

Charenton-le-Pont, le 27 juillet 2023

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

Chiffre d'affaires au 30 juin 2023 de 98,8 M€, + 14,3% par rapport au 1^{er} semestre 2022, grâce à une performance positive d'une partie de l'activité à l'international et à une progression des ventes de nos marques stratégiques en France

- **Amélioration de l'activité commerciale en France sur le 2^{ème} trimestre 2023, avec une hausse des ventes de 12,6% par rapport au 2^{ème} trimestre 2022. Cette performance est rendue possible, malgré un marché des spiritueux toujours en ralentissement, grâce à une diminution du taux de ruptures comparée à celles subies au 1^{er} Trimestre 2023, cumulées aux revalorisations tarifaires pratiquées au 1^{er} semestre de l'année,**
 - Hausse des ventes des marques William Peel, San José et Berger en Grande Distribution, en grande partie imputable à la revalorisation tarifaire dont l'effet ne couvre pas la totalité des fortes augmentations des coûts des matières premières depuis 2022
 - Situation toujours instable concernant la disponibilité des matières premières de certaines références clés, notamment le verre, mais en voie d'amélioration sur ce 2^{ème} Trimestre;
 - Le secteur du On-Trade marque le pas après un bon 1^{er} trimestre.
- **Progression soutenue des ventes à l'international (+ 15,5 % par rapport au 2^{ème} trimestre 2022) marquée par des disparités selon les zones :**
 - Augmentation des ventes en Europe permettant de compenser les difficultés sur le marché britannique où les ventes du Groupe sont toujours en baisse alors que celles en Lituanie, Bulgarie et leurs zones d'export ainsi qu'en Espagne sont en forte progression, notamment sur les marques stratégiques internationales (William Peel, Marie Brizard...) et sur les activités de services industriels de sous-traitance ;
 - Reprise conjoncturelle de l'activité aux Etats-Unis au 2^{ème} trimestre, notamment avec la marque Marie Brizard, et ce malgré un contexte commercial de distribution toujours très compliqué pour les ventes de Sobieski et de Gautier dans un marché Cognac bousculé ;
 - Recul de la zone Asie-Pacifique (notamment en Australie et dans une moindre mesure, en Corée), non compensé par la belle progression de Taïwan.
- **Hausses très significatives des coûts des intrants subies depuis 2022, qui ne sont que partiellement compensées par la revalorisation des tarifs au cours du 1^{er} trimestre 2023 effectuée sur la quasi totalité des marchés du Groupe, notamment à l'international**

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 2023, couvrant la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2023.

Chiffre d’Affaires du 1^{er} semestre 2023

| En M€ | 30 juin 2022 | Croissance organique | Effet de Change | 30 juin 2023 | Croissance organique (exc. Change) | Croissance publiée (incl. change) |
|--------------------------|--------------|----------------------|-----------------|--------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| France | 40,1 | 2,0 | - | 42,1 | + 5,0% | + 5,0% |
| International | 46,3 | 10,3 | 0,1 | 56,7 | + 22,2% | + 22,4% |
| TOTAL GROUPE MBWS | 86,4 | 12,3 | 0,1 | 98,8 | + 14,3% | + 14,4% |

Chiffre d’Affaires du 2^{ème} trimestre 2023

| En M€ | T2 2022 | Croissance organique | Effet de Change | T2 2023 | Croissance organique (exc. Change) | Croissance publiée (incl. change) |
|--------------------------|-------------|----------------------|-----------------|-------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| France | 20,2 | 2,5 | - | 22,7 | + 12,6% | + 12,6% |
| International | 25,6 | 4,0 | 0,0 | 29,6 | + 15,5% | + 15,5% |
| TOTAL GROUPE MBWS | 45,8 | 6,5 | - | 52,3 | + 14,2% | + 14,2% |

Cluster France

Malgré la poursuite du ralentissement du marché des spiritueux en France, principalement en Grande Distribution, les ventes du Cluster France sont en progression de +12,6% au 2^{ème} trimestre 2023 par rapport à 2022, atteignant 22,7 M€, principalement liée aux bonnes performances des marques stratégiques du Groupe, notamment William Peel et San José. Ainsi, en Grande Distribution, la progression du chiffre d’affaires est imputable en premier lieu à une politique tarifaire volontariste nécessaire, à la reprise des livraisons suite aux ruptures (notamment sur le verre) enregistrées au 1^{er} trimestre avec effet de restockage au 2^{ème} trimestre chez les clients impactés, et dans un contexte de commercialisation de marques concurrentes en Grande Distribution qui bénéficie à certaines marques du Groupe.

Sur le premier semestre, le chiffre d’affaires du cluster France ressort à 42,1 M€, en hausse de + 5,0%.

Cluster International

Le chiffre d’affaires au 30 juin 2023 du Cluster International s’établit à 56,7 M€, en progression de + 22,2% à change constant par rapport au 30 juin 2022. Les ventes du Cluster au 2^{ème} trimestre 2023 sont en hausse de +15,5% par rapport à 2022 atteignant 29,6 M€.

