



Ivry-sur-Seine, 9 février 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL 2015

Accélération de la croissance au 4^{ème} trimestre 2015 : +11,0%

Chiffre d'affaires 2015 des métiers cœurs : 364,4 M€ (+4,4% vs. 2014)

Confirmation de l'objectif 2015 d'un doublement de l'EBITDA 2014

Excellente performance des marques piliers en 2015

Fruits and Wine dépasse 1 million de caisses de 9l (+7,6% vs. 2014)

Sobieski dépasse 2 millions de caisses de 9l (+1,6% vs. 2014) et devient n°2 de la vodka en France

Krupnik dépasse 4 millions de caisses de 9l (+20,1% vs. 2014)

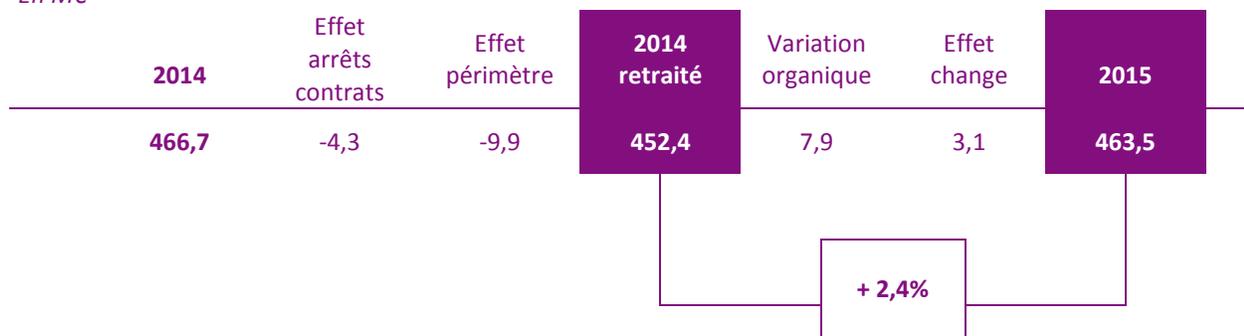
William Peel atteint 2,9 millions de caisses de 9l (+6,4% vs. 2014)

Marie Brizard atteint 0,5 million de caisses de 9l (+5,9% vs. 2014)

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext Paris : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires consolidé non audité au 31 décembre 2015.

Chiffre d'affaires net consolidé 2015 : +2,4% à activités comparables

En M€



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 Alkoholni en Pologne), le chiffre d'affaires net du Groupe pour l'année 2015 s'élève à 463,5 M€, en augmentation de 2,4% par rapport à 2014.

Les activités cœurs de métier ont réalisé un chiffre d'affaires de 364,4 M€ et enregistré une progression de 4,4% par rapport à la base comparable de 2014.

Enfin, au 4^{ème} trimestre 2015, la croissance du chiffre d'affaires net du Groupe s'est accélérée pour atteindre 11,0%, à 137,4 M€.



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

France : renforcement des positions de toutes les marques piliers

Le chiffre d'affaires du Groupe en France s'élève à 191,0 M€. Il est en retrait de 1,2% par rapport à l'année 2014. Les marques piliers qui sont également les plus contributrices à la rentabilité du Groupe ont réalisé d'excellents résultats et ont toutes surperformé leur marché.

Néanmoins, le marché français des spiritueux a été affecté par les événements survenus en novembre 2015. La consommation dans le circuit Cafés, Hôtels, Restaurants (CHR), mais également, et dans une moindre mesure, en grande distribution, a été impactée négativement au cours du 4^{ème} trimestre 2015 en France. Ainsi, au 4^{ème} trimestre 2015, le chiffre d'affaires réalisé en France est en retrait de 5,4%.

En 2015, le chiffre d'affaires de l'activité vins est stable, tiré par les bonnes performances de Fruits and Wine. En effet, la première campagne de communication lancée durant l'été 2015 a eu un impact positif sur les ventes de la marque qui a ainsi pu consolider son leadership de la catégorie avec 28,9% de parts de marché¹ (28,5% à fin décembre 2014).

William Peel termine l'année 2015 sur une performance volumes de +5,3% dans un marché en retrait de 1,4%². La marque, leader du scotch whisky en France, détient 23,4% de parts de marché², en progression de 1,5 pt par rapport à la même période de l'exercice 2014. Cette performance a été réalisée alors que les investissements publicitaires sur William Peel n'ont repris qu'en toute fin d'année 2015.

Enfin, Sobieski, également de retour en publicité au dernier trimestre 2015, accélère son développement et surperforme le marché avec une croissance volumes de 0,6%² sur l'année 2015 pour réaliser une part de marché de 11,9%² (+0,1 point versus 2014) sur l'année 2015. En conséquence, Sobieski a atteint dès 2015 son objectif 2018 en devenant le 2^{ème} acteur du marché de la vodka et le 1^{er} acteur des vodkas importées en France, devançant de 0,1 point le troisième acteur du marché (Source : Nielsen au 03/01/2016, Vodka).

