesnil sur Oger depuis 1760

LES MARQUES DU GROUPE

Un portefeuille de marques uniques

Le Groupe Laurent-Perrier détient un portefeuille de marques complémentaires couvrant tous les segments du marché et distribuées sur tous les circuits.

2 ^e	Rang mondial en valeur du Groupe Laurent-Perrier.
294,8	Chiffre d'affaires (exclusivement champagne) en millions d'euros du Groupe Laurent-Perrier au 31 mars 2026.
40,7 %	Pourcentage du chiffre d'affaires représenté par les cuvées Haut de Gamme pour la marque Laurent-Perrier entre avril 2025 et mars 2026.
88,2 %	Pourcentage du chiffre d'affaires représenté par les exportations pour la marque Laurent-Perrier en 2025-2026.

UNE PRÉSENCE MONDIALE

7 filiales

Allemagne
Belgique
États-Unis
France
Italie
Royaume-Uni
Suisse

Des distributeurs indépendants dans 140 pays

Autriche	Émirats arabes unis
Brésil	Espagne
Canada	Japon
Chine	Pays Nordiques
Côte d'Ivoire	Porto Rico...



CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER



Innovateur en Champagne

Depuis sa création en 1812, la Maison Laurent-Perrier joue un rôle d'innovateur en Champagne. Un succès que l'on doit à Bernard de Nonancourt qui en 1948 reprend la Maison pour en faire un des référents de la Champagne. Alexandra Pereyre de Nonancourt et Stéphanie Meneux de Nonancourt, ses filles et Stéphane Dalyac, Président et CEO, conduisent aujourd'hui aux destinées de la Maison continuant à lui insuffler des valeurs fortes et à cultiver ce sens de l'innovation au service d'un savoir-faire unique, le champagne.

Les différentes Cuvées de la gamme possèdent chacune leur histoire et leur identité propre. Le caractère unique des vins Laurent-Perrier en font le partenaire de la gastronomie.

CHAMPAGNE SALON



Une icône dans le monde du vin

Millésime après millésime, Salon continue d'écrire son histoire unique. Créée par Aimé Salon il y a 120 ans, la composition de son chef-d'œuvre demeure immuable : un seul terroir, la Côte des Blancs ; un seul cru, Le Mesnil-sur-Oger ; un seul cépage, le Chardonnay ; et une seule année, celle d'un millésime exceptionnel.

Attendu comme l'un des événements majeurs de 2025, le lancement de Salon 2015 a été célébré de Paris à Shanghai, en passant par Tokyo, Londres et New York, suscitant l'enthousiasme des professionnels comme des collectionneurs à travers le monde.



CHAMPAGNE DELAMOTTE



Au cœur de la Côte des Blancs, la Maison sœur de Champagne Salon

Forte de sa longévité parmi les grandes maisons de Champagne, Delamotte cultive avec constance, depuis 1760, sa devise : « Vive et me Ama » - « Vivez et aimez-moi ».

Ancrée au cœur de la Côte des Blancs, d'où son vignoble est issu, elle exprime avec précision et élégance la noblesse de ses terroirs à travers ses Blanc de Blancs à la pureté et à la finesse incomparables, reconnus par les amateurs de Chardonnay du monde entier.

CHAMPAGNE DE CASTELLANE



Un assemblage parfaitement maîtrisé du Chardonnay, du Pinot Noir et du Meunier

La marque de Castellane, créée en 1895 par Florens de Castellane, est signée de la croix rouge de Saint-André. Installée sur les hauteurs de la ville d'Épernay, la Maison sparnacienne se distingue par son architecture et par la richesse de son patrimoine. A ce titre, la tour beffroi dominant le vignoble d'Épernay est un symbole de la ville. Son implantation stratégique au bord de la voie ferrée reliant Paris à Strasbourg a permis à la marque de prendre son envol sous l'impulsion d'Alexandre Mérand. En 2018, la Maison a engagé des travaux de recherches sur son histoire, ses bâtiments inscrits aux monuments historiques avec la mise en valeur de l'histoire de la tour et son patrimoine exceptionnel, visible notamment dans la salle des étiquettes.



UN ANCRAGE CHAMPENOIS



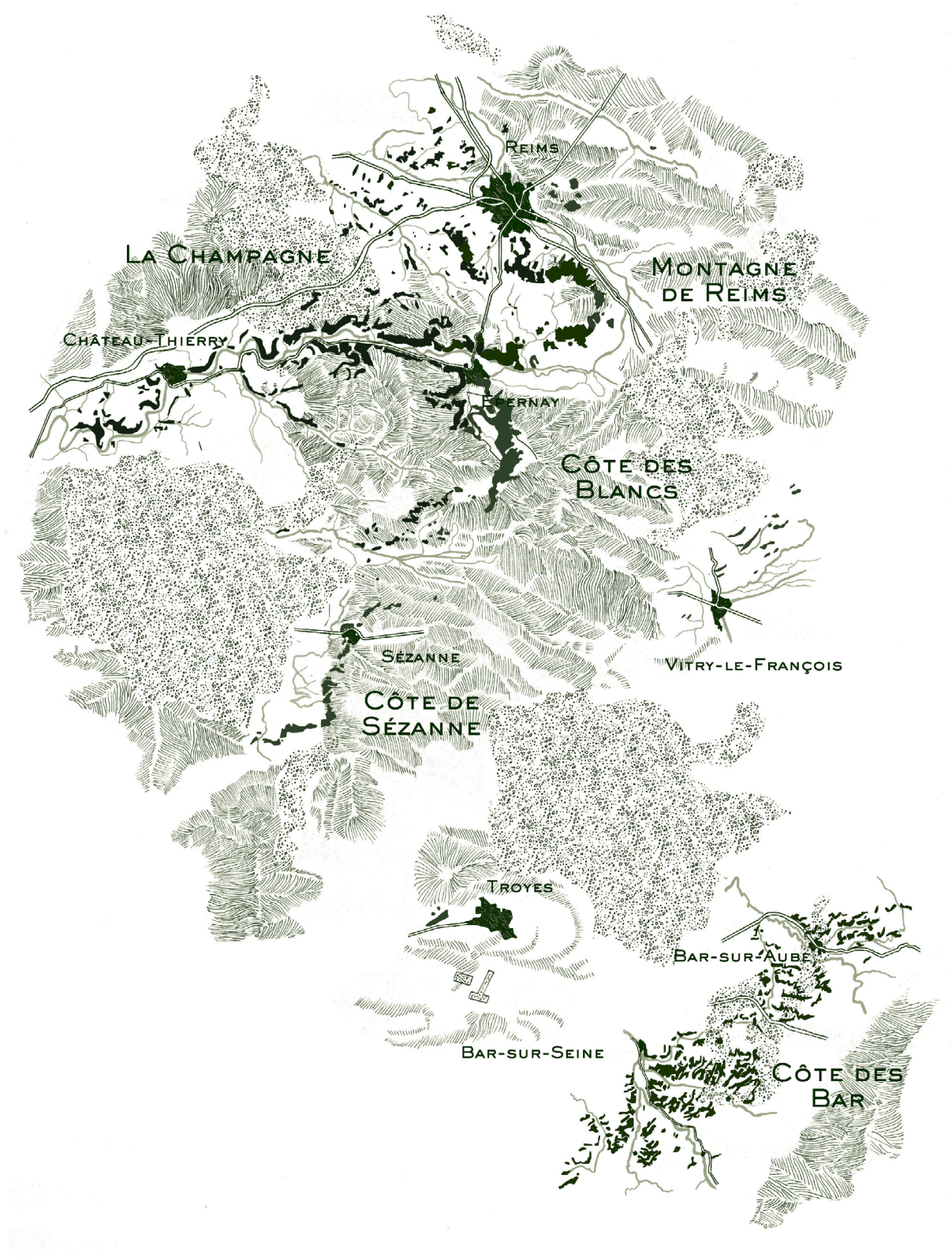
34 300 Hectares sur 3 régions, 5 départements

319 Villages, dont 42 Premiers Crus et 17 Grands Crus

410 Maisons de Champagne

16 580 Vignerons et coopératives

Source : CIVC





LA QUALITÉ DES VINS



LE VIGNOBLE, UN TRÉSOR QUI SE CULTIVE

Le champagne est l'art de l'assemblage

La Maison Laurent-Perrier excelle dans ce savoir-faire, sous la conduite d'Olivier Vigneron, quatrième Chef de Cave, successeur de Michel Fauconnet. Chez Laurent-Perrier, faire un vin, c'est sélectionner les meilleurs jus au pressoir, composés quasi exclusivement des deux grands cépages de la Champagne, le Chardonnay et le Pinot Noir. C'est choisir les vins clairs qui entreront dans la composition finale, parmi les meilleurs des 319 villages AOC Champagne dont 17 Grands Crus et 42 Premiers Crus.