L’Espagne affiche une belle progression de ses ventes de + 21,7% sur le 2^{ème} trimestre, grâce à l’activité des marques stratégiques et à la dynamique continue des services industriels de sous-traitance.

Dans les marchés export de l'Europe de l'ouest, le chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre évolue en hausse de 11,4%, principalement du fait des bonnes performances commerciales sur le Benelux, l'Italie, l'Afrique du Nord et dans une moindre mesure l'Allemagne; le marché britannique, toujours compliqué à date pour la marque Marie Brizard, enregistre néanmoins de nouveaux référencements sur les marques du Groupe, dont notamment la marque Sobieski.

La Lituanie enregistre au 2^{ème} trimestre 2023 un chiffre d'affaires en hausse de + 25,0 %, en particulier sur l'activité marques à l'export, liée notamment à une croissance des ventes sur le marché ukrainien. Les ventes domestiques sont stables par rapport au 1^{er} semestre 2022.

En Bulgarie, le chiffre d'affaires affiche toujours une belle progression au 2^{ème} trimestre 2023 (+ 25,2% vs 2022) après un 1^{er} trimestre 2023 très soutenu (à + 50,2 % vs 1^{er} trimestre 2022), une amélioration des ventes principalement portée par les marchés export (notamment l'activité de sous-traitance industrielle).

Le chiffre d'affaires de la Scandinavie est en retrait au 2^{ème} trimestre 2023 de - 28,2 % sur un historique élevé, le 2nd trimestre 2022 ayant bénéficié d'un fort regain d'activité suite à la levée des restrictions sanitaires en début d'année. Le retrait s'explique également par l'élasticité prix impactant les volumes de vente suite aux augmentations tarifaires, et par un environnement concurrentiel tendu en ce début d'année.

Dans les marchés export de l'Europe de l'Est, les ventes en Pologne du 1^{er} semestre sont en baisse significative par rapport à 2022 qui avait bénéficié du stockage de la marque Gautier qui était en cours de lancement. A noter que le marché en général est en ralentissement sur l'ensemble des catégories.

Aux Etats-Unis, après un chiffre d'affaires en baisse marquée au 1^{er} trimestre 2023, conséquence notamment 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, le 2^{ème} trimestre 2023 enregistre une progression des ventes de + 15,3% comparé à un 2^{ème} trimestre 2022 bas, et ce malgré des difficultés opérationnelles, logistiques et commerciales qui ont affecté la performance de nos marques.

Au Brésil, dans la continuité du 1^{er} trimestre 2023, le chiffre d'affaires est en bonne progression grâce principalement aux marques locales et à la mise en place de politiques commerciales et tarifaires rigoureuses sur la période.

La zone export des Amériques continue d'être impactée par la baisse conséquente du chiffre d'affaires au Canada au 2^{ème} trimestre, ceci dans des proportions comparables à celle du 1^{er} trimestre et pour les mêmes raisons, en particulier le contexte très concurrentiel dans la catégorie des vodka et avec plus récemment une tendance actuelle défavorable pour la catégorie Cognac.

Enfin, la région Asie-Pacifique est en recul de - 6,4 % au 2^{ème} trimestre 2023, en particulier en Australie, alors que la Corée amorce une reprise en comparaison du 2^{ème} trimestre 2022.

Perspectives

Le 1^{er} trimestre 2023 a montré que les hausses des intrants étaient encore très significatives et des ruptures d'approvisionnements encore bien présentes, occasionnant des baisses de volumes, en particulier en France. Une amélioration s'est opérée récemment en termes de disponibilité des matières et produits, mais celle-ci reste très instable pour certaines références clés.

Rappelons qu'à ce stade les hausses de tarifs qui visent à amortir les augmentations du coût des intrants depuis 2022 ne les compensent que partiellement, entraînant en tout état de cause une pression sur la rentabilité de l'activité.

Le Groupe continue de suivre au plus près l'élasticité de la demande des consommateurs face aux hausses de prix et aux conséquences concernant certaines catégories de produits (vodka et cognac notamment) et s'attache à maintenir sa capacité d'adaptation et le cap opérationnel, malgré ces difficultés.

La croissance à l'international reste une priorité de développement du Groupe même si des éléments conjoncturels ont permis de bonnes performances au 2^{ème} trimestre sur la France, un marché toujours plus mature et concentré.

Le Groupe poursuit la mise en oeuvre de ses axes de développement, à savoir l'expansion des marques stratégiques à l'international, le renforcement des positions locales des marques régionales, la croissance de notre activité de marques d'agence et le développement de notre offre de services industriels. Le manque de visibilité à court et moyen terme requiert toujours d'adopter une certaine prudence quant aux perspectives annuelles du groupe.

Calendrier financier

- Résultats semestriels 2023 : 28 septembre 2023
- Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2023: 26 octobre 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, 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.