	Evolution des volumes vs. 2014		Parts de marché
	Marché	MBWS	MBWS
William Peel	-1,4%	+5,3%	23,4%
Sobieski	-0,1%	+0,6%	11,9%
Fruits and Wine	+1,8%	+3,0%	28,9%

Source : Nielsen CAD P13 2015 / IRI CAD P13 2015

¹ Source : IRI CAD P13 2015, BABV

² Source : Nielsen CAD P13 2015



Pologne : accélération de la croissance au 4^{ème} trimestre et gains de parts de marché

Le chiffre d'affaires net 2015 en Pologne est en progression de 4,8% après retraitement de l'impact de l'arrêt des ventes des vodkas tierces en 2014 et de la cession de Galerie Alkohol. Sans tenir compte de ces retraitements, le chiffre d'affaires net en Pologne s'élève à 176,3 M€ en 2015, en retrait de 1,5% par rapport à l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2015 en Pologne atteint 59,0 M€, en progression de 23,1% (hors effet de change et à activités comparables) par rapport au dernier trimestre 2014.

Le chiffre d'affaires des métiers cœurs en Pologne est en progression (hors effet contrats arrêtés) de 20,1% sur l'année 2015 à 77,3 M€, contre 64,4 M€ en 2014, tiré par les bonnes performances de ses principales marques de vodka. En 2015, Krupnik a renforcé sa position de 2^{ème} acteur du marché polonais des vodkas pures pour atteindre une part de marché de 15,6%³ (+1,5 point dans un marché en recul de 2,0% vs. 2014). Sobieski a également poursuivi sa forte croissance.

Conformément au plan BiG 2018, le Groupe a poursuivi la restructuration de ses activités de grossistes en Pologne. Le chiffre d'affaires 2015 des activités non stratégiques a été en retrait de 4,2% (hors effet de périmètre) pour atteindre 99,0 M€. La baisse du chiffre d'affaires de ces activités impactera positivement leur rentabilité.

Etats-Unis : croissance de 38% au 4^{ème} trimestre, confirmation de la pertinence de la stratégie

Le chiffre d'affaires net 2015 s'élève à 23,1 M€, en progression de 15,7% par rapport à 2014. Retraité de l'effet change, il n'est plus en recul que de 3,3% (versus -21% pour les neuf premiers mois de 2015).

Le 4^{ème} trimestre 2015 a vu une forte accélération de la croissance, avec un chiffre d'affaires de 9,6 M€, en progression de 38,0% (hors effet de change) par rapport au 4^{ème} trimestre 2014. Cette performance est en partie liée à un support promotionnel accru (+1,2M\$ vs. 2014) sur Sobieski pour répondre à la pression commerciale sur le marché de la vodka.

L'année 2015 aux Etats-Unis a donc été marquée par un 1^{er} semestre dédié à la mise en place de la nouvelle stratégie et aux opérations de déstockage, puis par un 2nd semestre caractérisé par la matérialisation des premiers effets de cette stratégie.

Ce 2nd semestre vient ainsi valider les choix stratégiques du Groupe qui a concentré ses investissements sur 9 états clés dans lesquels son chiffre d'affaires a progressé de 5,7% en 2015 par rapport à 2014.

Lituanie : croissance continue du chiffre d'affaires en 2015 dans un contexte compétitif difficile

Le chiffre d'affaires net 2015 réalisé en Lituanie s'élève à 23,3 M€, en croissance de 7,1% par rapport à 2014. Cette performance doit être appréciée au regard du contexte du marché, caractérisé par l'hyperactivité promotionnelle de l'ensemble des acteurs du secteur. Dans ce contexte, Marie Brizard Wine & Spirits a fait croître ses volumes de 6% tout en ne participant que partiellement à cette guerre des prix, toujours en

³ Source : Nielsen CAD P13 2015, Vodka



vigueur. Si la croissance volume a été dopée par les lancements prometteurs de William Peel et de Fruits and Wine, toutes les marques du Groupe ont été en croissance en 2015.

Au 4^{ème} trimestre le chiffre d'affaires s'élève à 7,0 M€ en progression de 9,4% en comparaison du 4^{ème} trimestre 2014.

Espagne : croissance tirée par Marie Brizard

Le chiffre d'affaires net réalisé en Espagne en 2015 s'élève à 14,2 M€, en progression de 2,1% par rapport à l'exercice précédent. Cette croissance annuelle a été tirée principalement par les excellentes performances de Marie Brizard dont les volumes sont en augmentation de 14%. 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 en 2015 est en progression de 3,6% par rapport à 2014.

