

Charenton-le-Pont, le 30 avril 2026

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2026

**Chiffre d'affaires de 38,7 M€ en baisse de -9,6% (-8,4% en publié)  
par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2025**

**Ralentissement persistant du marché des spiritueux, notamment en France  
Activité globalement en baisse à l'International avec une évolution contrastée selon les  
marques, en partie liée à des décalages de ventes sur l'exercice**

- **France : recul des ventes de -3,6% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2025**
  - Les ventes en Grande Distribution sont en retrait de -11,6% en 2026 sur ce trimestre, pénalisées notamment par la marque William Peel qui, ayant été impactée par les déréférencements subis en 2025 suite aux négociations commerciales difficiles, bénéficie d'une remontée lente des performances de vente en magasins sur le 1<sup>er</sup> trimestre.
  - Le secteur Hors Domicile continue à enregistrer de bonnes performances, avec des ventes en hausse de +5,5% sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2026, grâce notamment à la marque Marie Brizard et à ses innovations.
  - L'ajout d'un nouveau contrat de Services Industriels génère une contribution significative et ponctuelle à la croissance du trimestre
  
- **International : le premier trimestre 2026 affiche une baisse des ventes de -13,8% (-11,9% en publié) par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2025, une tendance qui touche presque toutes les zones dont certaines sont impactées par des décalages de ventes sur l'exercice**
  - Ralentissement des ventes dans la zone Europe de l'Ouest et de l'Est, notamment en Lituanie, en Bulgarie et en Espagne dont l'activité Services industriels a baissé pour cause d'arrêts de production temporaires permettant le renouvellement d'équipements de production.
  - Performance ponctuelle de l'activité aux Etats-Unis, portée par la marque Sobieski et le maintien des ventes du marché du Bulk en Lituanie, qui ne compense pas ce recul global des performances à l'International.

*NB : Toutes les variations de chiffres d'affaires mentionnées dans ce communiqué sont à taux de change et à périmètre constants (croissance organique), sauf mention contraire. Les données publiées intègrent les effets de change et de périmètre*

**Marie Brizard Wine & Spirits** (Euronext : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires non audité du 1<sup>er</sup> trimestre 2026, couvrant la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 mars 2026.

## Chiffre d’Affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2026

En M€	T1 2025	Croissance organique	Effets de change et périmètre	T1 2026	Croissance organique	Croissance publiée
France	17,6	-0,6	-	17,0	-3,6%	-3,6%
International	24,6	-3,4	+0,5	21,7	-13,8%	-11,9%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>42,2</b>	<b>-4,0</b>	<b>+0,5</b>	<b>38,7</b>	<b>-9,6%</b>	<b>-8,4%</b>

### Cluster France

Les ventes du **Cluster France** sont en baisse de -3,6% au 1<sup>er</sup> trimestre 2026 par rapport à 2025, atteignant 17,0 M€.

Cette décroissance, qui devient moins marquée depuis le 4<sup>ème</sup> trimestre 2025, provient principalement de la marque William Peel. La reprise commerciale de la marque évolue lentement, suite à l’accord conclu fin 2025 après les déréférencements chez certains distributeurs et la perte de parts de marché qui en avait résulté.

La marque stratégique Marie Brizard réalise une bonne performance au 1<sup>er</sup> trimestre 2026 dans la continuité de l’année 2025, et sa gamme bénéficie de l’arrivée d’innovations répondant aux tendances du marché.

### Cluster International

Le chiffre d’affaires au 31 mars 2026 du **Cluster International** s’établit à 21,7 M€, en baisse de -13,8% (-11,9% en publié) par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2025, principalement imputable à l’Espagne, l’entité Export MBWS International, la Bulgarie et la Lituanie, et partiellement compensée par Imperial Brands aux Etats-Unis.

L’activité de **MBWS International** (Export) enregistre un chiffre d’affaires en baisse de -29.2%, reflétant un ralentissement de l’activité en Belgique (lié à un déstockage), à la frontière Luxembourg / France, ainsi qu’en Pologne, compte tenu d’un fort niveau d’activité au 4<sup>ème</sup> trimestre 2025. Au Canada, les ventes sont également en retrait, dans un marché globalement en contraction. A noter, une légère progression des ventes au Royaume-Uni, au Maroc et en Australie, qui ne suffit pas à compenser l’évolution des autres marchés.