Faire un vin, c'est réussir à atteindre l'équilibre parfait entre une année de base et les vins de réserve pour trouver chaque année le style si caractéristique de la Maison ; c'est enfin faire vieillir longtemps nos Cuvées pour qu'elles soient parfaitement prêtes à être dégustées dès leur mise sur le marché. Chacune de ces étapes ne peut se faire que si nous avons les meilleurs raisins, c'est pourquoi le partenariat, de longue date, parfois sur plusieurs générations, avec des viticulteurs de la région, est essentiel.

LE RESPECT DE LA TERRE, DE L'AIR ET DE L'EAU

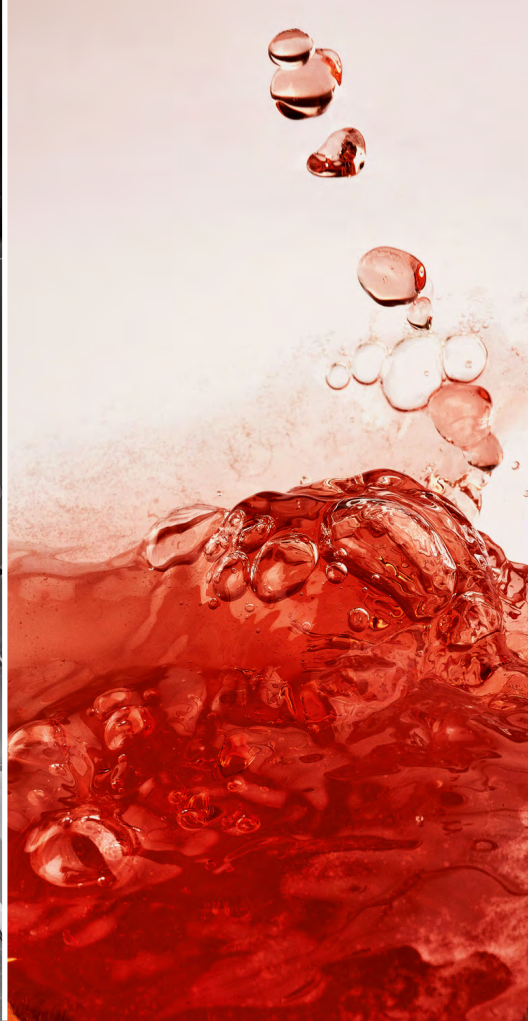
Laurent-Perrier, responsable et engagée

Dès les années 1980, la Champagne s'est mobilisée pour mettre en œuvre des solutions pour protéger l'environnement. Aujourd'hui, la filière Champagne a pour objectif à horizon 2030 d'avoir 100 % des surfaces certifiées, en intervenant sur trois domaines principaux :

- La préservation et la mise en valeur des terroirs et paysages
- La gestion des effluents, déchets et sous-produits
- La réduction de l'empreinte carbone

Le Groupe Laurent-Perrier, dans le cadre de sa stratégie environnementale pour le vignoble et sur la totalité de ses parcelles, a obtenu en février 2018 la certification **Viticulture Durable en Champagne** (VDC) et la certification **Haute Valeur Environnementale** (HVE).

Le Groupe maîtrise sa production de déchets, tant liés à la production de vins qu'aux emballages des produits, en favorisant le recyclage. Laurent-Perrier s'attache aussi à minimiser sa consommation d'eau, d'électricité et de gaz sur son site de production.



NOS 3 SAVOIR-FAIRE

« Ce qui guide Laurent-Perrier dans tous ses choix c'est une volonté d'aller toujours plus loin dans la qualité de ses vins. »

Olivier Vigneron
Chef de Cave

L'ASSEMBLAGE DES VINS DE RÉSERVE

Laurent-Perrier a développé un savoir-faire unique dans la sélection et la conservation des vins de réserve. La Maison a fait le choix de mettre les vins de réserve au cœur de son approche et sélectionne chaque année les vins offrant la plus belle fraîcheur, le plus haut potentiel de garde et la plus grande finesse aromatique.

Lors de sa nomination à la tête de la Maison Laurent-Perrier, Bernard de Nonancourt décide d'aller au-delà des conventions. À une époque où les maisons s'appuient principalement sur des

millésimes, il imagine une nouvelle expression du champagne : un assemblage de vins de réserve d'années exceptionnelles et complémentaires pour recréer l'année parfaite. C'est la naissance de la Cuvée de Prestige Grand Siècle.

Les cuveries dédiées aux vins de réserve sont composées de cuves inox. Elles permettent de conserver chaque cru et chaque cépage séparément à basse température et de limiter les manipulations afin de préserver fraîcheur et pureté et d'éviter toute oxydation.



Grand Siècle Itération N°27

Grand Siècle est le summum de l'art de l'assemblage pour recréer l'année parfaite. Chaque Itération de cette Cuvée de Prestige repose sur l'assemblage de 3 vins de réserve issus d'années exceptionnelles sélectionnées par Laurent-Perrier et sur l'assemblage de deux cépages, le Chardonnay et le Pinot Noir, issus d'un maximum de 11 des 17 Grands Crus.



Héritage

Héritage, la dernière innovation de la Maison, est un hommage au savoir-faire de Grand Siècle et à la maîtrise de nos vins de réserve. Héritage est composé exclusivement de vins de réserve choisis pour leur fraîcheur, leur complexité et leur aptitude à la garde.



Brut Millésimé 2018

Brut Millésimé 2018, le 32^e millésime de la Maison depuis 1952, est un vin rare qui exprime la typicité d'une année dans le style Laurent-Perrier. Brut Millésimé est un assemblage de Chardonnay de la Côte des Blancs et de Pinot Noir de la Montagne de Reims.



La Cuvée

« La Cuvée » est un hommage au savoir-faire champenois : plus de 100 Crus de Chardonnay, Pinot Noir et Meunier sont assemblés pour proposer un champagne frais, pur et élégant. Afin d'assurer une parfaite régularité du style, « La Cuvée » comprend jusqu'à 30 % de vins de réserve.



LA MACÉRATION DU PINOT NOIR

Laurent-Perrier se distingue grâce à un savoir-faire unique : la macération du Pinot Noir. Précurseur, la Maison a ouvert dès les années 1960 la voie à une nouvelle génération de champagnes et donné ses lettres de noblesse à la catégorie des champagnes rosés.

Dès 1960, Laurent-Perrier développe une gamme de Vins Natures de la Champagne, appelés ensuite en 1974 Coteaux Champenois, qui lui permettent d'acquérir un certain savoir-faire dans l'extraction des arômes de fruits du raisin. Ces techniques acquises vont inspirer et permettre la naissance d'un type nouveau de champagne rosé. En 1968, Laurent-Perrier dévoile un champagne rosé différent et non millésimé : Cuvée Rosé.

Laurent-Perrier réalise une sélection et un suivi

minutieux des parcelles pour ses champagnes rosés. Lors des vendanges, un premier tri est effectué à la cueillette afin de conserver uniquement les plus belles grappes.

