

Charenton-le-Pont, le 27 avril 2023

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2023

Chiffre d'affaires au 31 mars 2023 de 46,5 M€ en hausse de + 14,2% par rapport au 1^{er} trimestre 2022, porté par la croissance à l'international avec de fortes disparités selon les zones géographiques

- Une activité commerciale qui s'érode en France en ce début d'année 2023 (recul des ventes MBWS de -2,6% par rapport au T1 2022), liée à un ralentissement général du marché des spiritueux et à une sous-performance relative des marques du Groupe en Grande Distribution :
 - les marques William Peel, Sobieski et Berger sont particulièrement affectées en Grande Distribution dans un marché des spiritueux toujours baissier en valeur et nettement plus en volume ;
 - une bonne progression des ventes dans le secteur On-Trade à + 28 % par rapport au 1^{er} trimestre 2022 déjà élevé.

- Une performance soutenue des ventes à l'international (+ 30,3 % par rapport au 1^{er} trimestre 2022) qui reste très contrastée selon les zones :
 - une évolution disparate en Europe avec un marché britannique en baisse (affectant en particulier la marque Marie Brizard) en comparaison de la Lituanie, de la Bulgarie et de l'Espagne en forte progression ;
 - un recul marqué aux Etats-Unis toujours lié aux ventes de Sobieski dans un contexte commercial de distribution non stabilisé ;
 - une zone Asie-Pacifique à la peine (notamment en Australie et Corée) malgré une bonne performance de Taiwan.

- Une politique tarifaire revalorisée significativement au cours de ce 1er trimestre sur l'ensemble des marchés pour compenser, partiellement à ce stade, les hausses de coûts des intrants encore très importantes en ce début d'année 2023.

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^{er} trimestre 2023, couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 mars 2023.

Chiffre d'Affaires du 1^{er} trimestre 2023

En M€	T1 2022	Croissance organique	Effet de Change	T1 2023	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	19,9	-0,5	-	19,4	-2,6%	-2,6%
International	20,7	6,3	0,1	27,1	+ 30,3%	+ 30,9%
TOTAL GROUPE MBWS	40,6	5,8	0,1	46,5	+ 14,2%	+ 14,5%

Cluster France

Le cluster France est impacté par le ralentissement du marché des spiritueux, dans la continuité de 2022, principalement en Grande Distribution, avec des ventes totales de 19,4 M€ sur le trimestre, en recul de -2,6 %, sous-performant le marché sur la période (-1,7 %¹). Ainsi, en Grande Distribution, le chiffre d'affaires enregistre une baisse significative de -5 %, liée aux impacts des ruptures ne permettant pas de répondre à toutes les demandes client, à un effet stocks négatif chez certains clients et au report d'opérations promotionnelles prévues au 1^{er} trimestre sur le 2nd semestre 2023. Dans un marché des Whiskies Blend -12 ans en recul de -2,0 %¹ en valeur, William Peel enregistre une baisse plus marquée que le marché. A noter également le ralentissement des ventes consommateurs pour Marie Brizard, Sobieski et Berger, tandis que San José gagne en part de marché malgré la baisse de ses ventes. Sur les marques d'agence, le Groupe connaît une bonne résistance, portée par une activité promotionnelle maîtrisée et des opérations d'activation ciblées lors de moments forts de l'année.

Le circuit On-Trade se porte bien avec une croissance de + 28% sur ce premier trimestre 2023 par rapport à la même période en 2022.

Cluster International

Le chiffre d'affaires au 31 mars 2023 du cluster International s'établit à 27,1 M€, en progression de + 30,3 % à change constant par rapport à 2022.

L'Espagne affiche une forte progression de + 63 % sur le trimestre, grâce à l'activité marques (+ 6%) et à un fort dynamisme de la sous-traitance industrielle.

Dans les marchés export de l'Europe de l'ouest, la baisse de -11 % du chiffre d'affaires de la zone est liée au marché britannique, où la marque Marie Brizard continue d'enregistrer un recul significatif de distribution.

La Lituanie enregistre un chiffre d'affaires en hausse significative de + 54%, en particulier sur l'activité marques suite aux augmentations de tarifs effectuées, aux réinvestissements et support marketing derrière ceux-ci. Les ventes domestiques continuent de progresser à + 10% par rapport à 2022, grâce notamment à la marque de vodka régionale Bajoru et en dépit d'un recul des ventes locales de vrac. Les ventes à l'export connaissent une forte progression, portées par William Peel et le vrac.

