



Ivry-sur-Seine, le 8 novembre 2016

## **RETOUR DE LA CROISSANCE AU 3<sup>ÈME</sup> TRIMESTRE 2016 : CHIFFRE D’AFFAIRES NET CONSOLIDÉ EN PROGRESSION DE 1,9%**

- **Croissance à deux chiffres aux Etats-Unis, et pour les activités cœur de métier en Pologne**
- **France : croissance de l’activité spiritueux, et amélioration de l’activité vins par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre**
- **MBWS confirme son objectif d’EBITDA pour 2016, ainsi que les objectifs de son plan stratégique BiG 2018**

Marie Brizard Wine and Spirits (Euronext Paris : MBWS) publie aujourd’hui son chiffre d’affaires, arrêté au 30 septembre 2016 :

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2016, le Groupe a généré un chiffre d’affaires net consolidé de 104,3 M€, en progression de 1,9% par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015 (hors effets de change).  
Le chiffre d’affaires des activités cœur de métier s’élève à 83,6 M€ pour le 3<sup>ème</sup> trimestre, en hausse de 1,1% par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015 (hors effets de change).

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de MBWS commente :

*« La croissance à deux chiffres enregistrée aux Etats-Unis, et sur nos activités cœur de métier en Pologne, démontre notre capacité à atteindre nos objectifs de croissance et de rentabilité sur ces marchés. Nous sommes également très satisfaits de la croissance de nos marques de spiritueux en France, en particulier celle de William Peel et de Sobieski qui continuent de gagner des parts de marché. Nos marques piliers continuent également de se développer sur d’autres marchés, notamment en Espagne, et soulignent leur potentiel de croissance dans différentes zones géographiques. Nous anticipons par ailleurs une accélération du développement de Cognac Gautier, au fur et à mesure de la reconfiguration de notre route-to-market en Asie et aux Etats-Unis.*

*En outre, nos activités non-cœur de métier ont renoué avec la croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre, soulignant l’efficacité de notre programme de restructuration.*

*Enfin, grâce à la croissance profitable de nos activités cœur de métier, nous anticipons l’atteinte de notre objectif d’EBITDA de l’ordre de 20 M€ en 2016, et nous confirmons également les objectifs de notre plan stratégique BiG 2018 ».*



**Chiffre d'affaires consolidé du 3<sup>ème</sup> trimestre 2016, par pays :**

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
France	47,9	-0,1	0,0	47,8	-0,3%	-0,3%
Pologne cœur de métier	12,6	1,4	-0,5	13,5	10,8%	7,0%
Lituanie	5,7	-0,2	0,0	5,5	-2,8%	-2,8%
Etats-Unis	4,3	0,5	0,0	4,8	11,3%	10,8%
Espagne	3,4	0,2	0,0	3,6	5,5%	5,5%
Brésil	0,8	-0,3	0,2	0,6	-43,7%	-19,5%
Autres	8,2	-0,4	0,0	7,8	-5,4%	-5,4%
<b>Total MBWS cœur de métier</b>	<b>83,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>83,6</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,8%</b>
MBWS non cœur de métier	20,4	0,9	-0,7	20,7	4,9%	1,2%
<b>Total MBWS</b>	<b>103,4</b>	<b>1,9</b>	<b>-1,0</b>	<b>104,3</b>	<b>1,9%</b>	<b>0,9%</b>

La croissance du chiffre d'affaires a été alimentée par la Pologne et les Etats-Unis, et par une performance positive sur le marché espagnol. Cette croissance a toutefois été gommée en partie par le repli temporaire du chiffre d'affaires au Brésil et en Lituanie.

**France : performance positive et gains de parts de marché pour l'activité spiritueux, amélioration de l'activité vins par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2016**

	Evolution en Volumes vs. 2015		Parts de marché MBWS
	Marché	MBWS	
<b>FRANCE</b>			
William Peel	+1,3%	+5,1%	24,5%
Sobieski	+1,6%	+29,2%	14,7%
Fruits and Wine	-13,1%	-10,1%	29,6%

Source : Nielsen CAD P10 2016

Le chiffre d'affaires de l'activité spiritueux de MBWS a progressé au 3<sup>ème</sup> trimestre. En parallèle, l'activité vins a enregistré une amélioration progressive par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2016. Au total, le chiffre d'affaires du Groupe en France est en recul de 0,3%. Les marques piliers continuent de surperformer leurs catégories respectives, et gagnent encore des parts de marché.