Une fois la vendange effectuée, les grappes de Pinot Noir sont triées une deuxième fois sur table puis égrappées pour ensuite être versées dans des cuves inox réservées à la macération. La phase de la macération s'effectue par crus de Pinot Noir et permet d'extraire le jus des baies de raisins. Pendant le temps de la macération (48 à 72h), des remontages sont réalisés deux fois par jour. À l'issue de ce processus, le jus est séparé des matières solides et les baies restantes sont alors pressurées. Après débourbage, ces moûts sont envoyés en cuverie pour pouvoir démarrer leur fermentation.



Alexandra Rosé 2012

Alexandra Rosé Millésimé atteste de l'exigence de Laurent-Perrier. La difficulté d'élaboration de ce champagne rosé de Prestige réside dans la nécessaire maturité similaire du Pinot Noir et du Chardonnay afin de réaliser une fermentation conjointe et extraire l'aromatique de ces deux cépages en Grand Cru. Seuls 10 millésimes ont été dévoilés depuis sa création en 1982.



Cuvée Rosé

Cuvée Rosé présentée dans son flacon original et distinctif par sa forme marquée de l'écusson LP, est la référence des champagnes rosés. Ce champagne rosé offre la sensation de plonger dans un panier de fruits rouges fraîchement cueillis.



LE NON DOSÉ

Laurent-Perrier est le précurseur des champagnes non dosés avec le lancement en 1981 d'Ultra Brut®. La catégorie « Brut Nature » n'existe pas encore au sein de l'appellation et sera créée à la demande de Laurent-Perrier.

Le procédé de dosage est mis au point au XIX^e siècle. Le champagne est alors très sucré et servi principalement au dessert et à l'heure du goûter. En 1889, la Veuve Laurent-Perrier brise les conventions et propose un « Grand Vin Sans Sucre ». Ce champagne est destiné à la clientèle anglaise, amatrice de vins peu dosés. Sous l'impulsion de Bernard de Nonancourt, la Maison revisite en 1981 le « Grand Vin Sans Sucre » et dévoile Laurent-Perrier Ultra Brut®.

« Le fruit d'une longue et patiente recherche d'un champagne sans sucre au goût des exigences modernes les plus raffinées. Il aura fallu plusieurs

générations pour que les Chefs de Cave de la Maison Laurent-Perrier puissent à nouveau s'appliquer à ce chef d'œuvre de leur art, un champagne nu, n'ayant que sa vérité pour faire apprécier la finesse de son assemblage. »

Bernard de Nonancourt

L'élaboration repose sur une sélection rigoureuse des raisins provenant des terroirs d'exception de la Champagne. Les Chardonnays et Pinots Noirs utilisés sont issus exclusivement des plus beaux crus, choisis pour leur équilibre parfait entre fraîcheur et maturité. Les raisins sont récoltés à maturité optimale car l'absence de dosage impose un équilibre naturel irréprochable. L'année doit offrir une belle maturité et une acidité basse. La proportion importante de vins de réserve permet ainsi de trouver l'équilibre recherché.



Blanc de Blancs Brut Nature

Blanc de Blancs Brut Nature est composé à 100 % de Chardonnay, cépage emblématique de la Maison, issu des meilleurs Coteaux de la Côte des Blancs et de la Montagne de Reims. Ce vin de gastronomie se caractérise par sa minéralité, sa fraîcheur et ses notes d'agrumes.



Ultra Brut

Ultra Brut repose sur un assemblage spécifique, composé à 55 % de Chardonnay et 45 % de Pinot Noir et bénéficie d'un vieillissement de 6 ans en caves. Le vin se caractérise par sa pureté et sa fraîcheur.



LA QUALITÉ DES HOMMES



L'équipe de production : Emmanuel Robinet, Nelly Gambier, Olivier Vigneron, Christine Carré, Sébastien Cocteau, Benjamin Dorigny, Philippe Gille

DES FEMMES ET DES HOMMES AU SERVICE DE LA QUALITÉ DES VINS



CHRISTINE CARRÉ

Directrice de l'Enologie
et des Vinifications

Christine Carré, vous êtes Directrice de l'Enologie et des Vinifications de Laurent-Perrier, en quoi les trois savoir-faire de la Maison sont-ils spécifiques ?

Nos vins se distinguent par leur mode d'élaboration. L'assemblage des vins de réserve, élevés en cuve inox, offre à la fois beaucoup de fraîcheur et une grande complexité. Notre style se définit par la pureté, la fraîcheur, l'élégance et repose sur une majorité de Chardonnay.

Pour Laurent-Perrier Cuvée Rosé et Alexandra Rosé Millésimé, il s'agit de la macération du Pinot Noir et nous sommes la seule grande Maison de Champagne à élaborer nos vins avec cette technique exigeante.

Enfin le non dosé est au cœur de nos savoir-faire depuis la fin du XIXème siècle, bien avant que la catégorie n'existe. Il nous permet d'élaborer des vins naturellement riches en sucre, qui n'ont besoin d'aucun ajout de liqueur. Des vins à l'état pur.

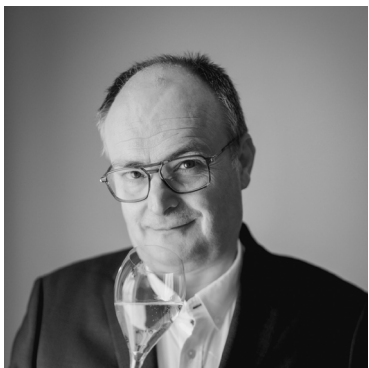
Quelle est votre contribution à chacun de ces trois savoir-faire ?

Mon métier est de « faire » les vins de Laurent-Perrier qui un jour participeront aux assemblages de nos cuvées. C'est-à-dire de transformer les moûts en vins, les élever en cuve inox à l'abri de toute oxydation.

Pour le non dosé, dont Laurent-Perrier a été précurseur, la vinification doit permettre d'obtenir des jus d'une grande pureté ; mon rôle est de maîtriser le vieillissement qui leur apportera les arômes et la complexité nécessaires.

Pour notre rosé de macération, l'objectif est de conserver au vin des arômes de fruits frais et de lui donner à la fois de la structure et de l'élégance.

Enfin pour les vins de réserve, mon rôle est d'apporter au Chef de Cave en charge de l'assemblage, des vins dont on a su conserver la fraîcheur et la complexité aromatique.



OLIVIER VIGNERON

Directeur Technique et Chef de Cave

Olivier Vigneron, vous êtes Directeur Technique et Chef de Cave de Laurent-Perrier, en quoi les trois savoir-faire de la Maison sont-ils spécifiques ?

La Maison Laurent-Perrier est reconnue pour son style caractéristique reposant sur la fraîcheur, l'élégance et la pureté. Ce style s'est construit notamment par des méthodes d'élaboration reposant sur plusieurs innovations techniques.

Trois savoir-faire structurent aujourd'hui l'identité de la Maison :

D'abord l'assemblage des vins de réserve, pour permettre la constance du style, l'équilibre, l'expression des terroirs champenois et la complémentarité des années. Cette approche permet à l'équipe œnologique de disposer d'une palette très large de vins vinifiés et conservés en cuve inox pour construire chaque cuvée.

Ensuite le savoir-faire de la macération du Pinot Noir, qui est également spécifique à notre Maison, elle a été pionnière dans cette démarche. La macération permet d'obtenir un rosé complexe et très gastronomique qui donne par exemple à Cuvée Rosé sa signature si reconnaissable.

Enfin, le non dosé, qui montre une exigence et une précision dans la sélection des raisins et des vins sur le fil de la maturité et de la vivacité.

Quelle est votre contribution à chacun de ces trois savoir-faire ?

