

Charenton-le-Pont, le 25 juillet 2024

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2024

Chiffre d'affaires de 94,9 M€ au 1^{er} semestre 2024, en baisse de -3,9%

Chiffre d'affaires de 51,6 M€ au 2^{ème} trimestre, en baisse de -1,1%

Légère progression en France, mais recul à l'International

- **Le chiffre d'affaires France progresse de 1,1% au 1^{er} semestre 2024, bénéficiant toujours de l'impact positif des hausses de tarifs réalisées au 1^{er} mars 2023, et d'un effet de base lié aux ruptures chez certains clients au 1^{er} trimestre 2023**
 - Légère amélioration des ventes sur le 2^{ème} trimestre 2024, avec une progression de +1,6% par rapport au 2^{ème} trimestre 2023 ;
 - Hausse des ventes en Grande Distribution des marques William Peel, Marie Brizard (grâce à de nouveaux référencements) et Sobieski, canal qui enregistre néanmoins un infléchissement marqué en fin de trimestre ;
 - Le réseau Hors Domicile réalise de bonnes performances au deuxième trimestre

- **Le chiffre d'affaires international est en repli de -7,6% au 1^{er} semestre 2024, avec un 2^{ème} trimestre en moindre recul séquentiel (-3,2% après -12,3% au 1^{er} trimestre 2024)**
 - Chiffre d'affaires des filiales européennes toujours globalement en diminution au deuxième trimestre 2024, par rapport au deuxième trimestre 2023, les bonnes performances de l'activité de sous-traitance en Espagne ne permettant pas de compenser la baisse de l'activité marques ;
 - Concernant les filiales aux Amériques, les ventes aux Etats-Unis et au Brésil restent en progression au 1^{er} semestre 2024 malgré un recul au 2^{ème} trimestre 2024 : aux USA, la progression de la marque Sobieski au 2^{ème} trimestre est entièrement absorbée par le recul de la marque Marie Brizard ; au Brésil, les ventes au 2^{ème} trimestre semblent être plus impactées par le contexte macro-économique ;
 - Poursuite de la baisse des ventes sur les marchés export, notamment en zone Asie-Pacifique (du fait en particulier des marchés Australien, Coréen et Taïwanais) ainsi qu'en zone Europe de l'Ouest – Moyen-Orient - Afrique ; Activité également en retrait sur le deuxième trimestre en Europe de l'Est (Pologne).

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} semestre 2024, couvrant la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2024.

Chiffre d’Affaires du 1^{er} semestre 2024

En M€	S1 2023	Croissance organique	Effet de Change	S1 2024	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	42,1	0,5	-	42,5	+1,1%	+1,1%
International	56,7	-4,3	-0,0	52,4	-7,6%	-7,6%
TOTAL GROUPE MBWS	98,8	-3,8	-0,0	94,9	-3,9%	-3,9%

Chiffre d’Affaires du 2^{ème} trimestre 2024

En M€	T2 2023	Croissance organique	Effet de Change	T2 2024	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	22,7	0,4	-	23,0	+1,6%	+1,6%
International	29,6	-1,0	-0,0	28,6	-3,2%	-3,3%
TOTAL GROUPE MBWS	52,3	-0,6	-0,0	51,6	-1,1%	-1,2%

Cluster France

Malgré la poursuite du ralentissement du marché des spiritueux en France, principalement en Grande Distribution, le chiffre d’affaires du cluster France ressort à 42,5 M€ au 1^{er} semestre 2024, en progression de +1,1% par rapport au 1^{er} semestre 2023.

Au 2^{ème} trimestre 2024, les ventes du Cluster France marquent une légère amélioration, avec une hausse de +1,6% à 23,0 M€. Cette progression est principalement liée aux bonnes performances des marques stratégiques du Groupe, notamment William Peel, Marie Brizard et Sobieski. Le cluster France bénéficie toujours de l’effet de la hausse des prix appliquée à la fin du 1^{er} trimestre 2023 et reflète aussi les bonnes performances du secteur Hors Domicile qui enregistre un bon début de saison estivale malgré l’impact de la météo. Pour rappel, la base de comparaison du 2^{ème} trimestre 2023 était particulièrement élevée, dans un contexte de rupture de certaines marques concurrentes en Grande Distribution qui a bénéficié à plusieurs de nos marques.

