

Charenton-le-Pont, le 17 février 2022

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre et de l'année 2021

- **Chiffre d'affaires 2021 de 166,7M€, en légère diminution de 1% mais en progression de 3,6% hors effets non récurrents ¹**
 - > des ventes portées par le cluster France avant un ralentissement du marché des spiritueux en Grande Distribution en particulier au second semestre au profit du Hors Domicile, suite à sa réouverture progressive
 - > une activité à l'international impactée par les évolutions multiples et successives des mesures de restrictions sanitaires sur la zone Europe notamment, ainsi que sur des marchés significatifs en Asie. Hors effets exceptionnels 2020 ¹, le niveau global d'activité est plutôt encourageant aux Etats-Unis, 2^{ème} année du nouveau modèle de distribution
- **Une activité du 4^{ème} trimestre de 44,9 M€ en hausse de 5,6%**
 - > en France, une hausse des ventes de 10,7% principalement liée au fort redémarrage du Hors Domicile
 - > bonnes performances de notre portefeuille de marques sur de nombreux marchés domestiques européens avec notamment la reprise du On-Trade
- **Des éléments d'incertitudes persistants sur le début 2022**
 - > en France, avec la fin attendue des conséquences de la pandémie qui a ponctuellement favorisé les ventes en Grande Distribution, le marché devrait retrouver sa tendance baissière. Le contexte de pression inflationniste des coûts engendre des difficultés additionnelles dans les négociations commerciales avec les acteurs de la Grande Distribution, amplifiées par l'évolution de la réglementation.
 - > A l'export en direct et via les filiales internationales, dans des marchés en majorité bien orientés, les augmentations de prix des matières premières et les difficultés d'approvisionnement de certains composants (notamment verrerie) et fourniture de produits finis découlant de tensions externes, logistiques ou de fabrication, pourraient temporairement peser sur la capacité à répondre à la demande des marchés.

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires non audité du 4^{ème} trimestre 2021, couvrant la période du 1^{er} octobre au 31 décembre 2021, ainsi que son chiffre d'affaires non audité pour l'exercice 2021.

Pour rappel : le Chiffre d'affaires du Groupe est désormais présenté selon deux Clusters, France et International, en cohérence avec la nouvelle organisation managériale du Groupe telle qu'elle a été mise en place au 1^{er} janvier 2021.

NB : Toutes les croissances de chiffres d'affaires mentionnées dans ce communiqué sont à taux de change et à périmètre constants, sauf mention contraire.

¹ Retraitement de l'impact de la nouvelle organisation commerciale aux USA début 2020 et de l'impact des ventes en vrac destinées au gel hydro-alcoolique en Lituanie, globalement évalués à 7,8 M€ de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2020.

Ventes (*) au 31 décembre 2021

En M€	Année 2020	Croissance organique	Effet de Change	Année 2021	Croissance organique (exc. change)	Croissance publiée (incl.change)
France	75,9	2,7	-	78,6	3,5%	3,5%
International	93,2	-4,5	-0,6	88,1	-4,8%	-5,4%
TOTAL MBWS GROUP	169,1	-1,8	-0,6	166,7	-1,0%	-1,4%

(*) Application de la norme IFRS 5 « entités cédées et destinées à être cédées » : retraitement du périmètre relatif à la cession des activités en Pologne et de Moncigale

Ventes (*) du 4^{ème} Trimestre 2021

En M€	T4 2020	Croissance organique	Effet de Change	T4 2021	Croissance organique (exc. change)	Croissance publiée (incl.change)
France	19,7	2,1	-	21,8	10,7%	10,7%
International	22,6	0,3	0,2	23,1	1,2%	2,1%
TOTAL MBWS GROUP	42,3	2,4	0,2	44,9	5,6%	6,1%

(*) Application de la norme IFRS 5 « entités cédées et destinées à être cédées » : retraitement du périmètre relatif à la cession des activités en Pologne et de Moncigale

Cluster France

En France, le Groupe réalise un chiffre d'affaires de 78,6 M€ en 2021, en progression de 3,5% par rapport à l'année 2020 et ce malgré le ralentissement du marché des spiritueux en Grande Distribution au second semestre du fait du redémarrage progressif de l'activité Hors Domicile. Les ventes au 4^{ème} trimestre 2021 sont elles en amélioration de 10,7% liée à une progression très significative du réseau Hors Domicile (+ 70 % en volume) comparativement à 2020 (en période de restrictions et confinement partiels très contraignants pour ce réseau).

Dans un secteur où la concurrence reste particulièrement vive, cette évolution trimestrielle positive des ventes reflète la poursuite de la stratégie du Groupe privilégiant la valeur au volume, tout en optimisant sa politique commerciale par réseau de distribution.

Suite à la réouverture des hôtels, bars et restaurants au second semestre et malgré le Pass sanitaire, le réseau Hors Domicile est en progression de 12% sur le second semestre au détriment de l'activité en Grande Distribution qui reste néanmoins en croissance sur l'ensemble de l'année. Le marché des Blends de moins de 12 ans subit, quant à lui, une baisse de 0,9% enregistrée sur la période et impacte significativement les volumes et ventes de William Peel en Grande Distribution dans un environnement d'intense activité promotionnelle.

Les principales marques du Groupe suivent la tendance du marché des spiritueux et confirment leurs performances au 4^{ème} trimestre, notamment Marie Brizard et la Tequila San José en position de marque leader. Hormis le ralentissement des volumes William Peel, d'autres marques, comme Sobieski sur le segment de la Vodka, gagnent des parts de marché grâce à un soutien promotionnel ciblé.

