



Ivry-sur-Seine, 10 novembre 2015

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2015

Solide performance en France au 3^{ème} trimestre 2015

Croissance soutenue en Lituanie et en Espagne sur les 9 premiers mois

Impacts exogènes temporaires en Pologne et aux Etats-Unis

Règlement positif du litige portant sur la déductibilité de la charge d'intérêt de la dette FRN et sortie anticipée du plan de continuation de la filiale française Marie Brizard & Roger International

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext Paris : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires consolidé non audité au 30 septembre 2015.

Chiffre d'affaires net consolidé 9 mois 2015 : -0,8% à activités comparables

En M€

9M 09/2014	Effet arrêts contrats	Effet périmètre	9M 09/2014 retraité	Variation organique	Effet change	9M 09/2015
340,2	-4,5	-7,1	328,6	-5,1	2,5	326,0
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">- 0,8%</div>						

Sur une base comparable, retraité des contrats arrêtés (principalement les ventes de vodkas tierces en Pologne) au cours de l'exercice 2014 et des effets périmètre (Biélorussie, Inde et Galerie Alkoholi en Pologne), le chiffre d'affaires net du Groupe pour les neuf premiers mois de l'année 2015 est en baisse de 0,8% par rapport au 30 septembre 2014 et en retrait de 10,5% au 3^{ème} trimestre 2015, par rapport au 3^{ème} trimestre 2014.



Détail de l'évolution du chiffre d'affaires par pays

France : accélération de la croissance au 3^{ème} trimestre 2015

Comme anticipé, Marie Brizard Wine & Spirits a rattrapé le retard d'activité pris en début d'année et a enregistré une performance solide au 3^{ème} trimestre 2015 en France, avec un chiffre d'affaires net en croissance de 3,3% par rapport au 3^{ème} trimestre 2014.

En conséquence, le chiffre d'affaires net des neuf premiers mois de 2015 en France s'élève à 144,8 M€, en progression de 0,2% par rapport à la même période de l'exercice 2014.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2015, l'activité vins est en progression de 2,3%, tirée par les bonnes performances de Fruits and Wine qui a bénéficié de la campagne de communication estivale. Fruits and Wine est largement leader de sa catégorie avec 29,2% de parts de marché¹ (+0,4 pt vs. période comparable 2014).

William Peel poursuit sa croissance sur un marché en retrait de 1,7%. La marque, leader du scotch whisky en France, détient 23,5% de parts de marché², en progression de 1,3 pt par rapport à la même période de l'exercice 2014.

De plus, William Peel figure au mois d'octobre 2015, selon Nielsen³, dans le Top 10 des produits les plus vendus de la grande distribution (en fonction du chiffre d'affaires), tous produits de grande consommation confondus. William Peel est même présent deux fois dans ce Top 10 avec ses formats 1 litre et 70cl respectivement à la 7^{ème} et 10^{ème} place.

Enfin, Sobieski, en progression sur ce troisième trimestre, accélère son développement conformément au plan stratégique et ce avant même le lancement de la campagne de communication prévue au 4^{ème} trimestre 2015.

	Evolution des volumes vs. 2014		Parts de marché
	Marché	MBWS	MBWS
William Peel	-1,7%	4,0%	23,5%
Sobieski	-1,0%	-4,2%	11,6%
Fruits and Wine	3,9%	5,4%	29,2%

Source : Nielsen CAD P09 2015 / IRI CAD P09 2015

¹ Source : IRI CAD P09 2015, BABV

² Source : Nielsen CAD P09 2015, Scotch Blend -12

³ Source : Nielsen P10 15 en HMSM au total PGC FLS



Pologne : Impact temporaire lié au changement de bouteille Krupnik et poursuite des gains de parts de marché

Sur les neuf premiers mois de 2015, le chiffre d'affaires net en Pologne est en baisse de 1,7% après retraitement de l'impact de l'arrêt des ventes des vodkas tierces en 2014 et de la cession de Galerie Alkoholii. Sans tenir compte de ces retraitements, le chiffre d'affaires net des neuf premiers mois en Pologne s'élève à 117,4 M€ en baisse de 8,3% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires des activités cœurs de métier en Pologne est en progression (hors effet de périmètre) de 5,8% sur les neuf premiers mois de 2015.

En revanche et conformément au plan BiG 2018, le Groupe a engagé des réorganisations dans le cadre de la rationalisation de son activité de grossistes en Pologne. Celles-ci ont généré une baisse de 5,4% du chiffre d'affaires des activités non stratégiques et auront par ailleurs un effet positif sur la rentabilité de ces activités à fin décembre 2015.

