



Paris, le 7 novembre 2017

Chiffre d'affaires du T3 2017 en progression de +7,5%

- **Chiffre d'affaires de l'Activité Marques en repli de -4,9%**
- **Chiffre d'affaires des Autres Activités en progression de +25,3%**
- **Chiffre d'affaires sur 9 mois en croissance de +5,1%**
- **Mise en place de plans d'actions pour faire face aux défis opérationnels**

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS, Code ISIN: FR0000060873) publie son chiffre d'affaires net consolidé non audité pour le T3 2017**. MBWS a généré un chiffre d'affaires de 111,4 M€ au T3 2017, en progression de +7,5% par rapport au T3 2016. Sur les 9 premiers mois de l'année 2017, le chiffre d'affaires atteint 323,9 M€, en croissance de +5,1% par rapport à la même période de l'année 2016.

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de MBWS commente : « la croissance de +7,5% du chiffre d'affaires de MBWS au 3^{ème} trimestre 2017 recouvre deux réalités distinctes. Les Autres Activités, qui présentent essentiellement un intérêt tactique pour le Groupe, affichent une croissance de plus de 25%. En revanche, l'Activité Marques a généré un chiffre d'affaires en repli de -4,9% sur cette même période, pour atteindre un niveau décevant et inférieur à nos attentes.

L'Activité Marques a été affectée par trois principaux facteurs au 3^{ème} trimestre 2017 : 1) une mauvaise performance pour Fruits and Wine en France, dans le sillage du marché, 2) une baisse de chiffre d'affaires pour Krupnik Pure dans le commerce traditionnel en Pologne dans un contexte de pression sur les prix, et 3) un ralentissement ponctuel des expéditions de Sobieski aux Etats-Unis. Les difficultés limitant notre performance sur chacun de ces marchés ont été identifiées, et des plans d'actions permettant d'améliorer nos résultats futurs sont en cours de mise en œuvre. »

Chiffre d'affaires du T3 2017 par cluster

	T3 2016 retraité *	Croissance organique	Effet de change	T3 2017	Croissance Organique (hors change)	Croissance Organique (incl. Change)
WEMEA	33,6	-2,5	0,0	31,1	-7,5%	-7,5%
France	27,1	-1,7	0,0	25,5	-6,1%	-6,1%
Reste du cluster WEMEA	6,5	-0,9	0,0	5,6	-13,4%	-13,4%
CEE	20,7	0,6	0,3	21,5	2,6%	3,9%
Pologne	13,5	-0,3	0,3	13,4	-2,6%	-0,7%
Reste du cluster CEE	7,2	0,9	0,0	8,1	12,4%	12,4%
Amériques	5,7	-1,1	-0,3	4,3	-19,0%	-23,8%
Asie-Pacifique	0,8	0,1	0,0	0,9	10,3%	10,3%
Sous-Total Activités Marques	60,9	-3,0	0,0	57,9	-4,9%	-4,9%
Autres Activités :						
Sobieski Trade	20,1	6,3	0,5	27,0	31,4%	34,0%
MDD	22,2	4,4	0,0	26,6	19,7%	19,7%
Sous-Total Autres Activités	42,3	10,7	0,5	53,5	25,3%	26,5%
TOTAL MBWS	103,2	7,7	0,5	111,4	7,5%	8,0%

* Le chiffre d'affaires du T3 2016 a été retraité afin de permettre une comparaison avec celui du T3 2017. Les chiffres retraités tiennent compte de l'arrêt des contrats de distribution de Mateus et de Ferreira au WEMEA, de la reclassification du contrat Pulco en Espagne dans la catégorie MDD, et de la vente de Augustowianka en Pologne (Sobieski Trade).

** Toutes les variations de chiffres d'affaires sont calculées à taux de change et à périmètre constants, sauf mention contraire.



Europe de l'Ouest, Moyen-Orient et Afrique (WEMEA)

Le chiffre d'affaires du cluster WEMEA s'élève à 31,1 M€ au T3 2017, en recul de -7,5% par rapport à la même période de 2016. En France, le chiffre d'affaires est en repli de -6,1% à 25,5 M€. Dans le reste du cluster, il s'établit à 5,6 M€, en repli de -13,4%.