En 2021, le Cluster France bénéficie également de l'effet année pleine de la contribution des ventes de la marque de whisky irlandais, Paddy, dont la distribution a été reprise par MBWS au 2^{ème} semestre 2020.

Notons en début d'année 2022 le recul léger des ventes de MBWS à la Grande Distribution en France lié aux commandes significatives par des clients au 4^{ème} trimestre 2021 malgré une tendance consommateurs à la baisse qui s'est confirmée en fin d'année.

Cluster International

Avec une tendance légèrement positive des ventes au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires 2021 du Cluster International s'établit à 88,1 M€, limitant son recul à -4,8% par rapport à l'année 2020.

Retraité des effets mécaniques et non récurrents positifs intervenus au premier semestre 2020 ¹, les ventes organiques du Cluster International seraient en hausse de 3,6% à fin décembre 2021.

La réouverture progressive du On-Trade sur le 2^{ème} semestre 2021 a un impact plutôt positif sur nos activités à l'international en ce début 2022 mais en partie lié également à des retards conjoncturels logistiques (frêt maritime) et d'approvisionnements (notamment verrerie) qui ont entraîné quelques reports d'expéditions fin 2021.

En Europe de l'ouest, l'activité au fil des mois de l'année 2021 a été très marquée par les mesures à géométrie variable des restrictions imposées aux différents acteurs économiques liées à la crise sanitaire. L'Espagne dans sa gestion de la crise sanitaire a été l'un des premiers pays à réouvrir le On-Trade, ce qui a bénéficié tout particulièrement à la marque Marie Brizard ainsi qu'aux ventes frontalières. Au Bénélux, la recherche prioritaire de la valeur par rapport au volume a entraîné un léger effritement du chiffre d'affaires. Ces éléments ont été partiellement compensés, principalement au second semestre, par la réouverture du On-Trade au Royaume-Uni, territoire important pour la marque Marie Brizard. Le redémarrage de marchés comme le Danemark s'est confirmé au 4^{ème} trimestre. Le marché italien évolue favorablement en 2021 dans ce contexte, y compris en fin d'année.

Les DOM-TOM ont connu une activité en progression sensible marquée par les évolutions successives des mesures sanitaires, comparables à la métropole. Les marchés Export Afrique ont également tiré leur épingle du jeu avec une forte progression des ventes tout au long de l'année.

A l'instar du premier semestre, le chiffre d'affaires dans les Pays Baltes reste impacté par un marché des ventes de vrac en fort recul ¹. Sur le 4^{ème} trimestre et suite à la levée des restrictions sanitaires et une anticipation de hausse des droits d'accises début 2022, le chiffre d'affaires sur le marché domestique progresse légèrement, accompagné en fin d'année d'un redressement plus net de celui des marques sur ses marchés Export en Europe de l'Est

La Bulgarie bénéficie également d'une forte croissance en 2021 pour les marques internationales de spiritueux du Groupe (Marie Brizard, Sobieski, Gautier, William Peel) combinée à une progression des principales marques nationales de vins, à une hausse significative des volumes à l'exportation, notamment en Grèce et Turquie et à l'activité de sous-traitance à destination de la Roumanie.

En Pologne les ventes de nos marques (en particulier William Peel et Cognac Gautier) à l'ancienne filiale de MBWS désormais dénommée Premium Distillers sont en hausse constante au cours de 2021.

Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires 2021 est en retrait de 8% par rapport à 2020 suite à l'impact au 1^{er} semestre 2020 du changement de mode de distribution ¹. Le 4^{ème} trimestre est marqué par le ralentissement des ventes de Sobieski en raison de stratégies promotionnelles agressives des concurrents sur la catégorie Vodka (avec dégradation de la valeur) et des reports de ventes sur 2022 liés à des contraintes logistiques (notamment maritimes). Ces effets défavorables sont partiellement réduits par la bonne performance de Cognac Gautier. Le Canada, assez stable sur l'ensemble de l'année, a été impacté aux 1^{er} et dernier trimestres par les restrictions anti-covid mises en place.

Le Brésil a connu en 2021 une forte croissance de son activité, malgré un contexte sanitaire compliqué et l'annulation d'évènements majeurs comme le Carnaval en début d'année, portée par la progression des marques locales et des marques importées (Cutty Sark et Sobieski) même si le 4^{ème} trimestre reflète un tassement.

L'activité de la région Asie-Pacifique en 2021 est entraînée par une bonne résistance en global sur l'année des ventes en Australie et en Corée qui compense les difficultés au Japon (suite à l'état d'urgence et confinement, les JO n'ayant pas eu d'impact positif comme initialement anticipé). En Australie et Corée, en comparaison avec un 4^{ème} trimestre 2020 dynamique, la fin d'année 2021 apparaît, en contraste, en baisse significative (effet de déstockage en Australie).

Calendrier financier

- Résultats annuels 2021 le 14 avril 2022 (après bourse)

A propos de Marie Brizard Wine & Spirits

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. Depuis la naissance de la Maison Marie Brizard en 1755, 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, 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 Relations Investisseurs et Actionnaires Groupe MBWS

Emilie Drexler
emilie.drexler@mbws.com
Tél : +33 1 43 91 62 21

Contact Presse Image Sept

Claire Doligez - Laurence Maury
cdoligez@image7.fr – lmaury@image7.fr
Tél : +33 1 53 70 74 70