Alors que le chiffre d'affaires de Krupnik est en forte progression depuis le début de l'année 2015, le Groupe a dû procéder dans l'urgence au cours du 3^{ème} trimestre 2015 au lancement d'une nouvelle forme de bouteille Krupnik. Ce changement de bouteille fait suite à une demande léonine de la société qui concédait en licence le modèle de bouteille Krupnik. Cette société a exigé de modifier sous délai d'un mois les conditions financières attachées à ce contrat de licence. N'ayant pas accepté ces demandes et ne voulant pas céder à ce chantage manifeste, le Groupe a développé un nouveau modèle de bouteille qui n'a pu être disponible que mi-septembre. Dans ces conditions, le chiffre d'affaires réalisé en Pologne en septembre a été fortement impacté mais est revenu sur les niveaux enregistrés entre janvier et août 2015 dès le mois d'octobre, qui est en progression de 21% par rapport à octobre 2014. Le Groupe va engager toutes les poursuites nécessaires pour obtenir le dédommagement de ces préjudices.

Krupnik reconferme la solidité de son positionnement et sa place d'acteur majeur du marché polonais de la vodka, avec 13,1% de parts de marché⁴ (+1,7 pt vs. période comparable 2014). Les effets du nouveau design de bouteille qui a été particulièrement bien accueilli par les consommateurs, se traduiront dans le chiffre d'affaires des prochains mois. Par ailleurs, les vodkas aromatisées continuent, quant à elles, de bien performer et représentent 17% de la croissance de la marque et dorénavant 5,4% de ses volumes.

Enfin, au 1^{er} semestre 2015, les importations de scotch whisky en Pologne ont progressé de 60% par rapport au 1^{er} semestre 2014, confirmant la pertinence du lancement de William Peel. Ainsi, les volumes de William Peel vendus en Pologne depuis le début d'année sont prometteurs, comme le sont ceux de Fruits and Wine.

Etats-Unis : opérations de déstockage de la distribution au 3^{ème} trimestre et alignement des pratiques commerciales du Groupe

Le chiffre d'affaires net des neuf premiers mois de 2015 aux Etats-Unis s'élève à 13,4 M€, en diminution de 3,9%. Retraité de l'effet change positif, la baisse est de 21%, soit 4 M\$, et s'explique principalement par des opérations de déstockage chez les distributeurs au 3^{ème} trimestre ayant un impact de l'ordre de 1 M\$ sur le

⁴ Source : Nielsen P09 2015, Vodka



chiffre d'affaires du Groupe et par un alignement des pratiques commerciales du Groupe sur celles de ses concurrents. Ainsi, le Groupe a augmenté de 1 M\$ le niveau des remises commerciales accordées aux distributeurs. Celles-ci impactent négativement le chiffre d'affaires mais sont plus que compensées par la baisse des dépenses marketing.

Ainsi, cette baisse de chiffre d'affaires a un impact positif sur la rentabilité du Groupe aux Etats-Unis.

En dépit de ces effets mécaniques négatifs, la mesure de la performance de Sobieski sur le marché continue d'être positive avec, sur les états 'contrôlés' une progression des ventes trois fois supérieures à la croissance des ventes du segment des vodkas importées (+2,9% vs. 1%)⁵, confirmant les hausses de part de marché volume et valeur au niveau national sur le trimestre⁶.

Lituanie : croissance continue du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires net au 30 septembre 2015 s'élève à 16,3 M€ en Lituanie, en croissance de 6,2% par rapport à la même période de 2014, tiré par un excellent 3^{ème} trimestre au cours duquel l'activité a été en croissance de 8% grâce notamment au lancement récent de William Peel et de Fruits and Wine.

Espagne : poursuite de la croissance au 3^{ème} trimestre 2015

Le chiffre d'affaires net réalisé en Espagne au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2015 s'élève à 9,1 M€, en progression de +1,2% par rapport à la même période de l'exercice précédent et en croissance de 1,5% au 3^{ème} trimestre 2015 tiré principalement par les excellentes performances de Marie Brizard. Bien qu'arrêté en novembre 2013, le contrat de sous-traitance Pulco chez Marie Brizard Espagne avait encore eu un impact sur le chiffre d'affaires en 2014. A périmètre comparable, le chiffre d'affaires net réalisé en Espagne sur les neuf premiers mois de 2015 est en progression de +3,5% par rapport à 2014.

Brésil : chiffre d'affaires impacté par l'environnement macro-économique local dégradé

Le chiffre d'affaires net s'élève à 3,0 M€ à fin septembre 2015, soit une diminution de 23,8% par rapport à l'exercice précédent. Retraité de l'impact du change, le chiffre d'affaires net est en baisse de 13,7%.

Accord avec la DVNI sur le litige lié à la déductibilité de la charge d'intérêt de la dette FRN

Par courrier en date du 29 octobre 2015, la Direction des Vérifications Nationales et Internationales a confirmé les termes d'un accord mettant fin au litige qui opposait la société à l'administration fiscale, concernant la déductibilité de la charge d'intérêt liée à la dette FRN. Au titre de cet accord, la société devrait ainsi obtenir le dégrèvement d'une somme de 20,4 M€ correspondant au montant, objet du litige.

En contrepartie, et suivant les termes de cet accord, la société va engager le processus de sortie anticipée du plan de continuation de sa filiale française Marie Brizard & Roger International.