En France, l'activité est principalement pénalisée par la contre-performance de Fruits and Wine, sur un marché en régression de -14,8% sur le trimestre (source : IRI P7 à P9 2017). Cette performance fait écho aux faibles chiffres d'affaires publiés par les groupes de spiritueux ou de biens de grande consommation météo-dépendants, en France, au T3 2017, conséquence d'une météo défavorable durant l'été 2017. Fruits and Wine surperforme néanmoins la catégorie des Boissons Aromatisées à Base de Vin (BABV) et gagne +0,8 point de part de marché à 30,0% (Nielsen, CAD P9 2017).

William Peel a gagné un demi-point de part de marché, à 24,8% (Nielsen, CAD P9 2017) dans un contexte de ralentissement pour la catégorie scotch whisky. Sobieski continue de surperformer la catégorie vodka et consolide sa deuxième place sur le marché français de la vodka avec un point supplémentaire de part de marché sur 9 mois, à 15,4%.

	Croissance en volume vs. 2016		Part de marché	
	Marché	MBWS	MBWS	Variation
<u>France</u>				
William Peel	-1,8%	+0,3%	24,8%	+0,5 pt
Sobieski	+2,9%	+10,0%	15,4%	+1,0 pt
Fruits and Wine	-9,3%	-6,9%	30,0%	+0,8 pt

Source : Nielsen CAD P9 2017, IRI P9 2017

Le reste du cluster WEMEA a été essentiellement affecté par la dégradation du chiffre d'affaires de MBWS en Espagne.

Plans d'actions

- L'intensification de l'excellence commerciale constitue la priorité du Groupe en France. L'équipe de direction de MBWS France a été renforcée, avec pour mission d'améliorer à la fois le chiffre d'affaires et la rentabilité, via 1) le category management, 2) une meilleure visibilité en magasins, et 3) une stratégie promotionnelle plus efficace.
- MBWS revoit la stratégie de Fruits and Wine.
- En Espagne, le Groupe revoit ses contrats de distribution, sa politique de prix et sa stratégie promotionnelle. MBWS poursuit sa stratégie d'innovation et élargit également sa cible de consommateurs grâce au lancement d'un nouveau produit Marie Brizard.

Europe Centrale et de l'Est (CEE)

Le chiffre d'affaires du cluster CEE s'élève à 21,5 M€ pour le T3 2017, en progression de +2,6% par rapport à la même période de 2016, grâce à la bonne performance du portefeuille de marques de vodkas en Lituanie et à la croissance de l'activité du Groupe en Bulgarie. Ces deux marchés ont généré un chiffre d'affaires de 8,1 M€, en hausse +12,4%.



En Pologne, le chiffre d'affaires du Groupe s'affiche en recul de -2,6% à 13,4 M€. La très forte concurrence se poursuit sur le marché des vodkas pures et affecte particulièrement Krupnik qui pâtit d'une distribution inférieure à celle de ses concurrents dans le commerce traditionnel, et a engendré une baisse des volumes vendus de -5,4% (CAD). Cette dégradation a toutefois été en partie compensée par le dynamisme des versions aromatisées de Krupnik.

	Croissance en volume vs. 2016		Part de marché	
	Marché	MBWS	MBWS	Variation
Pologne				
Krupnik Pure	-0,8%	-5,4%	14,9%	-0,7 pt
Krupnik aromatisée	8,6%	19,8%	4,9%	+0,5 pt
Total marque Krupnik	1,4%	-3,4%	12,5%	-0,6 pt

Source : Nielsen CAD P9 2017

Plans d'actions

- Poursuite de la mise en place des nouveaux contrats de distribution, et stratégie offensive pour atteindre une meilleure visibilité dans le commerce traditionnel (programme « perfect store »).
- Protection des parts de marché de Krupnik Pure, grâce à une politique de prix plus efficace
- Développement des versions aromatisées de Krupnik pour atteindre 20% des ventes totales de la marque
- Accélération de la distribution de William Peel et des autres marques piliers de MBWS.

Amériques

Le chiffre d'affaires du cluster Amériques a chuté de -19,0% au T3 2017, à 4,3 M€, impacté par la poursuite du déstockage et amplifié par les ouragans du mois de septembre. Cette dégradation ne reflète pas l'amélioration des ventes de nos distributeurs (« depletions ») en juillet et août 2017.