MBWS est devenu, au 3<sup>ème</sup> trimestre, le plus gros contributeur à la croissance du marché français des spiritueux, en valeur, depuis le début de l'année, et reste le premier contributeur en volume sur la même période. Sobieski enregistre la plus forte croissance de la catégorie vodka, avec un gain de 3,1 points de part de marché depuis le début de l'année, pour atteindre 14,7%. William Peel consolide une



nouvelle fois son statut de leader de la catégorie scotch whisky, avec un gain de 0,9 point de part de marché depuis le début de l'année, pour atteindre le niveau historique de 24,5%. Fruits and Wine

continue de surperformer ses concurrents, et conserve sa position de leader dans la catégorie des boissons aromatisées à base de vin (BABV) avec une part de marché de 29,6%.

#### Espagne : poursuite d'une croissance dynamique

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2016, le Groupe a généré un chiffre d'affaires en progression de 5,5% sur le marché espagnol, porté par la croissance robuste des vins Marqués del Puerto, et par la bonne performance de William Peel et de Sobieski. La marque Marie Brizard devrait, quant à elle, bénéficier pleinement de son relancement au 4<sup>ème</sup> trimestre, et enregistrer une accélération de sa croissance sur la fin de l'année 2016.

#### Pologne : croissance des activités cœur de métier soutenue par les ventes de Krupnik aromatisée

	Evolution en Volumes vs. 2015		Parts de marché
	Marché	MBWS	MBWS
<b>POLOGNE</b>			
Krupnik pure	+1,9%	+1,0%	15,7%
Krupnik aromatisée	+5,0%	+43,8%	4,5%
Total Krupnik	+3,3%	+4,7%	13,1%

Source : Nielsen CAD P09 2016

Les activités cœur de métier en Pologne ont enregistré une croissance organique de 10,8% au 3<sup>ème</sup> trimestre, dopée par Krupnik aromatisée, qui a gagné 1,15 point de parts de marché depuis le début de l'année. Les versions aromatisées de Krupnik représentent désormais 7,7% des ventes totales de la marque (contre 4,8% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015). Le trimestre a également été marqué par le dynamisme des ventes de William Peel.

#### Lituanie : chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre impacté par un environnement concurrentiel dégradé

Le chiffre d'affaires du Groupe en Lituanie est en repli de 2,8% sur le 3<sup>ème</sup> trimestre. Ce chiffre reflète la contraction du marché domestique de la vodka, conséquence des nouvelles restrictions gouvernementales sur l'achat d'alcool. La perspective d'un contrôle renforcé de la distribution d'alcool par les pouvoirs publics complique l'environnement concurrentiel en Lituanie. William Peel, Marie Brizard, Cognac Gautier, et certaines de nos marques locales affichent néanmoins une croissance robuste, démontrant leur résistance et la force de leur positionnement dans un environnement plus difficile.

#### Bulgarie : forte croissance des marques piliers

Le chiffre d'affaires du Groupe en Bulgarie a progressé de 57% au 3<sup>ème</sup> trimestre, grâce à une croissance substantielle de William Peel, Fruits and Wine, Marie Brizard et Sobieski. Les marchés d'exportation, depuis la Bulgarie, ont également affiché une bonne performance.

#### Etats-Unis : retour à la croissance, suite à la réorganisation du route-to-market

La croissance du chiffre d'affaires aux Etats-Unis a retrouvé sa trajectoire du 1<sup>er</sup> trimestre 2016. Le Groupe a généré un chiffre d'affaires en progression de 11,3% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2016, tiré par toutes les marques piliers, suite à la réorganisation de son réseau de distribution aux Etats-Unis.