Cluster International

Le chiffre d’affaires du Cluster International s’établit à 52,4 M€ au 1^{er} semestre 2024, en diminution de -7,6% par rapport au 1^{er} semestre 2023. Les ventes du 2^{ème} trimestre 2024 sont en baisse à -3,2% par rapport au 2^{ème} trimestre 2023 et atteignent 28,6 M€.

L'Espagne affiche une belle progression de ses ventes de +11,2% sur le 2^{ème} trimestre, portée essentiellement par une activité en croissance des services industriels de sous-traitance ; par ailleurs, le retard pris au 1^{er} trimestre lié à un arrêt de ligne pour renouvellement de machine courant mars dernier a été largement rattrapé sur le 2^{ème} trimestre. Sur le semestre, l'activité Marques (en particulier Marie Brizard) est toujours à la peine.

Dans les marchés export de l'Europe de l'Ouest, Moyen-Orient et Afrique, le chiffre d'affaires du deuxième trimestre enregistre une baisse à -23,3%, du fait de mauvaises performances commerciales sur un certain nombre de marchés, notamment en Allemagne, au Benelux, en Italie, et ce malgré une reprise de l'activité en Afrique et dans les DOM-TOM, avec des croissances pour les Marques Stratégiques William Peel et Gautier.

La Lituanie réalise au 2^{ème} trimestre un chiffre d'affaires en baisse à -10,5 %. L'activité « vrac » des Services Industriels est pénalisée par la baisse des prix de marché, tandis que l'activité Marques recule, en particulier à l'export, malgré une progression sensible de Sobieski et Bajoru sur le marché domestique.

En Bulgarie, le chiffre d'affaires reste en légère diminution au 2^{ème} trimestre (-0,6% vs 2023). Le marché domestique progresse, porté par la performance de l'activité vin. L'activité de sous-traitance industrielle est toujours en repli au 2^{ème} trimestre, mais dans des proportions moindres qu'au 1^{er} trimestre, reflétant un rattrapage partiel de l'effet déstockage subi en début d'année.

Le chiffre d'affaires de la Scandinavie progresse de +48,3% au 2^{ème} trimestre, avec une croissance des ventes pour l'activité des Marques d'Agence et l'amélioration des performances des Marques Stratégiques, notamment Marie Brizard et Sobieski.

Dans les marchés export de l'Europe de l'Est, les ventes en Pologne de ce second trimestre enregistrent une forte baisse de -34,4% par rapport à 2023 dans un contexte de marché du whisky très compétitif et de volonté de notre importateur de baisser ses niveaux de stocks. A noter une progression des ventes de la marque Gautier.

Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires affiche une diminution de -12,5% au deuxième trimestre avec des performances contrastées des Marques Stratégiques, notamment un ralentissement d'importation de Marie Brizard avec toutefois un marché local qui progresse, et une reprise des expéditions de Sobieski suite à l'augmentation localement du stock de certains formats mais dans un marché toujours autant concurrentiel et difficile pour la catégorie.

Au Brésil, après un début d'année marqué par une progression de l'activité, les ventes au second trimestre affichent une baisse à -2,6% par rapport à 2023 principalement liée aux moindres performances des Marques Stars Régionales. L'amélioration du chiffre d'affaires des Marques d'Agence et des Marques Stratégiques, notamment Marie Brizard, ne suffit pas à compenser le ralentissement d'activité des Marques locales.

La zone export des Amériques enregistre une baisse du chiffre d'affaires de -27,7% au deuxième trimestre avec un ralentissement de l'activité des Marques Stratégiques, notamment Gautier au Canada.

Enfin, la région Asie-Pacifique est en recul significatif de -46,7% au 2^{ème} trimestre, en particulier en Corée, à Taïwan et en Australie avec une baisse des ventes de Marie Brizard, partiellement compensée par une meilleure performance de Gautier au Japon et en Australie.

