



Paris, le 25 juillet 2019

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2019 : Croissance de 4,4% des Activités Marques Déploiement du plan stratégique en cours

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires non audité du 2<sup>ème</sup> trimestre 2019. Il s'élève à 104,0 M€, en repli de -3,4% à taux de change et à périmètre constants par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2018.

Andrew Highcock, Directeur Général de Marie Brizard Wine & Spirits, commente : « *Au premier semestre, le chiffre d'affaires des Activités Marques affiche une progression solide. En France, conformément au déploiement d'une stratégie commerciale centrée sur la valeur, le chiffre d'affaires est en retrait au profit d'une meilleure rentabilité des ventes réalisées. En Pologne, les accords de distribution signés en 2018 ont poursuivi leur montée en puissance progressive. Nous annonçons aujourd'hui des avancées concrètes et notamment des synergies de distribution avec COFEPP. Nous allons poursuivre le déploiement de notre stratégie et l'adaptation de notre organisation qui nous permettront de retrouver à moyen-terme une croissance rentable.* »

### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CLUSTER

#### 2<sup>ème</sup> Trimestre 2019

en M€	T2 2018	Croissance Organique	Effet de change	T2 2019	Croissance organique (hors effet de change)	Croissance organique (incl. effet de change)
<b>Activités Marques</b>	<b>51,8</b>	<b>-0,8</b>	<b>-</b>	<b>51,0</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-1,5%</b>
<b>WEMEA</b>	<b>33,7</b>	<b>-4,2</b>	<b>-</b>	<b>29,5</b>	<b>-12,5%</b>	<b>-12,5%</b>
France	28,4	-4,3	-	24,0	-15,3%	-15,3%
Reste du cluster	5,4	+0,1	-	5,5	+2,5%	+2,4%
<b>CEE</b>	<b>12,5</b>	<b>+4,7</b>	<b>-0,2</b>	<b>17,0</b>	<b>+37,2%</b>	<b>+35,4%</b>
Pologne	5,9	+6,0	-0,2	11,7	+103,1%	+99,3%
Reste du cluster	6,7	-1,4	-	5,3	-20,8%	-20,8%
<b>Amériques</b>	<b>4,6</b>	<b>-0,9</b>	<b>+0,2</b>	<b>4,0</b>	<b>-18,4%</b>	<b>-14,2%</b>
<b>Asie Pacifique</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,4</b>	<b>-</b>	<b>0,6</b>	<b>-39,9%</b>	<b>-40,0%</b>
<b>Autres Activités</b>	<b>56,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>-0,2</b>	<b>53,0</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-5,6%</b>
Sobieski Trade	27,4	-1,0	-0,2	26,1	-3,7%	-4,6%
MDD	28,7	-1,9	-	26,9	-6,6%	-6,6%
<b>TOTAL MBWS</b>	<b>107,9</b>	<b>-3,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>104,0</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-3,7%</b>



## 1<sup>er</sup> semestre 2019

en M€	S1 2018	Croissance Organique	Effet de change	S1 2019	Croissance organique (hors effet de change)	Croissance organique (incl. effet de change)
<b>Activités Marques</b>	<b>88,3</b>	<b>+3,9</b>	<b>-</b>	<b>92,2</b>	<b>+4,4%</b>	<b>+4,5%</b>
<b>WEMEA</b>	<b>58,7</b>	<b>-5,1</b>	<b>-</b>	<b>53,6</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>
France	50,0	-5,5	-	44,5	-11,0%	-11,0%
Reste du cluster	8,7	+0,4	-	9,2	+4,9%	+4,8%
<b>CEE</b>	<b>21,1</b>	<b>+8,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>29,5</b>	<b>+41,6%</b>	<b>+39,8%</b>
Pologne	8,9	+8,9	-0,4	17,4	+100,3%	+96,0%
Reste du cluster	12,2	-0,1	-	12,1	-1,1%	-1,1%
<b>Amériques</b>	<b>7,2</b>	<b>+0,5</b>	<b>+0,4</b>	<b>8,1</b>	<b>+7,2%</b>	<b>+13,2%</b>
<b>Asie Pacifique</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>-</b>	<b>1,0</b>	<b>-22,1%</b>	<b>-22,1%</b>
<b>Autres Activités</b>	<b>101,7</b>	<b>-7,4</b>	<b>-0,9</b>	<b>93,3</b>	<b>-7,3%</b>	<b>-8,2%</b>
Sobieski Trade	53,8	-3,0	-0,9	49,9	-5,5%	-7,2%
MDD	47,9	-4,5	-	43,5	-9,3%	-9,3%
<b>TOTAL MBWS</b>	<b>190,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>185,6</b>	<b>-1,9%</b>	<b>-2,3%</b>

### WEMEA : impact sur le chiffre d'affaires de la politique commerciale centrée sur la valeur en France

En France, le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2019 s'élève à 24,0 M€, en retrait de -15,3%<sup>1</sup>. Comme annoncé, le Groupe a mis en œuvre depuis le début de l'exercice une politique commerciale centrée sur la valeur, notamment caractérisée par la suspension de l'activité promotionnelle en France. Le Groupe assume cette perte de chiffre d'affaires à court terme et arbitre désormais de manière systématique en faveur de la rentabilité. Le projet de redéploiement de notre force de vente itinérante en France annoncée le 20 juin dernier et consistant à mutualiser avec COFEPP les activités commerciales dans les supermarchés, les magasins de proximité et le réseau CHD procèdent également de cette logique.