Ma contribution en tant que Chef de Cave est de perpétuer le style Laurent-Perrier en me nourrissant des expériences et des connaissances ancrées dans la Maison, de participer avec l'équipe œnologique à l'élaboration des vins à partir de nos savoir-faire, toujours dans une recherche de précision, et dans une recherche permanente d'amélioration. Chacun participe à la construction et au respect du style Laurent-Perrier forgé sur les connaissances acquises, tout en se projetant vers l'avenir.



SÉBASTIEN COCTEAU

Directeur des Vignobles

Sébastien Cocteau, vous êtes Directeur des Vignobles de Laurent-Perrier, pouvez-vous nous parler de l'année viticole écoulée qui a conduit à la vendange 2025 ?

L'année viticole 2025 en Champagne aura confirmé la tendance observée ces dernières années : un cycle végétatif précoce, rythmé par des épisodes climatiques contrastés, mais maîtrisé grâce à une vigilance accrue de la part des équipes de la Maison Laurent-Perrier. Après un hiver doux, le débourrement est intervenu très tôt avec une date moyenne autour du 4 avril, soit près d'une semaine d'avance sur la moyenne décennale. Le mois d'avril, alternant périodes fraîches et pluies ponctuelles, a ralenti légèrement la croissance, limitant ainsi les risques de gel printanier sur les bas de coteaux.

Sous l'effet d'un mois de mai ensoleillé, la végétation a repris un rythme soutenu et homogène, marquant un bon développement végétatif sur les deux tiers du mois de mai. Cependant, un refroidissement fin mai a ralenti la floraison dans certains secteurs, principalement sur le Chardonnay. Bien que ralentie, la floraison n'a pas été bloquée, mais le potentiel de rendement s'est vu impacté négativement (coulture et millerandage) sur les secteurs les plus précoces. La date moyenne de floraison, tout cépage et secteur confondus est le 4 juin.

La véraison, observée à partir de la première semaine d'août, s'est déroulée de manière fulgurante. Sous l'épisode caniculaire de début août, la véraison a été très rapide conduisant à une maturité précoce. Cependant, début août, un léger retard de coloration avait été observé. Pourtant, les premiers contrôles maturité avaient montré que le ramollissement des baies était déjà bien engagé, signe que le virage physiologique de la vigne avait déjà été opéré. Finalement, la maturation du millésime 2025 restera dans les mémoires avec une dynamique de gain en sucre par jour jamais rencontrée auparavant.

Seulement 81 jours après la pleine floraison, la vendange 2025 a commencé sur la deuxième quinzaine d'août, aux alentours du 24 août pour la Maison Laurent-Perrier.

L'état sanitaire irréprochable de nos raisins ainsi qu'une belle maturité ont offert une matière première de qualité. Cependant, les rendements ont été parfois décevants et hétérogènes principalement sur le Chardonnay. Cela s'explique par deux facteurs : en premier lieu, la mauvaise initiation florale de la campagne 2024 (potentiel de grappes par pieds), et dans un second temps les phénomènes de coulures et de millerandage lors de la floraison 2025.

Avec votre expérience en Champagne et chez Laurent-Perrier, quelles sont les évolutions dans la conduite de la vigne, jusqu'à la vendange ? En quoi le changement climatique a-t-il une influence et comment cela se traduit-il tout au long de l'année ?

Les évolutions de la conduite culturale au sein des vignobles de la Maison Laurent-Perrier répondent à un double objectif : préserver l'identité champenoise et adapter nos pratiques aux nouvelles réalités climatiques. La tendance va vers une viticulture de précision de plus en plus durable, où chaque intervention est ajustée grâce aux outils de suivi phénologique, à la météo prédictive et aux observations terrain.

Nous amplifions le travail du sol pour favoriser un enracinement profond, limitons les intrants phytosanitaires via la prophylaxie avec notamment l'effeuillage précoce, et encourageons un enherbement réfléchi pour la régulation hydrique et azotée.

De manière générale, le changement climatique se traduit par des débourrements plus précoces, exposant ainsi plus fortement les vignes aux risques de gel de printemps, mais aussi par des phases de maturité accélérée (comme en 2025) et parfois des stress hydriques estivaux.

Ainsi, cette évolution du climat nous conduit à faire évoluer en profondeur notre approche du vignoble vers une viticulture plus fine, plus adaptative et plus exigeante, au service de la constance qualitative.



DES FEMMES ET DES
HOMMES AU SERVICE
DE LA MAISON



MICHELLE DEFEO

Directrice Générale
Laurent-Perrier US

Comment le marché américain s'est-il comporté en 2025-2026 ?

Laurent-Perrier US a réalisé une performance solide sur le plus grand marché d'exportation du champagne en F26. Les ventes ont progressé de +12%, malgré une baisse de -3,4% des expéditions totales de champagne aux US en 2025, selon le CIVC. Cette baisse générale s'inscrit après une croissance de +2,8% en 2024, probablement portée par des expéditions anticipées vers les US avant l'augmentation attendue des droits de douane.

Les « depletions » de champagne à l'échelle nationale ont progressé modestement de +1,5% en 2025, selon les données SipSource. Laurent-Perrier a largement surperformé le marché, enregistrant une croissance de plus de 16% sur la même période. Cela s'est traduit par une augmentation de la part de marché, passée de 2,7% à 3,2%. La distribution a continué de s'élargir, la marque dépassant les 11 000 comptes actifs sur l'exercice.

Comment évoluent les cuvées premium sur votre marché ?

La force de la marque dans les données de consommation « pull-through » du off-trade suivies par Nielsen a été remarquable en F26. Alors que la catégorie est restée stable, les volumes de Laurent-Perrier sur ce segment ont augmenté de 14%. Cette croissance ne s'est pas limitée à « La Cuvée » ; Cuvée Rosé, Blanc de Blancs Brut Nature et Grand Siècle ont tous progressé à la fois en part de marché et en volume absolu.

La part de marché des champagnes rosés sur le segment « off-trade » atteint 5 %, malgré des performances plus faibles de cette catégorie par rapport à l'ensemble du marché du champagne.

Comment voyez-vous l'avenir ?

Notre solide performance en F26 valide les investissements réalisés pour notre marque et notre organisation commerciale au cours des années précédentes. En perspective pour F27, nous prévoyons de poursuivre les investissements publicitaires et marketing qui ont contribué à la croissance de la marque. Les partenariats de Laurent-Perrier avec des restaurants étoilés Michelin tels qu'Alinea et Gracious Hospitality illustrent notre engagement continu à associer la marque à la haute gastronomie.

La baisse des ventes sur l'ensemble du marché américain du vin, en particulier des vins d'entrée de gamme, a entraîné en F26 la fermeture définitive de certains distributeurs. Cette tendance devrait se poursuivre. Laurent-Perrier sera largement protégée de cette situation grâce à notre relation contractuelle de long terme avec notre principal partenaire de distribution national, Winebow, spécialisé dans les vins premium et haut de gamme.

Des droits de douane compris entre 10 et 15% ont été appliqués à toutes les expéditions de champagne vers les US d'avril 2025 à février 2026. Alors que ces taxes supplémentaires devaient finalement être « remboursées » à la suite d'une décision de la Cour suprême des US, de nouveaux droits de 10 % sont entrés en vigueur fin février 2026. Ceux-ci devraient s'appliquer jusqu'en juillet 2026, bien qu'ils soient actuellement contestés devant les tribunaux. Les négociations entre l'UE et les US concernant un accord commercial de long terme se poursuivent. Même si l'incertitude autour de ce sujet réduit notre visibilité, Laurent-Perrier aborde F27 avec des niveaux de stock plus modestes qu'à l'accoutumée dans les différents circuits et la perspective d'une poursuite de la croissance de ses parts de marché.



ADAM GUY

Directeur Général
Laurent-Perrier UK

Comment le marché britannique s'est-il comporté en 2025-2026 ?

Malgré les performances atones de l'économie britannique et un état d'esprit moins festif, les expéditions de champagne vers le Royaume-Uni ont augmenté de 1,9 % en 2025 (Comité Champagne).

