



Ivry-sur-Seine, le 28 juillet 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2^{ème} TRIMESTRE 2016

Chiffre d'affaires des métiers cœurs : +1,4% au 2^{ème} trimestre à 95,4 M€
(à taux de change et périmètre constants)

Forte progression des activités principales du Groupe au 2^{ème} trimestre :
+5% pour les ventes de spiritueux en France
+ 20,5% pour les activités cœur de métier en Pologne

MBWS confirme l'objectif d'une croissance significative de son EBITDA en 2016

Forte progression des marques piliers en France et en Pologne

Comme annoncé lors de la publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre, Marie Brizard Wine & Spirits (MBWS) a retrouvé sa dynamique de croissance au 2^{ème} trimestre 2016, grâce à la bonne performance de ses marques piliers en France et en Pologne. La progression des parts de marché reflète la pertinence du positionnement de ses marques et de son business model.

	Evolution des volumes vs. 2015		Parts de marché MBWS
	Marché	MBWS	
FRANCE			
William Peel	+0,5%	+5,0%	24,1%
Sobieski	+0,8%	+26,1%	14,8%
Fruits and Wine	-13,5%	-7,4%	30,1%
POLOGNE			
Krupnik pure	+1,8%	+1,0%	12,1%
Krupnik aromatisée	+4,7%	+45,6%	1,0%

Source : Nielsen CAD P6 2016



- William Peel conforte sa première place sur le marché français du whisky, avec 24,1% de parts de marché (+1 pt vs. 30 juin 2015), grâce à la continuité des plans media et digitaux au 2^{ème} trimestre, et par l'essor progressif de William Peel Double Maturation sur la fin du trimestre.
- Sobieski renforce sa place de numéro 2 sur le marché français de la vodka (+3 pts de pdm vs. 30 juin 2015) conformément aux ambitions du Groupe.
- Krupnik aromatisée confirme son succès en Pologne, avec une croissance de 45,6% (en volume) sur le premier semestre 2016.
- Fruits and Wine résiste mieux que la moyenne du marché aux mauvaises conditions météo, grâce à sa position de leader sur le segment des boissons aromatisées à base de vin (BABV). La marque détient désormais plus de 30% de parts de marché en France (+2pts de pdm vs. 30 juin 2015).
- Les ventes globales de Marie Brizard enregistrent une progression de 5 % (en volume) sur les 6 premiers mois de l'année 2016, avant même le relancement de la marque au niveau mondial, prévu à partir de septembre 2016. La solide performance réalisée depuis le début de l'année permet au Groupe d'anticiper de bonnes perspectives pour la marque Marie Brizard, alors que le marché mondial des liqueurs affiche, pour 2015, un recul de 4,9% (source : ISWR).

Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2016

Les activités cœur de métier ont généré un chiffre d'affaires de 95,4 M€ au 2^{ème} trimestre 2016, en progression de 1,4% par rapport au 2^{ème} trimestre 2015 (à taux de change et périmètre constants). Alors que les activités cœur de métier avaient réalisé, au 1^{er} trimestre 2016, un chiffre d'affaires de 67,4 M€, en repli de 5% (vs. T1 2015) ce deuxième trimestre marque une excellente performance, et un net retour à la croissance.

<i>En M€</i>								
	T2 2015	Effet périmètre	T2 2015 retraité	Variation organique	Effet change	T2 2016	Variation organique (hors change)	Variation organique (change inclus)
Activités cœur de métier	95,5	0,0	95,5	1,3	-1,5	95,4	1,4%	-0,1%
Activités non cœur de métier	31,6	-0,9	30,7	-4,6	-1,6	24,6	-14,8%	-20,0%
Total MBWS	127,1	-0,9	126,2	-3,2	-3,1	119,9	-2,5%	-5,0%



Le chiffre d'affaires net consolidé s'élève à 119,9 M€ au 2^{ème} trimestre 2016, en repli de 2,5% (à taux de change et périmètre constants). Cette baisse est essentiellement liée aux activités non stratégiques en Pologne, et au recul, dans les activités cœur de métier, des ventes de vin rosé MDD (marques de distributeurs) en France.

Le tassement du chiffre d'affaires de ces deux activités à faible marge ne remet pas en cause la confiance du Groupe dans sa capacité à générer une croissance significative de son EBITDA sur l'exercice 2016.