Brésil : les hausses de prix et le décalage des activités promotionnelles pèsent sur le chiffre d'affaires  
MBWS a enregistré une baisse de 43,7% de son chiffre d'affaires au 3<sup>ème</sup> trimestre au Brésil, en devise locale (et en repli de 19,5% en incluant les effets de change) après une croissance à deux chiffres au 2<sup>ème</sup> trimestre. La baisse de chiffre d'affaires a été provoquée par des hausses de tarif début juillet, et par le décalage de campagnes promotionnelles au début du mois d'octobre. Le ralentissement des ventes, en volume, devrait être rattrapé au 4<sup>ème</sup> trimestre.

### Activités non cœur de métier

Les activités non cœur de métier (composées principalement des activités de commerce de gros en Pologne) ont enregistré une croissance de 4,9% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2016, conséquence de leur restructuration. Cette performance souligne l'impact positif des mesures opérationnelles mises en œuvre depuis deux ans dans le cadre du volet Optimisation du plan stratégique. Les activités non cœur de métier devraient atteindre un EBITDA à l'équilibre pour l'ensemble de l'année 2016.

### Chiffre d'affaires sur 9 mois

Sur les 9 premiers mois de l'année 2016, les activités cœur de métier ont généré un chiffre d'affaires de 246,3 M€, en léger recul de 0,3% par rapport à la même période de l'année 2015, et en repli de 1,2% incluant les effets de change. La croissance de l'activité spiritueux depuis le début de l'année a été gommée par l'impact météo négatif sur l'activité vins en France, faiblement génératrice de marge.

Le chiffre d'affaires net consolidé de MBWS s'est élevé à 309,3 M€, en repli de 2,5% (à périmètre et taux de change constants) et en baisse de 4,2% en incluant les effets de change. La baisse du chiffre d'affaires des activités non cœur de métier, là encore faiblement génératrices de marge, est la conséquence de la restructuration menée et est en ligne avec les objectifs du plan BiG 2018.

### Chiffre d'affaires sur 9 mois, par pays

	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<i>En M€</i>						
France	144,8	-4,1	0,0	140,8	-2,8%	-2,8%
Poland cœur de métier	40,7	2,5	-2,0	41,2	6,1%	1,2%
Lituanie	16,3	0,2	0,0	16,5	1,1%	1,1%
Etats-Unis	13,4	0,6	0,0	14,0	4,2%	4,1%
Espagne	9,1	0,4	0,0	9,5	4,5%	4,5%
Brésil	3,0	0,1	-0,4	2,8	4,7%	-7,1%
Autres	22,0	-0,4	0,0	21,6	-1,9%	-1,9%
<b>Total MBWS cœur de métier</b>	<b>249,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,4</b>	<b>246,3</b>	<b>-0,3%</b>	<b>-1,2%</b>
MBWS non cœur de métier	73,6*	-7,5	-3,1	63,0	-10,2%	-14,4%
<b>Total MBWS</b>	<b>323,0</b>	<b>-8,2</b>	<b>-5,4</b>	<b>309,3</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-4,2%</b>

\* Le chiffre d'affaires des activités non cœur de métier pour les 9 premiers mois de 2015 a été retraité, afin de tenir compte des changements de périmètre.



## Perspectives

Marie Brizard Wine & Spirits confirme son objectif d'EBITDA pour 2016, de l'ordre de 20 M€ (hors impact de la norme IFRS 2). Le Groupe confirme également les objectifs de son plan stratégique BiG 2018, à savoir un chiffre d'affaires compris entre 450 et 500 M€, et une marge d'EBITDA de 15% à l'horizon 2018.

MBWS publiera son chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre 2016 le 7 février 2017.

### **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.



### **Contact Presse :**

**Stéphane Pedrazzi**

stephane.pedrazzi@mbws.com

Tel : +33 1 76 28 40 71

### **Contact Investisseurs :**

**Raquel Lizarraga**

raquel.lizarraga@mbws.com

Tel : +33 1 43 91 50 18

**Simon Zaks, Image Sept**

szaks@image7.fr

Tel : +33 1 53 70 74 63