Les ventes de champagne en grande distribution ont progressé (Nielsen), tandis que celles dans le circuit CHR (cafés, hôtels, restaurants) ont reculé (CGA).

A contrario, les consommateurs achètent de plus en plus de champagne en grande distribution pour le consommer chez eux ou l'offrir. Toutefois le choix se porte plus généralement sur des cuvées « entrée de gamme » que sur les cuvées « de prestige ».

La baisse de l'inflation et des taux d'intérêt permet aux consommateurs d'être moins pénalisés en termes de pouvoir d'achat. Cependant le conflit au Moyen-Orient risque de relancer l'inflation. De plus, de récentes dispositions fiscales ont impacté négativement la demande : des résidents non domiciliés au Royaume-Uni ont dû quitter le pays, avec pour conséquence directe une baisse de la fréquentation de certains établissements prestigieux. Ajoutée à cela la TVA sur les frais de scolarité... certaines familles ont dû réduire leurs dépenses non essentielles, y compris de champagne.

Dans ce contexte, LPUK a enregistré en F26 une croissance des volumes supérieure à celle du marché. En grande distribution, cette bonne performance a été réalisée grâce à l'apport de nouveaux points de vente ainsi qu'à une augmentation de la fréquence et de la visibilité promotionnelle dans les réseaux existants.

Dans le circuit CHR, l'apport de nouveaux comptes clés et une politique de prix adaptée au contexte économique nous ont permis de bien nous positionner face à une concurrence agressive.

Comment évoluent les cuvées premium sur votre marché ?

Notre premier objectif est que Laurent-Perrier soit reconnue comme une marque crédible auprès des professionnels du vin. Nous appuyons notre discours sur nos trois savoir-faire et nous amplifions la portée de nos messages grâce à des partenariats qui valorisent nos Cuvées de Prestige et nos cuvées super premium.

LPUK a augmenté les volumes de cuvées de ces segments. En ce qui concerne Héritage, la majorité des ventes se fait sur le circuit on-trade, et particulièrement dans les hôtels cinq étoiles où il est servi à la coupe. D'autres établissements ont remplacé « La Cuvée » par Héritage. Cette montée en gamme a un impact positif sur la perception de la marque. Sur le circuit off-trade, le référencement est désormais national.

La croissance des ventes de Blanc de Blancs Brut Nature est également liée à un référencement national. Les ventes de champagne millésimé ont été principalement tirées par de nouveaux référencements en grande distribution et chez les cavistes. Le lancement de Brut Millésimé 2018 a permis un coup de projecteur sur la marque.

Les expéditions de champagne rosé vers le Royaume-Uni ont diminué en 2025 (Comité Champagne), sans que la marque Laurent-Perrier soit impactée négativement, les ventes de Cuvée Rosé ont continué à progresser.

Cette tendance positive n'est pas avérée pour les Cuvées de Prestige, dont les volumes des expéditions ont chuté de près d'un tiers en 2025 au Royaume-Uni (Comité Champagne). Malgré ce retournement de marché, LPUK a augmenté les volumes de Grand Siècle.

Comment voyez-vous l'avenir ?

La fréquence des chocs géopolitiques augmente, ce qui affecte le climat de confiance et donc la consommation de champagne. Tout devient incertain et les prévisions sont difficiles à faire. L'économie britannique reste atone, ce qui pèse également sur la demande.

Néanmoins, 2025 a marqué une reprise des expéditions de champagne vers le Royaume-Uni pour la première fois depuis 2021, démontrant la résilience du marché britannique. Sur la base des performances de 2025, nous prévoyons que le marché restera résilient en 2026 et au-delà.

À court terme, la capacité à augmenter les prix reste limitée, l'offre est multiple et nos concurrents agressifs, particulièrement sur le circuit CHR.

LPUK est bien positionnée pour tirer parti des opportunités du marché britannique, notamment grâce à ses champagnes super premium et ses Cuvées de Prestige.



JEAN-SÉBASTIEN BOILEAU

Directeur Export Laurent-Perrier
Moyen-Orient, Afrique, Inde
et Pacifique

Comment se sont comportés les marchés du Moyen-Orient, de l'Afrique, de l'Inde et du Pacifique en 2025-2026 ?

La zone est segmentée en quatre grands pôles : l'Afrique, le Moyen-Orient, le sous-continent indien et l'Australasie (Australie, Océanie et Nouvelle-Zélande) et les dynamiques sont très variées en 2025-2026. Leur hétérogénéité impose une distinction claire pour adapter nos modes d'intervention à chaque réalité de terrain.

En Afrique, la Maison Laurent-Perrier a démontré une résilience remarquable malgré des contextes macroéconomiques et politiques fluctuants. Les marchés francophones ont permis de stabiliser les volumes, même lors de périodes électorales sensibles, tandis que les marchés anglophones, notamment le Nigeria et l'Afrique du Sud, ont affiché une performance soutenue, confirmant la position de la Maison comme troisième acteur du marché. Au Moyen-Orient, malgré la pression fiscale et les incertitudes géopolitiques, Laurent-Perrier a surperformé sur un marché globalement en recul, soutenu par l'afflux d'expatriés et l'ouverture progressive de nouveaux segments tels que l'Arabie Saoudite et le développement des loisirs à Dubaï. Le sous-continent indien reste structurellement limité par une fiscalité élevée et une consommation majoritairement orientée vers les vins mousseux locaux, mais les archipels touristiques comme les Maldives et les Seychelles constituent des vitrines stratégiques. Enfin, en Australasie, la révision du modèle de distribution et le renforcement des compétences des partenaires locaux ont permis à l'Australie de renouer avec une dynamique de croissance robuste, enregistrant une hausse significative des ventes. Dans l'ensemble, la stratégie différenciée de la Maison a permis de transformer des contextes hétérogènes en leviers de performance et de stabiliser les marchés malgré leur volatilité.

Comment évoluent les cuvées premium sur vos marchés ?

Les cuvées premium progressent de manière solide dans l'ensemble de la zone. En Afrique, bien que la consommation reste majoritairement orientée vers les segments Brut et Demi-Sec, l'évolution démographique et la montée d'une classe moyenne supérieure laissent entrevoir une transition progressive vers des Cuvées de Prestige. Au Moyen-Orient, Cuvée Rosé conserve sa position de leader régional, et la Maison concentre ses efforts sur les gammes Écusson et Grand Siècle, tirant parti du pouvoir d'achat élevé et de la demande croissante pour les produits premium. Dans le sous-continent indien, malgré des volumes limités, les initiatives de formation et l'accompagnement du réseau HORECA contribuent à valoriser les cuvées haut de gamme et préparent le marché à une adoption plus large des Cuvées de Prestige à l'horizon 2027. En Australasie, l'éducation du consommateur reste un levier essentiel pour développer la reconnaissance des cuvées premium dans un marché dominé par « La Cuvée ». Dans tous les pôles, la Maison consolide sa montée en gamme et renforce la perception premium de ses produits.

Comment voyez-vous l'avenir ?

L'avenir apparaît positif, mais il nécessite une approche différenciée selon les marchés. En Afrique et au Moyen-Orient, la résilience des positions et la montée en gamme offrent des perspectives de croissance durable, portées par le potentiel démographique et l'intérêt pour les cuvées de prestige. Dans le sous-continent indien, l'ouverture du marché prévue pour 2027 et les investissements dans le réseau HORECA devraient permettre un développement significatif à moyen terme. En Australasie, l'optimisation de la distribution et l'éducation des consommateurs constituent des leviers clés pour maintenir la dynamique de croissance. De manière générale, Laurent-Perrier est bien positionnée pour capitaliser sur ces opportunités, renforcer son leadership et pérenniser sa montée en gamme dans un contexte international volatil. L'agilité opérationnelle et les investissements structurants garantissent une trajectoire de croissance soutenue et un rayonnement international renforcé.