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

En M€	2015	Effet périmètre	2015 retraité	Variation organique	Effet change	2016	Variation organique (hors change)	Variation organique (change inclus)
T2								
France	57,3	0,0	57,3	-2,8	0,0	54,5	-4,9%	-4,9%
Pologne cœur de métier	14,7	0,0	14,7	3,0	-1,1	16,6	20,5%	13,1%
Pologne non cœur de métier	31,6	-0,9	30,7	-4,6	-1,6	24,6	-14,8%	-20,0%
Lituanie	5,4	0,0	5,4	0,1	0,0	5,5	2,4%	2,4%
États-Unis	5,8	0,0	5,8	-0,3	-0,1	5,5	-4,5%	-5,9%
Espagne	3,5	0,0	3,5	0,4	0,0	3,9	11,4%	11,4%
Brésil	1,3	0,0	1,3	0,5	-0,3	1,5	35,7%	11,6%
Autres	7,5	0,0	7,5	0,4	0,0	7,9	5,9%	6,0%
Total T2	127,1	-0,9	126,2	-3,2	-3,1	119,9	-2,5%	-5,0%

France : forte hausse des ventes de spiritueux au 2^{ème} trimestre

L'activité spiritueux a nettement progressé en France au 2^{ème} trimestre, avec un chiffre d'affaires en hausse de 5% par rapport au 2^{ème} trimestre 2015, porté par la très bonne performance des marques piliers et le développement des marques complémentaires. Le rebond du 2^{ème} trimestre, qui était attendu, permet à notre activité spiritueux d'afficher une croissance de 0,6% sur les six premiers mois de l'année 2016.

Cette performance conforte le Groupe dans sa stratégie axée sur les marques piliers, les plus génératrices de marge.

Le 2^{ème} trimestre 2016 a également été marqué par des conditions météo particulièrement défavorables en France, avec un impact sensible sur les ventes de vins rosés, notamment sur les MDD, par rapport au 2^{ème} trimestre 2015.

Le chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre, en France, est en repli de 4,9% à 54,5 M€.



Sur les six premiers mois de l'année 2016, le chiffre d'affaires du Groupe en France est en repli de 4%, à 93M€.

Pologne : forte progression des activités cœur de métier au 2^{ème} trimestre

Le chiffre d'affaires des activités cœur de métier en Pologne progresse de 20,5% au 2^{ème} trimestre 2016, hors effet de change et à périmètre constant. Il s'établit à 16,6 M€, soutenu par une bonne performance dans la grande distribution, et un effet rattrapage sur le commerce traditionnel grâce à la reconfiguration en cours de notre modèle de distribution. Le Groupe bénéficie également de la normalisation de sa gouvernance en Pologne, avec la nomination d'un nouveau Directeur Général.

L'activité du 2^{ème} trimestre a été soutenue par l'accélération de la croissance des marques William Peel, qui détient d'ores et déjà 1,7% du marché du scotch whisky (source Nielsen, P05/2016), et Fruits and Wine, précurseur en Pologne de la catégorie BABV. Krupnik aromatisée affiche une croissance spectaculaire de 45,6% en volume au 1^{er} semestre, et détient désormais 4,5% du marché de la vodka aromatisée en Pologne (source : Nielsen P6/2016).

Les activités non stratégiques en Pologne poursuivent leur restructuration et affichent un chiffre d'affaires en repli de 14,8% sur le 2^{ème} trimestre, à périmètre et taux de change constants.

Sur les six premiers mois de l'année 2016, le chiffre d'affaires net total en Pologne est en baisse de 9,1% à 70 M€ (hors effet de change et à périmètre constant), dont activités cœur de métier (+4%) et non cœur de métier (-16%).

Lituanie : très bonne dynamique des marques piliers

La bonne performance des marques piliers, en particulier la forte croissance des ventes de William Peel, a permis de compenser le tassement des ventes de vins fortifiés au deuxième trimestre. William Peel détient désormais 3,3% de parts de marché en Lituanie, en hausse de 2,8 points par rapport au 31 mai 2015 (source AC Nielsen, P05/2016).

Le chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2016 est en hausse de 2,4% par rapport au 2^{ème} trimestre 2015.

Sur les six premiers mois de l'année 2016, le chiffre d'affaires net en Lituanie est en progression de 3,1%, à 10,9 M€.

Etats Unis : marché déstabilisé par le rapprochement de deux grossistes

La récente concentration des distributeurs de spiritueux aux Etats-Unis a eu un impact défavorable, mais temporaire, sur les ventes du Groupe au 2^{ème} trimestre. Le chiffre d'affaires est ainsi en repli de 4,5% sur le trimestre, à 5,5M€.



Dans les états où Sobieski dépend moins des distributeurs (Control States) la marque a renforcé ses parts de marché, notamment dans l'Ohio où les ventes ont progressé de 14,9% au 2^{ème} trimestre (vs. +5,6% pour le marché de la vodka dans cet état – Source NABCA).

Sur les six premiers mois de l'année 2016, le chiffre d'affaires net aux Etats-Unis est en progression de 0,9%, à 9,2M€ (hors effet de change).

MBWS anticipe une croissance plus significative de ses activités américaines sur la deuxième partie de l'année, portées par un important plan d'activation, et par l'achèvement de la restructuration de la distribution.

