

Charenton-le-Pont, le 16 février 2023

## Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre et de l'année 2022

Chiffre d'affaires au 31 décembre 2022 de 181,3 M€ en hausse de + 7,8%<sup>1</sup> par rapport à 2021

Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre de 46,4 M€ en hausse de + 2,6%

Croissance portée par l'international

- En France, malgré un 4<sup>e</sup> trimestre décevant à – 4,0%, le chiffre d'affaires progresse de + 3,4% sur l'année 2022 par rapport à 2021 grâce notamment à une bonne performance de nos marques stratégiques et à l'effet contextuel de l'inflation généralisée :
  - en effet, au 4<sup>ème</sup> trimestre le chiffre d'affaires était en recul de – 4,0%, conformément aux perspectives énoncées à fin septembre 2022, en raison des contraintes de disponibilité et de l'inflation des intrants qui ont entraîné des difficultés à répondre à la demande de tous nos clients et ont obligé à réduire l'intensité promotionnelle.
  - malgré tout, une belle résistance de l'activité Off-Trade, portée en particulier par les ventes de William Peel en croissance sur le second semestre face à un contexte conjoncturel de pénurie et de difficultés logistiques entraînant des ruptures chez certains concurrents, et dans un marché des spiritueux toujours en recul par rapport à la même période en 2021 ;
  - une activité On-Trade en forte amélioration sur l'ensemble de l'année 2022 en comparaison d'une année 2021 encore marquée par des contraintes liées au contexte sanitaire.
- le chiffre d'affaires à l'international affiche une forte progression sur l'année 2022 (+ 11,7% par rapport à 2021) marquée par des disparités selon les zones :
  - une activité en croissance en Europe, notamment sur les marchés domestiques bulgare et lituanien, et ce malgré le conflit russo-ukrainien, ainsi qu'en Espagne ;
  - aux Etats-Unis, recul du chiffre d'affaires de Sobieski dans un marché de la vodka toujours très concurrentiel avec une forte pression promotionnelle ;
  - une performance confirmée de l'ensemble des marques stratégiques du Groupe, en particulier Marie Brizard et Cognac Gautier.
- **Perspectives commerciales** : le contexte de très forte inflation sur les prix des matières premières et les coûts de l'énergie, qui s'est amplifié au second semestre 2022, perdure en ce début d'année 2023, ce qui rend d'autant plus impératif la mise en œuvre de hausses tarifaires auprès de l'ensemble de nos clients. Les répercussions potentielles sur le niveau des ventes et les tendances consommateurs incitent le Groupe à la prudence concernant l'activité commerciale à l'horizon du 1<sup>er</sup> semestre 2023.

*Fahd Khadraoui, directeur général de MBWS, déclare : « En 2022, nous avons réussi à poursuivre notre croissance, notamment à l'international, en dépit d'une conjoncture sans précédent caractérisée par une forte inflation et la pénurie de certaines matières premières. Je tiens à remercier les équipes pour leur engagement tout au long de l'année. Notre chiffre d'affaires reflète une croissance saine grâce à 3 éléments : 1) la levée complète des contraintes Covid, 2) notre politique d'augmentation tarifaire essentiellement à l'international, et surtout 3) un rapport qualité-prix qui positionne nos marques en valeur refuge du consommateur pendant cette période de très forte inflation généralisée. Le contexte macroéconomique actuel difficile semble malheureusement perdurer en ce début d'année. Nous nous devons donc d'opter pour une politique tarifaire volontariste et de rester prudent quant à l'évolution de l'activité du Groupe dans les prochains mois. »*

<sup>1</sup> Toutes les variations 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 4<sup>ème</sup> trimestre 2022, couvrant la période du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre 2022, et de l'année 2022.

## Chiffre d'affaires au 31 décembre 2022

En M€	YTD 2021	Croissance organique	Effet de Change	YTD 2022	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	78,6	2,7	-	81,3	+3,4%	+3,4%
International	88,1	10,4	1,6	100,1	+11,7%	+13,6%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>166,7</b>	<b>13,1</b>	<b>1,6</b>	<b>181,3</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+8,8%</b>

## Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre 2022

En M€	T4 2021	Croissance organique	Effet de Change	T4 2022	Croissance organique (exc. change)	Croissance publiée (incl. change)
France	21,8	-0,9	-	20,9	-4,0%	-4,0%
International	23,0	2,1	0,4	25,5	+8,8%	+10,7%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>44,8</b>	<b>1,2</b>	<b>0,4</b>	<b>46,4</b>	<b>+2,6%</b>	<b>+3,5%</b>

## Détail par Cluster

### Cluster France

Le chiffre d'affaires de l'année 2022 du cluster France s'établit à 81,3 M€ en augmentation de + 3,4% par rapport au 31 décembre 2021. Cette progression reflète l'amélioration continue de l'activité On-Trade au 4<sup>ème</sup> trimestre, ainsi que le maintien du niveau des ventes du Groupe sur le marché Off-Trade. Le 4<sup>ème</sup> trimestre enregistre une diminution du chiffre d'affaires de - 4,0% par comparaison à 2021 du fait de ventes en baisse de certaines de nos références et de la baisse contrainte de l'intensité promotionnelle en fin d'année, notamment en Off-Trade, reflétant la difficulté du Groupe à fournir l'ensemble de ses clients en ces périodes d'augmentation des prix ainsi que la moindre disponibilité des matières premières.