SEZAÏ OZKAN

Directeur Général
Laurent-Perrier Allemagne,
Suisse et Autriche

Comment se sont comportés les marchés allemand, autrichien et suisse en 2025-2026 ?

En 2025 et au début de 2026, le marché du champagne reste soumis à l'escalade des conflits mondiaux et aux incertitudes économiques locales. Le marché demeure donc volatil. Après une forte baisse des volumes en 2024, l'Allemagne (+1,2 % en volume) et la Suisse (+5,2 %) ont légèrement redressé la situation, tandis que l'Autriche a connu un nouveau recul (-5,1 %).

Laurent-Perrier a poursuivi une stratégie de valeur, en se concentrant sur la haute gastronomie et en consolidant un positionnement premium, gagnant ainsi des parts de marché dans la région D-A-CH. Conformément à cette politique, les activités promotionnelles ont été encore réduites.

Comment évoluent les cuvées premium sur votre marché ?

Face aux incertitudes, les Cuvées de Prestige subissent des pertes plus élevées que les cuvées standard. En raison d'un mix négatif, la croissance en valeur du champagne reste inférieure à la croissance en volumes. On observe que les principaux acteurs ont fortement augmenté leurs activités promotionnelles, Laurent-Perrier est impactée par cette dynamique de marché.

Alors que les cuvées haut de gamme ont souffert, Laurent-Perrier « La Cuvée » (brut) et Cuvée Rosé ont continué de croître. Les nouvelles cuvées, comme Laurent-Perrier Héritage, ont dépassé les attentes. Pour accompagner nos clients, nous continuons d'investir dans des formations, des activités premium telles que des masterclass et des dîners exclusifs.

Comment voyez-vous l'avenir ?

Le marché du champagne est actuellement affecté négativement par de nombreux facteurs. À long terme, je prévois un redressement : l'intérêt pour les marques premium et les cuvées haut de gamme reste intact. Malgré toutes les difficultés que rencontre le marché, Laurent-Perrier a atteint un nouveau record de ventes en Allemagne et a maintenu une part de marché élevée en Suisse et en Autriche. Une fois que les crises mondiales se calmeront et que les perspectives économiques deviendront positives, le marché du champagne se rétablira pleinement.



99/100

JAMES SUCKLING.COM 

18,5+/20

James Robinson.com

LA FORCE
DE LA MARQUE



GRAND SIÈCLE ITÉRATION N°27

Une reconnaissance mondiale par la presse vin

Dès son lancement à l'automne 2025, Grand Siècle Itération N°27 obtient une reconnaissance internationale avec la note de 99/100 attribuée par James Suckling. La critique britannique Jancis Robinson lui accorde également 18,5+/20, confirmant la complexité aromatique remarquable de cette Cuvée.

Une équipe dédiée à Grand Siècle

Lucie Pereyre de Nonancourt, 4^e génération & Représentant Grand Siècle, aux côtés d'Edouard Cossy, Directeur Monde Grand Siècle, ont pour mission de renforcer la notoriété et la distribution de la Cuvée de Prestige de la Maison à travers le monde. Travaillant en soutien des filiales et importateurs des différents marchés clés, ils participent à la promotion de Grand Siècle auprès d'une clientèle ciblée (collectionneurs de vins, sommeliers, Fine Wine Merchants, presse spécialisée, prescripteurs...).



Grand Siècle
Laurent-Perrier

“IT TAKES TIME TO BECOME AN ICON,

WHEN YOU ARE DIFFERENT”

Une nouvelle campagne de communication pour Grand Siècle

La Maison Laurent-Perrier est fière et heureuse de présenter l'autoportrait de Vincent van Gogh dans la campagne publicitaire de Grand Siècle, sa Cuvée la plus prestigieuse lancée en 1959. Cette campagne a été dévoilée en 2025 simultanément aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Japon, en Allemagne, en Suisse et en Italie, à la fois en print et en digital.

« Vincent van Gogh a créé en son temps une façon nouvelle de peindre le monde. Il a été reconnu longtemps après sa mort. Ses œuvres comptent parmi les plus belles de l'histoire de l'art. Grand Siècle est également né de la vision d'un homme, recréer ce que la Nature seule ne nous donnera jamais : l'année parfaite. Il nous a fallu plus de temps et une conviction absolue dans notre vision pour être enfin reconnus à la hauteur de ce que nous sommes. »

Stéphane DALYAC

Président de Champagne Laurent-Perrier



LAURENT-PERRIER CHOISIE PAR LES MEILLEURS

Laurent-Perrier cultive son attachement à la gastronomie en partenariat avec les plus grands établissements de l'hôtellerie et de la restauration du monde entier.

Cette signature est celle de la campagne de communication initiée en 2015, en partenariat avec des établissements de renommée mondiale : Gstaad Palace, La Tour d'Argent, The Ritz London, Nobu Portman Square, Palace Hotel Tokyo... Reconnus pour leur exigence en matière de grands vins, leur caution est un privilège pour Laurent-Perrier mais également un gage de qualité voire d'excellence pour les consommateurs.

Une nouvelle édition limitée pour Cuvée Rosé

Laurent-Perrier est la seule grande Maison de Champagne à maîtriser le savoir-faire exigeant de la macération du Pinot Noir, le mieux à même de faire naître de très grands champagnes rosés.

Depuis 2017, la Maison Laurent-Perrier pare chaque année l'emblématique bouteille de Cuvée Rosé d'une élégante robe métallique. Cette parure sublime le service de Laurent-Perrier Cuvée Rosé.

En 2026, la Maison présente sa toute dernière création : l'édition limitée « Bulles » qui illustre la fine effervescence et l'élégance aromatique de Cuvée Rosé.





Tetsuya Asano, chef du restaurant TOKI, The Mitsui Hotel Kyoto, Japon, représentant du Japon au Bocuse d'Or 2025.



Mauro Colagreco, chef du restaurant Mirazur***, Menton, France.



UN LIEN FORT À LA GASTRONOMIE

Laurent-Perrier cultive son lien fort à la gastronomie, en collaboration avec des chefs de renom.

L'histoire de Laurent-Perrier et celle de la gastronomie ont toujours été intimement liées. Dès les années 1950, Laurent-Perrier a développé une gamme de vins basés sur la fraîcheur, la finesse et l'élégance pour accompagner parfaitement la gastronomie française, à l'apéritif et tout au long du repas. Depuis, Laurent-Perrier a toujours su accompagner les acteurs référents de la gastronomie et sublimer leurs créations.

Tout au long de l'année, Laurent-Perrier participe à des événements prestigieux à travers le monde pour faire découvrir et aimer ses vins. Taste of Paris, Koch-Legenden am Hahnenkamm à Kitzbühel en Autriche, sponsor officiel du 20^e anniversaire du restaurant Alinea aux États-Unis, création des FT Menus en collaboration avec le Financial Times au Royaume-Uni...

TASTE OF PARIS

Laurent-Perrier, partenaire de la gastronomie

Pour sa dixième édition, Taste of Paris revient sous la nef du Grand Palais, du 21 au 24 mai 2026, et réunit une fois encore les plus grands noms de la scène culinaire contemporaine. Plus de 50 chefs, parmi lesquels Mauro Colagreco, Christian Le Squer, Philippe Mille, Christophe Raoux et Pierre Sang, proposent leurs plats signatures en format dégustation et en accord

avec les champagnes Laurent-Perrier. L'expérience Taste of Paris se prolonge au Théâtre Laurent-Perrier où se tiennent des masterclass exclusives, et tout au long du festival autour du bar Laurent-Perrier.