Espagne : net rebond des ventes au 2^{ème} trimestre

Comme anticipé à la fin du 1^{er} trimestre, le Groupe confirme le rebond de ses ventes au 2^{ème} trimestre en Espagne, avec un chiffre d'affaires en progression de 11,4% à 3,9 M€. Pour rappel, le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2016 s'élevait à 2M€, en repli de 7,9% par rapport au 1^{er} trimestre 2015.

Ce rebond résulte d'une politique de prix plus efficace, et, d'une manière générale, de la refonte de la politique commerciale du Groupe en Espagne.

La bonne performance enregistrée au 2^{ème} trimestre permet au Groupe d'afficher un chiffre d'affaires net en hausse de 4% sur les six premiers mois de l'année 2016, à 5,9M€.

Bulgarie : reprise de la croissance

En Bulgarie, MBWS a réalisé un chiffre d'affaires de 2,2 M€ au 2^{ème} trimestre, en progression de 34,2% grâce à une base de comparaison favorable. L'activité avait en effet été impactée l'an dernier par une tentative d'expropriation du Groupe.

Sur les six premiers mois de l'année 2016, le chiffre d'affaires net est en hausse de 20% à 3,6 M€.

Brésil : forte croissance organique au 2^{ème} trimestre

Au Brésil, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires en progression de 35,7% au 2^{ème} trimestre, à taux de change et à périmètre constants, grâce à une meilleure stratégie publicitaire, notamment le recalage des campagnes publicitaires par rapport aux pics de consommation. Cette forte croissance est en partie masquée par un effet de change défavorable. A taux de change réel, le chiffre d'affaires est en hausse de 11,6%, ce qui constitue au demeurant une excellente performance sur un marché particulièrement chahuté.

Sur les six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires s'établit à 2,2 M€, en progression de 21,6% (hors effet de change et à périmètre constant). Ces bons résultats font également suite au recrutement d'une nouvelle équipe dirigeante au Brésil.



Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2016

Sur le 1^{er} semestre 2016, le chiffre d'affaires des activités cœur de métier est en baisse de 1%, à 162,4 M€ (à taux de change et périmètre constants).

Le chiffre d'affaires net total s'élève à 205 M€ au 1^{er} semestre 2016, en repli de 4,6% (à taux de change et périmètre constants)

	En M€						Variation organique (hors change)	Variation organique (change inclus)
	S1 2015	Effet périmètre	S1 2015 retraité	Variation organique	Effet change	S1 2016		
Activités cœur de métier	166,2	0,0	166,2	-1,7	-2,1	162,4	-1,0%	-2,2%
Activités non cœur de métier	56,5	-3,1	53,4	-8,5	-2,3	42,6	-15,9%	-20,3%
Total MBWS	222,7	-3,1	219,6	-10,2	-4,4	205,0	-4,6%	-6,6%

Perspectives : Accélération de la croissance attendue au 2^{ème} semestre

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de Marie Brizard Wine & Spirits commente : « Comme annoncé lors de notre publication du 1^{er} trimestre, les ventes de spiritueux en France et les activités cœur de métier en Pologne ont rebondi au 2^{ème} trimestre, respectivement à +5% et +20,5%. Ces très bons résultats confortent notre modèle de croissance profitable ainsi que nos stratégies d'investissements publi-promotionnels.

En Pologne, nous avons renoué avec une solide dynamique de croissance et nos activités non cœur de métier devraient être profitables en 2016.

Certes nos activités MDD vins en France (impact météo défavorable) et activités non cœur de métier en Pologne enregistrent des baisses de chiffre d'affaires, mais celles-ci ont un impact très faible sur notre EBITDA. En revanche nos marques piliers enregistrent des gains de part de marché significatifs, ce qui démontre leur performance réelle.

Il convient de noter également les bonnes performances de nos autres zones géographiques confirmant la pertinence de notre modèle d'implantations multi-régionales. »

Le renforcement des organisations au 2^{ème} semestre 2015 et au 1^{er} semestre 2016, ainsi que l'augmentation des investissements publi-promotionnels sur les six premiers mois de l'année 2016,



impacteront le niveau d'EBITDA du Groupe pour le 1^{er} semestre 2016, attendu en léger recul par rapport à celui du 1^{er} semestre 2015.

Néanmoins, les performances du 2^{ème} trimestre 2016 et les tendances d'activité observées pour le 2^{ème} semestre de l'exercice permettent à Marie Brizard Wine & Spirits de confirmer l'objectif d'une croissance significative son EBITDA pour 2016, par rapport à 2015.

Marie Brizard Wine & Spirits confirme également les objectifs de son plan BIG 2018, à savoir un EBITDA compris entre 67 et 75 M€ à l'horizon 2018, pour un chiffre d'affaires compris entre 450 et 500 M€.

Le Groupe publiera ses résultats semestriels le 21 septembre 2016.

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 :

Stéphane Pedrazzi

stephane.pedrazzi@mbws.com

Tel : +33 1 76 28 40 71

Simon Zaks, Image Sept

szaks@image7.fr

Tel : +33 1 53 70 74 63