L’**Espagne** enregistre un recul de ses ventes au 31 mars 2026 de -17,5%, du fait d’un ralentissement des performances de l’activité Services Industriels (-21,6%), qui s’explique par une base comparable assez élevée au 1<sup>er</sup> trimestre 2025 et des arrêts de production temporaires permettant le renouvellement d’équipements de production sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2026. L’activité des Services Industriels au 2<sup>ème</sup> trimestre devrait permettre de revenir à des niveaux normatifs. Les ventes de l’activité Marques Stratégiques sont stables au 31 mars 2026 par rapport au 31 mars 2025.

Au **Danemark**, le Groupe a doublé de taille, en intégrant la nouvelle entité danoise (Interbrands Danemark) consolidée depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2025, avec pour objectif de construire un acteur incontournable de la distribution sur ce marché. En publié, le chiffre d'affaires progresse de +106,8%. A périmètre constant, le chiffre d'affaires enregistre une baisse de -17.5% au 1<sup>er</sup> trimestre 2026, liée entre autres à des décalages de commandes de certains clients sur le second trimestre en comparaison avec l'année dernière.

La **Lituanie** réalise un chiffre d'affaires en baisse de -11.7% au 1<sup>er</sup> trimestre 2026 par rapport à 2025. Le marché domestique est pénalisé par un faible début de trimestre impacté par la hausse significative des droits d'accise en 2026 qui avait généré un phénomène de stockage chez les clients en fin d'année 2025, et par l'intensité promotionnelle de la concurrence. L'export est en retrait, en particulier sur la marque William Peel en Ukraine qui connaît des décalages de ventes sur l'exercice. L'activité de Services Industriels est toutefois en progression.

En **Bulgarie**, les ventes au 1<sup>er</sup> trimestre 2026 sont en retrait de -18.9%, essentiellement imputable à l'activité Services Industriels à l'export, ainsi qu'au marché domestique (des vins), qui subit un effet inflationniste lié au passage à l'euro au 1<sup>er</sup> janvier 2026.

Aux **Etats-Unis**, le chiffre d'affaires affiche une amélioration de +59.1% au 1<sup>er</sup> trimestre 2026 par rapport à 2025 sur une base de comparaison très faible, portée par les Marques Stratégiques Sobieski, Gautier et Marie Brizard. Cette croissance conjoncturelle est essentiellement liée à une anticipation de commandes par le distributeur pour la marque Sobieski, ainsi qu'à de bonnes dynamiques commerciales pour la marque Marie Brizard et à des changements de Route-to-Market pour la marque Gautier.

Au **Brésil**, les ventes du 1<sup>er</sup> trimestre 2026 sont en baisse de -10.2%, principalement pénalisées par un ralentissement d'activité des marques locales dans un contexte global de perte de pouvoir d'achat dans le pays.

### Perspectives

Les perspectives exposées par le Groupe le 16 avril dernier lors de la publication de ses résultats annuels 2025 restent inchangées, notamment concernant les tendances macro-économiques, géopolitiques et sectorielles.

Par ailleurs, la marque William Peel ayant réintégré l'ensemble des enseignes de la grande distribution en France depuis la fin de l'année 2025, le Groupe anticipe une remontée progressive de la distribution et des parts de marché qui devrait permettre un retour à une tendance positive en France, en comparaison d'une base de référence particulièrement basse.

Pour faire face à cet environnement, le Groupe s'appuie sur des avancées concrètes sur l'ensemble de ses axes de développements stratégiques : innovations ciblées pour les Marques Stratégiques Internationales et Flagships Régionales, enrichissement du portefeuille de Marques d'Agence avec de nouveaux contrats en France, l'intégration d'un distributeur au Danemark et enfin le développement de nouveaux partenariats de Services Industriels en France et au Brésil. Il poursuit activement l'identification d'opportunités de croissance pertinentes et rentables, tant organiques qu'externes, dans une logique de développement pérenne. L'ensemble des développements mentionnés ci-dessus s'inscrivent dans cette stratégie long-terme.

## Calendrier financier

- Assemblée Générale : 25 juin 2026
- Publication du Chiffre d'affaires du 1er semestre 2026 : 30 juillet 2026

### Contact Relations Investisseurs et Actionnaires

#### Groupe MBWS

Emilie Drexler

relations.actionnaires@mbws.com

Tél : +33 1 43 91 62 40

### Contact Presse

#### Image Sept

Clémence Vermersch - Laurent Poinot

cvermersch@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 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.

