

Charenton-le-Pont, le 28 avril 2022

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2022

Chiffre d'affaires au 31 mars 2022 de 40,6 M€ en hausse de +5,2% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2021 (en particulier sur les deux premiers mois de l'exercice)

- Une performance maintenue en France en ce début d'année 2022, malgré un ralentissement global du marché des spiritueux (progression des ventes de +4% par rapport à 2021) bénéficiant notamment :
  - d'une bonne activité On-Trade pénalisée en 2021 par les mesures Covid ;
  - d'un repli moindre des ventes de William Peel par rapport à la concurrence et d'une légère progression des autres marques du portefeuille (notamment Marie Brizard).
- Une reprise soutenue des ventes à l'international (+6,3% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2021) qui reste contrastée selon les zones :
  - un regain d'activité en Europe en comparaison à 2021 (restrictions sanitaires) et ce malgré le conflit Russo-Ukrainien entraînant pour le moment des pertes limitées de chiffre d'affaires ;
  - un ralentissement aux Etats-Unis des ventes de Sobieski dans un contexte toujours concurrentiel sur la catégorie Vodka ;
  - une progression significative de nos marques stratégiques en Asie-Pacifique (principalement en Corée, Taïwan, Japon) dans une zone encore en développement ;
  - une politique tarifaire anticipant certaines hausses de coûts des matières.

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

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires non audité du 1<sup>er</sup> trimestre 2022, couvrant la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 mars 2022.

### Chiffre d'Affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2022

En M€	31 mars 2021	Croissance organique	Effet de Change	31 mars 2022	Croissance organique (exc. change)	Croissance publiée (incl.change)
France	19,1	0,8	-	19,9	4,0%	4,0%
International	19,3	1,2	0,2	20,7	6,3%	7,4%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>38,4</b>	<b>2,0</b>	<b>0,2</b>	<b>40,6</b>	<b>5,2%</b>	<b>5,7%</b>

### Cluster France

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires du cluster France s'établit à 19,9 M€ en progression de +4,0% par rapport au 31 mars 2021 du fait notamment de la forte reprise de l'activité On-Trade accompagnée aussi d'une résistance des ventes en Grande Distribution (Off-Trade) en raison d'un mix favorable et d'une réduction de l'activité promotionnelle, en particulier concernant la marque Paddy.

Les principales marques du Groupe affichent des performances positives en ce début d'année 2022, avec à nouveau Marie Brizard et San José. D'autres marques, comme Sobieski réalisent une belle progression dans le On-Trade. Dans un contexte de fort ralentissement des ventes sur le marché des Blends de moins de 12 ans (-7,0 %), on constate une baisse limitée concernant William Peel (-3,7%) sur ce premier trimestre 2022, comparée à la même période en 2021, grâce notamment au référencement au courant du second semestre 2021 chez un nouvel acteur de la distribution, ce qui lui permet de maintenir, voire de gagner ainsi en différentiel des parts de marché.

Cette évolution trimestrielle positive des ventes du cluster France est à tempérer par le contexte fortement disruptif sur les chaînes d'approvisionnement des matières premières depuis début mars, notamment suite au conflit Russo-Ukrainien, et l'envolée extrêmement significative des coûts de ces dernières (et en particulier pour la verrerie depuis début avril) qui engendre des mesures d'allocation éventuelles qui seront fonction des volumes disponibles.

### Cluster International

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2022 du cluster International s'établit à 20,7 M€ en progression de +6,3% à change constant par rapport au premier trimestre 2021.

En Europe de l'ouest, outre la fin des restrictions sanitaires liées au Covid, l'activité en ce début d'année 2022 a bénéficié d'un fort redémarrage confirmé en Grande-Bretagne (dans un contexte d'arrêt quasi complet sur la même période en 2021), avec une belle percée pour la marque Marie Brizard (en valeur et en poids du portefeuille).

Au Moyen-Orient, à noter le développement de la marque Marie Brizard dans la catégorie des sirops, activité appelée à se développer.

L'activité en zone ibérique, affiche un recul de chiffre d'affaires net de -2%, qui s'explique par une belle progression des marques dans le On-Trade (notamment marque Marie Brizard) et en zone frontalière (William Peel), une politique tarifaire favorable avec néanmoins une diminution des ventes de l'activité de sous-traitance, principalement liée aux difficultés d'approvisionnement en verrerie (bouteilles).