UNE FORTE PRÉSENCE DIGITALE

Un site institutionnel

Le site institutionnel, disponible en français, en anglais, en allemand, en espagnol, en italien et en japonais, permet aujourd'hui de retrouver l'histoire, les caractéristiques et les informations sur chacune des Cuvées emblématiques de la Maison.

www.laurentperrier.com

Un lien constant avec nos consommateurs et nos clients

Chaque mois, une newsletter Laurent-Perrier permet aux amateurs de suivre les actualités de la Maison : lancement de nos Cuvées, événements, dégustations, récompenses... Un outil indispensable pour fidéliser nos contacts.

Une visibilité croissante sur les réseaux sociaux

Notre compte Instagram est aujourd'hui suivi avec passion par près de 300 000 abonnés dans le monde. La Maison propose également des contenus complémentaires sur d'autres réseaux sociaux tels que LinkedIn, Facebook, YouTube ou encore Pinterest.



L'ANNÉE
2025-2026



Stéphanie MENEUX de NONANCOURT - Stéphane DALYAC - Alexandra PEREYRE de NONANCOURT

LE DIRECTOIRE

Le message du Président du Directoire

Dans un contexte de marché 2025-2026 complexe et volatil, marqué par un léger recul des volumes expédiés, Laurent-Perrier a gagné de la part de marché, avec une progression de son chiffre d'affaires et un maintien de la valorisation de ses Cuvées.

Ces résultats sont le reflet de la solidité de nos fondamentaux : la qualité de nos vins, la force croissante de nos marques, et une illustration de notre politique de création de valeur dans la durée.

Cette création de valeur repose avant tout sur notre capacité à forger des liens de long terme avec les vignerons de Champagne, à travailler avec eux et sur nos vignes en privilégiant une approche très qualitative et durable de nos raisins. De cette qualité et de nos savoir-faire naissent des vins d'exception. Laurent-Perrier perfectionne, vendange après vendange, trois savoir-faire uniques et sur lesquels reposent la marque : l'assemblage de vins de réserve,

la macération du Pinot Noir et le non dosé. Et dans le même temps, le Groupe investit continuellement, avec ses équipes à travers le monde, à faire connaître, découvrir et adopter ces vins grâce à la force de ses marques.

Alors même que les perspectives du marché du champagne restent incertaines à court terme, le Groupe Laurent-Perrier est confiant dans le fait que son exigence et son investissement dans la qualité de ses vins, de ses équipes et de ses marques sont les conditions nécessaires à la croissance future.

Stéphane DALYAC
Président du Directoire



Patrick THOMAS

Le message du Président du Conseil de Surveillance

Le Groupe Laurent-Perrier, sous l'autorité du Président du Directoire, Monsieur Stéphane Dalyac, réussit à faire croître sa part de marché dans un contexte marché difficile marqué par un recul des volumes pour la deuxième année consécutive.

Ces résultats sont le reflet des efforts engagés par le Groupe depuis plusieurs années sur la qualité de ses vins et sa politique de valeur.

Dans ce contexte géopolitique et économique incertain, il convient d'appréhender l'exercice 2025/2026 avec vigilance. Le Groupe Laurent-Perrier va continuer à investir sur la qualité de ses vins, de ses hommes et sur le support de ses marques, à travers le monde.

Le Conseil de Surveillance a la conviction que le Groupe Laurent-Perrier a les meilleurs atouts pour réussir et poursuivre sa croissance.

Patrick THOMAS
Président du Conseil de Surveillance

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE



1



3



6



4



2



5

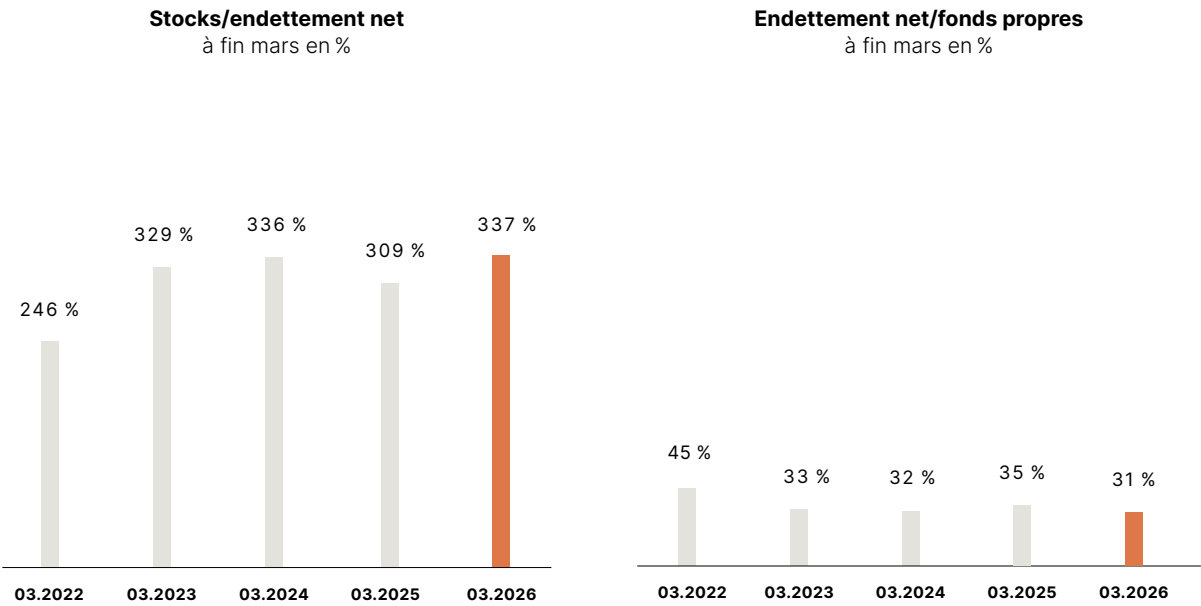


7

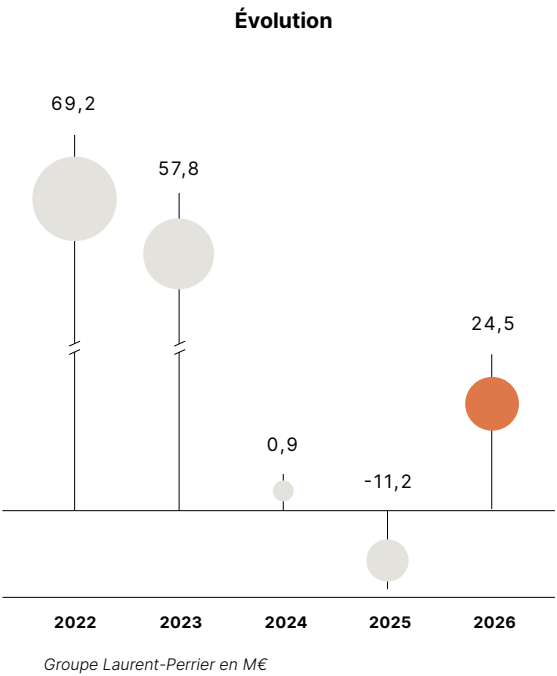
- 1. **Marie CHEVAL**, Vice-Présidente.
- 2. **Jean-Marie BARILLÈRE**, Vice-Président.
- 3. **Yann DUCHESNE**,
Président du Comité d'Audit
et Communication Financière.
- 4. **Philippe-Loïc JACOB**, Président du Comité RSE.
- 5. **Eric MENEUX**,
Membre du Conseil de Surveillance.
- 6. **Lucie PEREYRE de NONANCOURT**,
Membre du Conseil de Surveillance.
- 7. **Jocelyne VASSOILLE**,
Présidente du Comité des Rémunérations
et du Gouvernement d'Entreprise.