Les principales marques du Groupe continuent d'afficher une progression de chiffre d'affaires à fin décembre 2022, en particulier Marie Brizard, Sobieski et San José. Le positionnement de nos marques est en adéquation avec les besoins des consommateurs dans la conjoncture inflationniste actuelle.

Dans un marché baissier pour les Blends de moins de 12 ans (-6,6 %<sup>2</sup> sur l'année 2022), la marque William Peel maintient son niveau de ventes par rapport à 2021 et gagne donc des parts de marchés grâce à son positionnement concurrentiel et au bénéfice encore partiel des référencements additionnels intervenus à partir du second semestre 2021.

Notons toutefois que le contexte toujours fortement disruptif sur les chaînes d'approvisionnement des matières premières, et la persistance des augmentations significatives des coûts de celles-ci, en particulier pour la verrerie, amènent le Groupe à continuer d'adopter des mesures d'allocation par marque en fonction des volumes disponibles.

### Cluster International

Le chiffre d'affaires au 31 décembre 2022 du cluster International s'établit à 100,1 M€ en progression de + 11,7% à change constant par rapport à 2021, avec un 4<sup>ème</sup> trimestre en hausse de + 8,8%.

L'activité en **Espagne** affiche une progression du chiffre d'affaires de + 5,6% au 31 décembre 2022 vs 2021, résultant principalement d'une activité de sous-traitance stable, et d'une performance confirmée des marques stratégiques (notamment Marie Brizard et William Peel).

**Les marchés export de l'Europe de l'ouest** bénéficient d'une conjoncture favorable en 2022 avec une croissance continue du circuit On-Trade vs 2021, toujours tirée par la marque Marie Brizard.

Le chiffre d'affaires des **Pays Baltes** au 31 décembre 2022 est en amélioration de + 14,1%, avec une accélération au 4<sup>ème</sup> trimestre liée principalement à la performance des marques grâce à une politique tarifaire volontariste, à une conjoncture toujours porteuse du marché du vrac et de ses sous-produits.

La **Bulgarie** poursuit l'accélération de ses ventes au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022 (+ 22,8% sur le 4<sup>ème</sup> trimestre, + 19,8 % sur l'année) sur l'ensemble de son portefeuille de marques (spiritueux et vins) à la fois sur son marché domestique et à l'export, grâce à une politique commerciale rigoureuse.

Au 31 décembre 2022, la **Scandinavie** affiche une progression de + 25,3% de son chiffre d'affaires par rapport à 2021, bénéficiant de la levée totale des restrictions sur le circuit On-Trade et toujours porté par les ventes de Marie-Brizard, Sobieski et des marques tierces.

Dans les marchés export de **l'Europe de l'Est, la Pologne**, tirée par les ventes de Gautier et Marie Brizard, affiche une nette progression globale sur l'année 2022 malgré un 4<sup>ème</sup> trimestre en recul.

Aux **Etats-Unis**, le chiffre d'affaires au 31 décembre 2022 en baisse de -9,3% sur l'année reste marqué par les impacts conjugués pour Sobieski d'un marché de la vodka extrêmement concurrentiel et d'un ajustement des stocks de notre distributeur local. Les marques Marie Brizard et Gautier confirment la progression de leurs ventes sur ce marché au 4<sup>ème</sup> trimestre.

Au **Brésil**, le chiffre d'affaires est en baisse au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022 avec une performance de - 16,7 % sur l'année, du fait principalement de retards de disponibilité produits pour certaines références stratégiques.

Dans la zone export des **Amériques**, la progression annuelle de chiffre d'affaires au **Canada** s'établit à + 15,7 % . Cette croissance est portée principalement par les marques Gautier et Marie Brizard, tandis que la vodka Sobieski continue d'évoluer dans une catégorie particulièrement chahutée.

Enfin, s'agissant de la **région Asie-Pacifique**, la tendance positive des 9 premiers mois 2022 se confirme au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022, avec le maintien de bonnes performances, par exemple à Taïwan.

---

<sup>2</sup> Source : Volumes IRI P13 2022 – CAM Tous Circuits GMS.

## Perspectives

Le Groupe, à l'instar de la majorité des acteurs du secteur des vins et spiritueux, continue de faire face à l'inflation croissante des coûts des matières premières et au maintien à un niveau très élevé des prix de l'énergie, hausses qui n'ont pu être totalement répercutées en aval en 2022. De même, les effets disruptifs encore présents dans les circuits d'approvisionnement chez certains fournisseurs (notamment verrerie) se poursuivent en début d'année 2023.

Comme déjà indiqué, la persistance de ces impacts défavorables peut avoir des effets, 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 l'élasticité de la demande des consommateurs, soumis à de fortes augmentations tarifaires et à une conjoncture économique incertaine et variable selon les différentes zones géographiques où le Groupe opère.

Ces facteurs pénalisants continuent à peser sur le début d'année 2023. Ils rendent nécessaire pour le Groupe le besoin de continuer à adapter de manière volontariste ses politiques tarifaires envers ses clients afin de couvrir les coûts additionnels subis et l'incitent donc à nouveau à adopter une position prudente sur le niveau de l'activité commerciale des prochains mois.

## Calendrier financier

- Résultats annuels 2022 : 13 avril 2023 après bourse

### 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

### 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.