Dans le reste du cluster, le chiffre d'affaires est en progression de +2,5% par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice précédent.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2019, le chiffre d'affaires du cluster WEMEA atteint 53,6 M€, en retrait de -8,7%.

### Europe Centrale et de l'Est (CEE) : poursuite de la croissance du chiffre d'affaires en Pologne

Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, le chiffre d'affaires du cluster CEE atteint 17,0 M€, en croissance de 37,2%. Cette progression provient de l'activité en Pologne où le chiffre d'affaires a plus que doublé, sous l'effet de la montée en puissance progressive des accords de distribution signés au cours du 2<sup>nd</sup> semestre 2018 ainsi que de la stratégie commerciale visant à poursuivre la diversification de la base de clients.

Dans le reste du cluster, le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre est en retrait de -20,8%, en raison essentiellement de la hausse des droits d'accises en Lituanie en mars 2019, qui s'était traduite par une anticipation des commandes par les clients du Groupe au 1<sup>er</sup> trimestre.

<sup>1</sup> Toutes les croissances de chiffres d'affaires mentionnées dans ce communiqué sont à taux de change et à périmètre constants, sauf mention contraire.



L'activité en Bulgarie a poursuivi sa croissance au cours de ce 2<sup>ème</sup> trimestre.

Le chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2019 du cluster CEE s'élève à 29,5 M€, en croissance de +41,6%.

### **Amériques : ventes de Sobieski en recul aux Etats-Unis et poursuite de la croissance au Brésil**

Dans le cluster Amériques, le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2019 s'élève à 4,0 M€, en recul de -18,4%. Aux Etats-Unis, le marché de la vodka reste différencié avec, d'un côté, un acteur leader dont les ventes progressent rapidement, tirant la croissance de la catégorie dans son ensemble et de l'autre, une pression sur les prix à laquelle sont confrontés les autres acteurs. Dans ce contexte, les ventes de Sobieski ont été en retrait.

Au Brésil, la croissance du chiffre d'affaires s'est poursuivie au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre, alors que la stratégie commerciale, axée notamment sur la mise en avant des marques locales du Groupe dans les états prioritaires, a d'ores et déjà permis d'étendre la base de clients.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2019, le chiffre d'affaires du cluster Amériques atteint 8,1 M€, en croissance de +7,2%.

### **Asie-Pacifique**

En Asie-Pacifique, au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, le chiffre d'affaires recule de -40,0% pour s'élever à 0,6 M€. Sur le 1<sup>er</sup> semestre, il atteint 1,0 M€.

### **Autres activités**

Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, le chiffre d'affaires des Autres Activités s'élève à 53,0 M€, en retrait de -5,2%. Le chiffre d'affaires de Sobieski Trade est resté en retrait au 2<sup>ème</sup> trimestre, mais à un rythme moindre qu'au 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice. La baisse du niveau d'activité reste liée à la progression du chiffre d'affaires réalisé via les nouveaux accords de distribution en Pologne. Les MDD ont été en retrait de -6,6%, en amélioration séquentielle par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

## **AVANCEES DU PLAN STRATEGIQUE**

### **Mise en œuvre de synergies de distribution avec COFEPP**

Marie Brizard Wine & Spirits annonce aujourd'hui des avancées concrètes sur la mise en œuvre des synergies avec son actionnaire majoritaire, COFEPP.

En ligne avec l'ambition affichée de regrouper leurs moyens en cas de bénéfice partagé, Marie Brizard Wine & Spirits et COFEPP ont décidé de mettre en commun leur distribution dans différentes géographies. En plus du projet de redéploiement de la force commerciale en France annoncée le 20 juin dernier, Marie Brizard Wine & Spirits a confié la distribution de ses produits en Espagne à Bardinet Espagne, et COFEPP a confié la distribution de son portefeuille de produits en Scandinavie à la filiale locale du Groupe, MBWS Scandinavia.

Ces décisions répondent à une logique de taille critique, d'absorption des frais fixes des structures de distribution locales et donc de rentabilité.



## Déploiement d'un ERP dans le Groupe

Le Groupe annonce, comme prévu, le déploiement officiel de son ERP (Progiciel de Gestion Intégré) au 1<sup>er</sup> Juillet 2019, étape structurante de son organisation, à l'issue de travaux ayant duré environ 18 mois. Il a d'abord été déployé chez MBWS France et à la Holding du Groupe en tant que site pilotes et il est prévu d'en poursuivre le déploiement dans d'autres filiales.

Ce projet vise à rationaliser et moderniser les systèmes d'information du Groupe, définir et déployer des processus métier communs et donc accélérer l'intégration du Groupe.

## Poursuite des discussions avec les partenaires bancaires

Les discussions avec les partenaires bancaires du Groupe se poursuivent. Le Groupe a obtenu leur accord sur une demande de prorogation du maintien du sursis à l'exigibilité anticipée du prêt moyen terme jusqu'au 30 juin 2020.

## PERSPECTIVES

Marie Brizard Wine & Spirits confirme les objectifs fixés dans son plan stratégique couvrant les années 2019 à 2022, de renouer progressivement avec la rentabilité et de créer les conditions nécessaires à une croissance future, en vue d'atteindre un EBITDA situé entre 13 et 19 M€ en 2022.

## Calendrier financier

Marie Brizard Wine & Spirits annoncera ses résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2019, le 19 septembre 2019.

### **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, Marie Brizard et Cognac Gautier.

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, Claire Doligez

szaks@image7.fr, cdoligez@image7.fr

Tél : +33 1 53 70 74 70