LES CHIFFRES

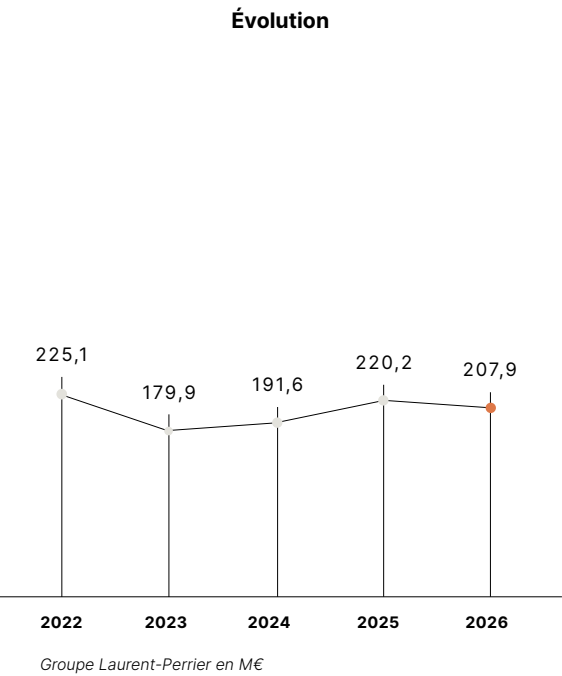
RATIOS FINANCIERS



CASH FLOW
OPÉRATIONNEL



ENDETTEMENT NET

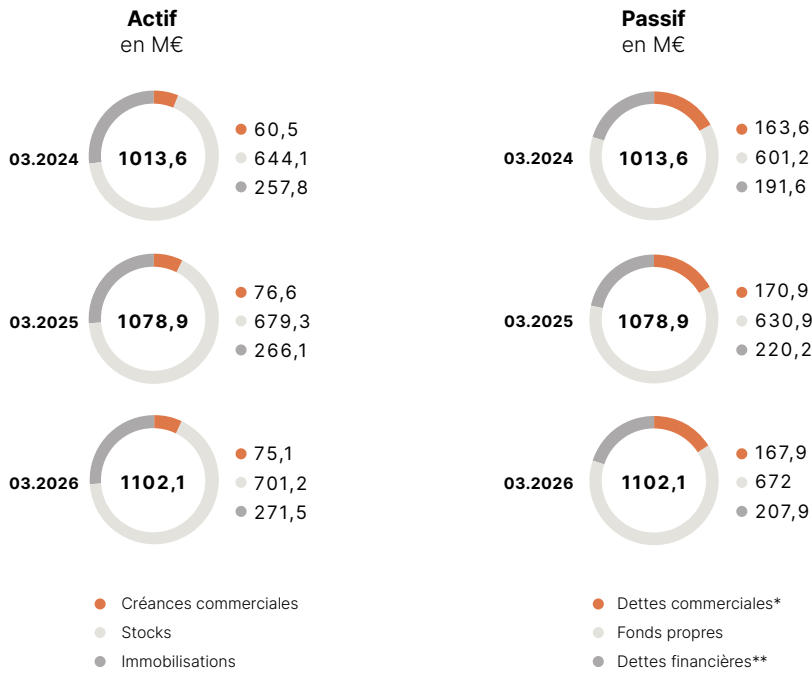


COMPTE D’EXPLOITATION

En M€	Réel 2025	Réel 2026	Variations
CHIFFRE D'AFFAIRES (CHAMPAGNE)	282,9	294,8	+4,2 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	74,4	76,1	+2,2 %
EN % CHIFFRE D'AFFAIRES (CHAMPAGNE)	26,3 %	25,8 %	-0,5 PTS
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	47,4	49,5	+4,4 %
EN % CHIFFRE D'AFFAIRES (CHAMPAGNE)	16,8 %	16,7 %	-0,01 PTS
CASH-FLOW OPÉRATIONNEL*	-11,2	+24,5	+35,7

*Trésorerie générée par l'activité - investissements nets.

BILAN SIMPLIFIÉ

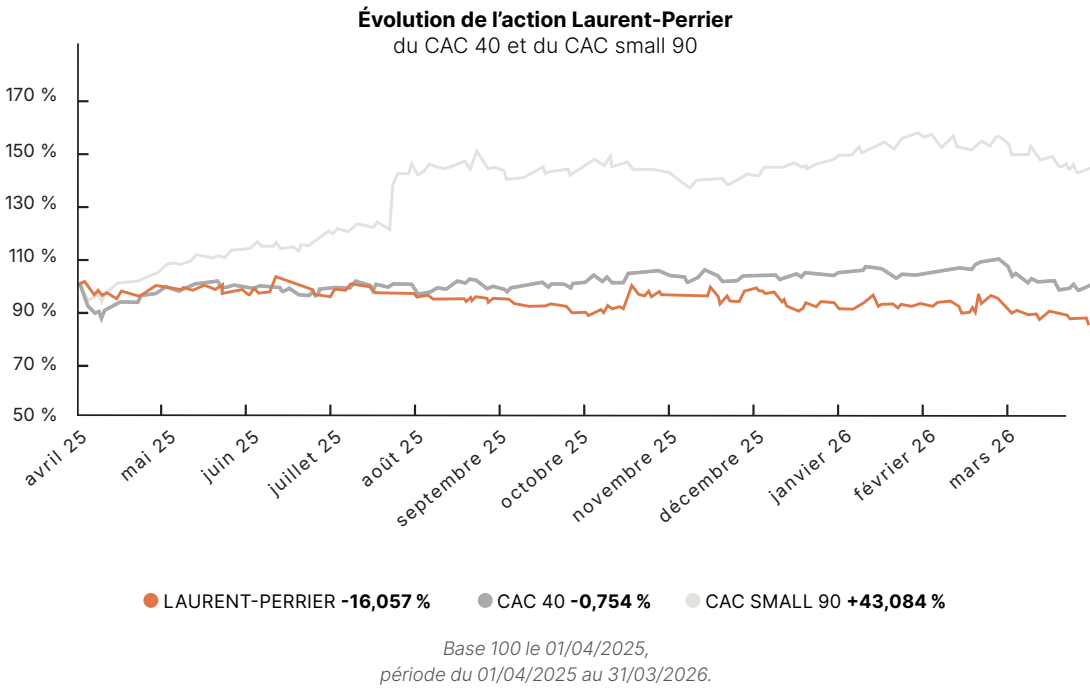


*Y compris provisions pour risques et charges et impôts différés. **Endettement Net = dettes financières - trésorerie active

LA BOURSE

Laurent-Perrier entretient, depuis son entrée en bourse, une relation de proximité avec ses actionnaires au travers :

D'un site financier : www.finance-grouperp.com ; De deux lettres envoyées, chaque année, à l'ensemble des actionnaires ; D'une équipe disponible au 03 26 58 91 22.	Données boursières au 31 mars 2026 Valeur nominale de l'action : 3,80 € Nombre d'actions : 5 945 861 Cours au 31 mars 2026 : 82,60 € Capitalisation boursière : 491 128 118,60 € Code valeur ISIN : FR0006864484 Dividende : 2,10 € (dernier dividende versé en juillet 2025)	Répartition de l'actionnariat en % Familie : 65,17 % Autodétention : 1,29 % Personnel : 0,94 % Institutionnels & divers Au nominatif : 0,31 % Autres : 32,29 %
--	---	---



Pour consulter le document d'enregistrement universel 2025-2026, rendez-vous sur www.finance-grouperp.com

Édition et rédaction : Laurent-Perrier. Conception et réalisation : Agence Luma.

Crédits photos : Leif Carlsson, Hugué Galdones, Mathieu Garçon, Franck Hamel, Isabelle Harsin, Christopher Jenney, Michel Jolyot, Vincent Junier, Jean-Michel Perchet,
Photothèque Laurent-Perrier, Thomas Skosvende, Iris Velghe, Agence Weston Mills.



Scannez le QR Code pour accéder à la version anglaise.

DOMAINE LAURENT-PERRIER
51150 TOURS-SUR-MARNE (FRANCE)
TÉL. : +33 (0)3 26 58 91 22

SIRET : 335 680 096 00021 - APE 6420Z
SOCIÉTÉ ANONYME À DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE
AU CAPITAL DE 22 594 271,80€

WWW.LAURENT-PERRIER.COM