Au Brésil, malgré un contexte macroéconomique toujours difficile, MBWS a renoué avec une légère croissance au T3 2017 .

Plan d'actions

- Poursuite de l'exécution des nouveaux contrats de distribution avec Southern Glazers Wine & Spirits et Empire Merchants, en parallèle d'une politique promotionnelle plus efficace.
- Relancement programmé de Sobieski, porté par le nouveau packaging de la marque.
- Accélération du développement de la distribution de Marie Brizard, en s'appuyant sur la recette du succès en Grande-Bretagne dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR).

Asie-Pacifique

MBWS a poursuivi ses investissements et le cluster Asie-Pacifique a généré un chiffre d'affaires de 0,9 M€ pour le T3 2017, en progression de +10,3% par rapport au T3 2016, conséquence de l'expansion du Groupe dans la région Asie-Pacifique et notamment en Chine.



Performance des marques piliers au T3 2017

	T3 2017		Sur 9 mois	
	Croissance en volume	Chiffre d'affaires	Croissance en volume	Chiffre d'affaires
William Peel	-0,8%	-0,9%	3,0%	1,3%
Sobieski	-7,7%	-13,6%	-4,7%	-6,6%
Krupnik	-15,9%	-3,5%	-15,3%	-3,5%
Cognac Gautier	119,8%	143,4%	81,8%	93,2%
Marie Brizard	8,2%	4,6%	6,7%	7,1%
Fruits and Wine	-20,7%	-21,1%	-7,8%	-10,2%
Total Marques Piliers	-9,1%	-3,4%	-6,2%	-0,7%

Autres Activités : poursuite d'une croissance à deux chiffres

Les Autres Activités du Groupe ont généré un chiffre d'affaires de 53,5 M€ au T3 2017, en croissance de +25,3% par rapport au T3 2016. Le chiffre d'affaires de Sobieski Trade, en croissance de +31,4% à 27,0 M€, a été tiré par une meilleure couverture du commerce traditionnel en Pologne, un nombre de clients plus important et un plus large portefeuille de produits distribués. L'activité Marques de Distributeurs a généré un chiffre d'affaires de 26,6 M€, en croissance de +19,7%, tiré par la croissance de l'embouteillage pour compte de tiers.

Perspectives

Les plans d'actions mis en place doivent permettre au Groupe de retrouver une dynamique de croissance pour son Activité Marques. MBWS confirme la pertinence de son business model *mainstream* à long terme, et réitère les objectifs de son plan stratégique à horizon 2020.



Annexe : Chiffre d'affaires sur 9 mois

	2016 *	Croissance organique	Effet de change	2017	Croissance organique (hors change)	Croissance organique (incl. change)
WEMEA	101,3	-3,9	0,0	97,5	-3,8%	-3,8%
France	83,5	-2,6	0,0	80,9	-3,1%	-3,1%
Reste du cluster	17,9	-1,2	-0,0	16,6	-6,9%	-6,9%
CEE	61,9	1,7	0,9	64,5	2,8%	4,2%
Pologne	41,2	-1,1	0,9	40,9	-2,7%	-0,6%
Reste du cluster	20,7	2,9	0,0	23,6	13,8%	13,8%
Amériques	17,8	-2,5	0,3	15,5	-14,3%	-12,7%
Asie-Pacifique	2,1	0,5	0,0	2,6	24,7%	24,7%
Sous-Total Activité Marques	183,1	-4,1	1,2	180,1	-2,3%	-1,6%
Autres Activités :						
Sobieski Trade	61,3	13,3	1,6	76,2	21,7%	24,3%
MDD	61,1	6,5	0,0	67,6	10,6%	10,6%
Sous-Total Autres Activités	122,4	19,8	1,6	143,8	16,1%	17,5%
TOTAL MBWS	305,5	15,6	2,8	323,9	5,1%	6,0%

* Le chiffre d'affaires sur 9 mois au T3 2016 a été retraité afin de permettre une comparaison avec la même période de 2017. Les chiffres retraités tiennent compte de l'arrêt des contrats de distribution de Mateus et de Ferreira au WEMEA, de la reclassification du contrat Pulco en Espagne dans la catégorie MDD, et de la vente de Augustowianka en Pologne (Sobieski Trade).

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, Krupnik, Fruits and Wine, Cognac Gautier 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