Perspectives

L'année 2024 est marquée par des défis et des opportunités significatifs. Alors que nous continuons à évoluer dans un environnement économique mondial complexe, l'évolution à la baisse des marchés des vins et spiritueux se confirme dans l'activité commerciale en fin de ce 1^{er} semestre 2024 tant en France qu'à l'international dans les principales zones géographiques où MBWS est présent.

Dans ce contexte, le focus du Groupe reste sur nos axes de développement stratégiques essentiels pour soutenir nos investissements pour une croissance durable.

Innovation et Expansion :

Dans ce contexte de recul des marchés, l'innovation continue et la diversification de notre portefeuille de produits est un des leviers qui nous permet de faire face à ces contraintes. L'introduction de nouvelles références (comme par exemple la vodka Sobieski goût pamplemousse, la tequila San José arôme café, l'Aperitivo de Marie Brizard ou bien la déclinaison en format BIB en France de William Peel et de Sobieski) et l'accent mis sur des produits innovants destinés à attirer une clientèle plus diversifiée sont au cœur de notre stratégie. Ces initiatives visent à répondre aux évolutions des préférences des consommateurs et à maintenir notre position de leader sur le marché.

L'expansion géographique reste également une priorité clé, malgré les difficultés actuelles du marché de l'export, avec une attention particulière portée aux marchés émergents en Asie et en Afrique. En développant notre présence internationale, nous recherchons des relais de croissance pour compenser la maturité des marchés traditionnels en Europe et en Amérique du Nord. Cette expansion est essentielle pour diversifier nos sources de revenus et capturer de nouvelles opportunités de croissance.

Gestion des Coûts et Résilience :

Suite à la période d'inflation élevée de ces deux dernières années et aux hausses tarifaires réalisées dans notre secteur, la constatation d'une baisse de la consommation se confirme sur fond de préoccupation de pouvoir d'achat des consommateurs, la normalisation progressive des prix s'effectuant à un niveau élevé.

La gestion proactive des coûts de production et de structure demeure une priorité face à ces pressions inflationnistes persistantes. En mettant en œuvre des stratégies efficaces de contrôle des coûts, notamment via des investissements Capex ciblés, nous visons à préserver notre rentabilité tout en continuant à offrir des produits de haute qualité aux bons prix. La résilience face aux défis économiques et commerciaux est au cœur de notre approche, nous permettant d'avancer avec agilité dans un contexte en constante évolution.

Durabilité et Responsabilité Sociale :

Nous poursuivons l'intégration des pratiques durables dans l'ensemble de nos opérations. Les investissements et les initiatives visant à réduire notre empreinte sont cruciaux pour répondre aux attentes des consommateurs et aux régulations environnementales croissantes. Notre engagement envers la responsabilité sociale des entreprises (RSE) se traduit par des actions concrètes visant à promouvoir la durabilité et le bien-être des communautés où nous opérons.

Dans un contexte de visibilité limitée, le Groupe maintient le cap par une gestion rigoureuse de ses opérations et offres commerciales ciblées. Il poursuit donc la mise en œuvre de sa feuille de route, à savoir la croissance organique via l'expansion des Marques Stratégiques à l'international, le renforcement local des Marques Stars Régionales, la croissance de l'activité de Marques d'Agence et le développement de l'offre de Services Industriels, tout en recherchant des opportunités de croissance complémentaires.

L'atout du Groupe demeure, *à fortiori* dans la conjoncture actuelle, de savoir proposer aux consommateurs des produits de qualité à des prix abordables.

Calendrier financier

- Résultats semestriels 2024 : 26 septembre 2024
- Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2024: 24 octobre 2024

Contact Relations Investisseurs et Actionnaires

Groupe MBWS

Emilie Drexler

Relations.Actionnaires@mbws.com

Tél : +33 1 43 91 62 40

Contact Presse

Image Sept

Claire Doligez - Laurent Poinot

cdoligez@image7.fr –

lpoinot@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, Cognac Gautier et San José.

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.