⁵ Source : Nabca depletions 31/10/2015, Q3 2015 vs. Q3 2014

⁶ Source : Nielsen 13 weeks 10/10/2015, Q3 2015 vs. Q2 2015



Perspectives

Marie Brizard Wine & Spirits confirme l'objectif d'un EBITDA 2015 proche du double de son niveau de 2014 et les objectifs financiers fixés dans BiG 2018.

Enfin, le Groupe présentera au marché le 23 novembre 2015 une actualisation de son plan stratégique ainsi qu'un calendrier sur la restructuration de ses Bons de Souscription d'Actions (BSA).

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de Marie Brizard Wine & Spirits commente : « *Ce 3^{ème} trimestre est contrasté. En France, la situation s'est significativement améliorée alors que nous avons à peine débuté nos investissements publicitaires. En Pologne et aux Etats-Unis, notre activité a été pénalisée par des facteurs exogènes dont les répercussions ont été significatives. Nous avons décidé d'impacter le court-terme au profit du long-terme. En Pologne, nous avons été victimes d'une tentative de chantage inacceptable et nous avons refusé ces pratiques anormales pour reprendre notre destin en mains et nous en assumons les effets. Ceci ne change en rien nos ambitions et notre plan de marche.* »

A propos de Marie Brizard Wine & Spirits

Marie Brizard Wine & Spirits est un Groupe de vins et spiritueux implanté en Europe et aux Etats-Unis. Marie Brizard Wine & Spirits se distingue par son savoir-faire, combinaison de marques à la longue tradition et d'un esprit résolument tourné vers l'innovation. De la naissance de la Maison Marie Brizard en 1755 au lancement de Fruits and Wine en 2010, le Groupe Marie Brizard Wine & Spirits a su développer ses marques dans la modernité tout en respectant leurs origines.

L'engagement de Marie Brizard Wine & Spirits est d'offrir à ses clients des marques de confiance, audacieuses et pleines de saveurs et d'expériences. Le Groupe dispose aujourd'hui d'un riche portefeuille de marques leaders sur leurs segments de marché, et notamment William Peel, Sobieski, Fruits and Wine et Marie Brizard.

Marie Brizard Wine & Spirits est coté sur le compartiment B d'Euronext Paris (FR0000060873 - MBWS) et fait partie de l'indice EnterNext© PEA-PME 150.



Contacts :

Image Sept

Simon Zaks

szaks@image7.fr

Tel : 01 53 70 74 63



ANNEXES

Répartition par trimestre du chiffre d'affaires net consolidé

Chiffre d'affaires net consolidé (en M€) Données non auditées	2014	2015	variation totale	% var.
1 ^{er} trimestre	95,6	95,6	0,0	0,0%
2 ^{ème} trimestre	125,8	127,1	1,3	1,1%
3 ^{ème} trimestre	118,8	103,3	-15,5	-13,1%
CA cumulé net de droits d'accises	340,2	326,0	-14,2	-4,2%

Répartition géographique du chiffre d'affaires net consolidé

M€	T1 2015	T2 2015	T3 2015	9M 2015
France	39,6	57,3	47,9	144,8
Pologne	38,1	46,3	33,0	117,4
Lituanie	5,2	5,4	5,7	16,3
États-Unis	3,3	5,8	4,3	13,4
Espagne	2,2	3,5	3,4	9,1
Brésil	0,9	1,3	0,8	3,0
Autres	6,3	7,5	8,2	22,0
Total	95,6	127,1	103,3	326,0



Répartition géographique du chiffre d'affaires net consolidé

9M	2014	Effet arrêts contrats	Effet périmètre	2014 retraité	Variation organique	Effet change	2015
France	144,5	0,0	0,0	144,5	0,3	0,0	144,8
Pologne	128,0	-4,3	-4,3	119,4	-2,6	0,6	117,4
Lituanie	15,4	0,0	0,0	15,4	0,9	0,0	16,3
États-Unis	14,0	0,0	0,0	14,0	-2,9	2,3	13,4
Espagne	9,0	-0,2	0,0	8,8	0,3	0,0	9,1
Brésil	3,9	0,0	0,0	3,9	-0,5	-0,4	3,0
Autres	25,4	0,0	-2,8	22,6	-0,6	0,0	22,0
Total 9M	340,2	-4,5	-7,1	328,6	-5,1	2,5	326,0

T3	2014	Effet arrêts contrats	Effet périmètre	2014 retraité	Variation organique	Effet change	2015
France	46,4	0,0	0,0	46,4	1,5	0,0	47,9
Pologne	47,3	-0,8	-2,6	43,9	-11,1	0,2	33,0
Lituanie	5,3	0,0	0,0	5,3	0,4	0,0	5,7
États-Unis	6,2	0,0	0,0	6,2	-2,6	0,7	4,3
Espagne	3,3	0,0	0,0	3,3	0,1	0,0	3,4
Brésil	1,5	0,0	0,0	1,5	-0,5	-0,2	0,8
Autres	8,8	0,0	0,0	8,8	-0,6	0,0	8,2
Total T3	118,8	-0,8	-2,6	115,4	-12,8	0,7	103,3