En Bulgarie, le chiffre d'affaires progresse très significativement de + 50 % : + 33 % sur le marché domestique (William Peel et catégorie vodka) et + 63 % sur les marchés export (notamment l'activité de sous-traitance industrielle), une performance à attribuer également aux hausses de tarifs mises en œuvre en 2022 et début 2023.

La Scandinavie voit son chiffre d'affaires évoluer favorablement de + 10 % sur ce 1^{er} trimestre, grâce à Gautier et Marie Brizard, reflet là aussi des hausses de prix pratiquées et du gain de nouveaux référencements.

¹ Source : Données IRI Cumul Courant P03 2023

Dans les marchés export de l'Europe de l'Est, les ventes en Pologne sont en baisse de -14 % par rapport à 2022 (essentiellement sur Cognac Gautier et William Peel).

Aux Etats-Unis, la baisse du chiffre d'affaires à -36 % est la conséquence d'un déstockage de notre distributeur local et d'un faible écoulement faisant suite à des difficultés créées par le changement de certaines « Route to Market » dans des états clés pour la marque Sobieski, et à des hausses tarifaires successives effectuées en 2022 sur Marie Brizard et Gautier.

En effet, des ajustements opérés par notre importateur dans certaines « Routes to Market » régionales stratégiques ont généré des difficultés opérationnelles, logistiques et commerciales qui ont affecté la performance de nos marques. Sont venues en sus se greffer des difficultés rencontrées liées à l'approvisionnement du verre pour des productions à destination du marché nord-américain.

Au Brésil, le chiffre d'affaires est en hausse grâce principalement aux marques locales et positivement impacté par les augmentations significatives de tarifs réalisées sur la période, et à l'application d'une rigueur commerciale entreprise en fin d'année 2022 et nécessaire à l'amélioration des résultats de la filiale.

Dans la zone export des Amériques, en très légère progression de + 3 %, le Canada est à la peine avec une baisse conséquente du chiffre d'affaires à période comparable, liée à un certain déstockage de clients importants et au contexte très concurrentiel dans la catégorie des vodkas, partiellement compensé par Cognac Gautier (+ 11 %) et Marie Brizard (+ 19 %).

Enfin, la région Asie-Pacifique est en recul de - 15 % en 2023, en particulier en Corée, lié notamment à un phasage des expéditions sur ce trimestre, en comparaison avec un bon 1^{er} trimestre en 2022.

Perspectives

Après une année 2022 avec une résilience globale face aux contraintes de disponibilité et d'inflation, les effets des ruptures d'approvisionnement et des baisses de volumes connus au quatrième trimestre 2022 se sont également fait sentir au 1^{er} trimestre 2023, notamment en France. Le chiffre d'affaires de ce 1^{er} trimestre est cependant dopé par les effets mécaniques des hausses importantes de tarifs pratiquées à l'international en 2022 et au cours du 1^{er} trimestre 2023. Ces hausses de tarifs visent à amortir les augmentations très significatives et persistantes du coût des intrants (notamment l'énergie et les matières premières) qui se sont encore accrues début 2023 (en particulier concernant la verrerie) mais elles ne les compensent que partiellement à ce stade.

Le Groupe entre donc dans un moment charnière pendant lequel il devra suivre au plus près l'élasticité de la demande des consommateurs face aux hausses de prix, tout en gérant au mieux les ruptures engendrées par les perturbations de disponibilité et de logistique. Le Groupe a prouvé pendant l'année 2022 sa capacité d'adaptation et œuvre à maintenir le cap malgré ces difficultés.

Pour certains pays plus sensibles à ces éléments, tels que la France avec des volumes fortement orientés à la baisse, dans un marché par ailleurs concentré et toujours plus mature, la visibilité demeure encore faible. Cette situation toujours instable maintient le Groupe, pour le moment, dans son approche prudente quant à ses perspectives commerciales à court et moyen terme.

Calendrier financier

- Assemblée Générale : 29 juin 2023
- Chiffre d'affaires du 1er semestre 2023: 27 juillet 2023

Contact Relations Investisseurs et Actionnaires Groupe MBWS

Emilie Drexler
emilie.drexler@mbws.com
Tél : +33 1 43 91 62 40

Contact Presse Image Sept

Claire Doligez - Laurence Maury
cdoligez@image7.fr – 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.