La Scandinavie (suite à la levée fin janvier dernier des restrictions liées au Covid) voit son chiffre d'affaires progresser très significativement dans un volume d'activité toutefois encore modeste.

Le chiffre d'affaires des Pays Baltes est impacté négativement au 1er trimestre 2022 par un effet mécanique de surstockage chez nos clients fin 2021 en anticipation de l'augmentation des droits d'accises, la forte hausse des prix de l'énergie, ainsi que les conséquences immédiates de la guerre en Ukraine, sur l'export en Russie et en Biélorussie, mais globalement non significatif à l'échelle du Groupe. Cependant cette baisse est partiellement compensée par une politique tarifaire volontariste.

La Bulgarie affiche également une belle croissance au 1er trimestre 2022 sur l'ensemble de son portefeuille de marques de spiritueux et vins, à la fois sur son marché domestique et à l'export (Grèce, Turquie, Hongrie,..) et à une activité de sous-traitance soutenue à destination de la Roumanie.

En Pologne, les ventes de nos marques affichent une progression notable grâce à une belle performance de Cognac Gautier, un bon démarrage des liqueurs Marie Brizard et la stabilité de William Peel.

Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires au 31 mars 2022 est en diminution par rapport à 2021. Le 1<sup>er</sup> trimestre 2022 demeure marqué par un ralentissement des expéditions de Sobieski en raison de l'évolution de la catégorie Vodka.

Ces effets défavorables ne sont que partiellement réduits par les bonnes performances des marques Marie Brizard et Cognac Gautier.

Le Canada, par ailleurs, représente sur ce trimestre le premier contributeur à la croissance du chiffre d'affaires de l'activité Export direct.

Le Brésil accuse une baisse importante de chiffre d'affaires par rapport à 2021 sur l'ensemble des marques à l'exception de Marie Brizard. La hausse tarifaire pratiquée sur l'ensemble du portefeuille permet de limiter le recul constaté.

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 est entraîné par une bonne activité en Corée, à Taïwan, au Japon, et ce malgré l'absence de ventes sur le marché chinois.

### Perspectives

A noter, comme déjà indiqué dans le Communiqué de Presse sur les résultats annuels 2021 publié le 14 avril dernier et décrit dans les commentaires ci-dessus, que depuis début 2022 et en lien avec la résorption en cours de la crise sanitaire, le Groupe MBWS, comme d'autres acteurs du secteur des vins et spiritueux, fait face régulièrement à des difficultés d'approvisionnements relatifs à l'indisponibilité périodique de certaines matières premières et matières sèches.

De fortes augmentations des coûts d'achats ont déjà été constatées fin 2021, en particulier concernant la verrerie suite à la désorganisation de cette filière en sortie de la pandémie Covid. Le Groupe a donc déjà mis en œuvre des hausses de tarif en début d'année.

Cependant depuis début avril et suite aux évènements en Ukraine, les augmentations additionnelles de prix subies, immédiates et importantes des matières premières sont potentiellement supérieures aux capacités de répercussion tarifaire en aval sur la filière distribution et les clients.

Combinées avec une disponibilité volatile des productions des fournisseurs, ces impacts pourraient avoir des effets négatifs, d'une part, sur la capacité du Groupe à fournir l'ensemble de ses clients (tant en France qu'à l'International), et d'autre part, sur la flexibilité éventuelle de la demande consommateurs, notamment en raison de la nécessité pour le Groupe d'adapter ses politiques commerciales à ce nouveau contexte.

Cet environnement incite le Groupe à adopter une position prudente sur l'activité commerciale des prochains mois et peut-être plus particulièrement au second semestre en cas d'absence d'ici là de règlement global du conflit Russo-Ukrainien et de la persistance des conséquences disruptives actuelles.

### Calendrier financier

- Assemblée Générale : 30 juin 2022
- Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2022 : 28 juillet 2022

## Contact Relations Investisseurs et Actionnaires

### Groupe MBWS

Emilie Drexler

[emilie.drexler@mbws.com](mailto:emilie.drexler@mbws.com)

Tél : +33 1 43 91 62 40

## Contact Presse

### Image Sept

Claire Doligez - Laurence Maury

[cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr) – [lmaury@image7.fr](mailto:lmaury@image7.fr)

Tél : +33 1 53 70 74 70

### 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.