Sur le seul 4^{ème} trimestre 2015, le chiffre d'affaires atteint 5,1 M€, en hausse de 3,8% par rapport au 4^{ème} trimestre 2014.

Brésil : fin d'année encourageante dans un environnement macro-économique local dégradé

Le chiffre d'affaires net de l'exercice 2015 s'élève à 4,1 M€, en diminution de 20,0% par rapport à l'exercice précédent. Retraité de l'impact du change, le chiffre d'affaires net 2015 est en baisse de 5,5%.

L'activité en 2015 a souffert de l'application progressive de la réforme de TVA, initiée fin 2014 dans l'Etat de Rio. En dépit de la hausse, le 1^{er} décembre 2015, des droits d'accises au niveau national, le chiffre d'affaires de Marie Brizard Wine & Spirits au Brésil a progressé de 22,3% au 4^{ème} trimestre 2015 (hors effet de change).

Bulgarie : retour de la croissance après la récupération du contrôle opérationnel début 2015

Le chiffre d'affaires net 2015 s'élève à 6,6 M€, en progression de 15,0% par rapport à l'exercice précédent. La croissance du chiffre d'affaires est notamment tirée par les excellentes performances de Sobieski, dont les volumes ont doublé sur l'exercice, et par les performances encourageantes de William Peel et de Fruits and Wine, lancés au cours de l'exercice 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 2018 fixés dans BiG 2018.

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de Marie Brizard Wine & Spirits commente : *«Le bilan de l'année 2015 pour nos marques piliers est très positif avec une forte croissance des volumes et le retour de nos investissements publicitaires en France, dont les effets devraient s'accroître en 2016. Le positionnement de nos marques piliers au cœur du marché, axe central de notre stratégie, a ainsi démontré sa pertinence dans une situation macroéconomique incertaine. Le relancement de nos marques secondaires et d'assortiment qui aura lieu en 2016 devrait permettre à ces marques de reprendre une dynamique solide de croissance. De plus, la progression de l'EBITDA combinée à l'OPE initiée sur nos BSA et aux cessions d'actifs immobiliers annoncées en décembre 2015 vont nous permettre d'accélérer le calendrier de sortie de notre plan de continuation et de financer notre croissance future. »*



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 :

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 millions d'euros) 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	1,0%
3 ^{ème} trimestre	118,8	103,3	-15,5	-13,1%
4 ^{ème} trimestre	126,5	137,4	11,0	8,7%
CA cumulé net de droits d'accises	466,7	463,5	-3,2	-0,7%

Répartition géographique du chiffre d'affaires net consolidé

M€	T1 2015	T2 2015	T3 2015	T4 2015	2015
France	39,6	57,3	47,9	46,1	191,0
Pologne	38,1	46,3	33,0	59,0	176,3
Lituanie	5,2	5,4	5,7	7,0	23,3
États-Unis	3,3	5,8	4,3	9,6	23,1
Espagne	2,2	3,5	3,4	5,1	14,2
Brésil	0,9	1,3	0,8	1,1	4,1
Autres	6,3	7,5	8,2	9,5	31,5
Total	95,6	127,1	103,3	137,4	463,5



Répartition géographique du chiffre d'affaires net consolidé

12M	2014	Effet arrêts contrats	Effet périmètre	2014 retraité	Variation organique	Effet change	2015
France	193,3	0,0	0,0	193,3	-2,3	0,0	191,0
Pologne	179,0	-4,1	-7,1	167,7	8,5	0,1	176,3
Lituanie	21,8	0,0	0,0	21,8	1,5	0,0	23,3
États-Unis	19,9	0,0	0,0	19,9	-0,7	3,8	23,1
Espagne	13,9	-0,2	0,0	13,7	0,5	0,0	14,2
Brésil	5,1	0,0	0,0	5,1	-0,3	-0,7	4,1
Autres	33,7	0,0	-2,8	30,9	0,6	0,0	31,5
Total 12M	466,7	-4,3	-9,9	452,4	7,9	3,1	463,5

T4	2014	Effet arrêts contrats	Effet périmètre	2014 retraité	Variation organique	Effet change	2015
France	48,8	0,0	0,0	48,8	-2,6	0,0	46,1
Pologne	50,9	0,1	-2,8	48,3	11,2	-0,5	59,0
Lituanie	6,4	0,0	0,0	6,4	0,6	0,0	7,0
États-Unis	6,0	0,0	0,0	6,0	2,3	1,4	9,6
Espagne	4,9	0,0	0,0	4,9	0,2	0,0	5,1
Brésil	1,2	0,0	0,0	1,2	0,3	-0,3	1,1
Autres	8,3	0,0	0,0	8,3	1,2	0,0	9,5
Total T4	126,5	0,1	-2,8	123,8	13,1	0,6	137,4