



Ivry-sur-Seine, le 7 février 2017

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 4^{EME} TRIMESTRE 2016 IMPACTÉ PAR LA RECONFIGURATION DES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

- Chiffre d'affaires 2016 de l'Activité Marques en progression de 0,7%
- Gains de parts de marché soutenus par le business model « mainstream »
- EBITDA 2016 de l'ordre de 17 M€
- Confirmation des objectifs du plan stratégique BIG 2018

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS) présente son chiffre d'affaires non audité pour le 4^{ème} trimestre et pour l'exercice 2016.

Le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 431,3 M€ pour l'année 2016, et à 122,0 M€ pour le 4^{ème} trimestre, respectivement en repli de 1,8% et de 0,4% par rapport à l'exercice 2015¹. En incluant les effets de change, le chiffre d'affaires ressort en baisse de 3,3% sur l'année 2016, et de 1,4% sur le 4^{ème} trimestre.

Les ventes de l'Activité Marques ont progressé de 0,7% en 2016 à 265,1 M€, soutenues par le cluster Europe Centrale et de l'Est. Cette bonne performance compense en partie le ralentissement du chiffre d'affaires des autres activités (Sobieski Trade et vins MDD), en repli de 5,3% sur l'année 2016.

Jean-Noël Reynaud, Directeur Général de MBWS commente :

« La reconfiguration de nos réseaux de distribution, annoncée en décembre dernier, a eu un impact négatif sur la fin du 4^{ème} trimestre 2016 : plusieurs grossistes, notamment en Pologne, ont en effet décidé de réduire leurs stocks avant l'entrée en vigueur des nouveaux accords de distribution au 1^{er} janvier 2017. Cet impact négatif à court terme ne remet pas en cause notre stratégie de croissance à long terme, basée sur la reconfiguration des réseaux de distribution.

En conséquence, le chiffre d'affaires 2016 ne reflète pas le succès de nos marques piliers et leurs gains de parts de marché, notamment en France et en Pologne². Sur le marché français, William Peel est désormais la marque de spiritueux la plus vendue en Grande Distribution, toutes catégories confondues, selon les données Nielsen pour la période Novembre 2016 - Janvier 2017. Ces bonnes performances confirment notre business model « mainstream » et les opportunités de croissance que représente notre positionnement au cœur de l'industrie des vins et spiritueux.

Mécaniquement, la dégradation du chiffre d'affaires au 4^{ème} trimestre aura un impact sur l'objectif d'EBITDA pour 2016, désormais de l'ordre de 17 M€, mais toujours en forte progression par rapport à l'exercice 2015. »

¹ Toutes les variations de chiffre d'affaires mentionnées dans ce communiqué de presse sont exprimées à périmètre et taux de change constants, sauf mention contraire.

² Toutes les parts de marché sont des mesures Nielsen sur P13 2016 pour la France, et P12 2016 pour la Pologne, sauf mention contraire.



Chiffre d'affaires 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	140,9	-1,3	0,0	139,6	-0,9%	-0,9%
France	116,5	-2,6	0,0	113,9	-2,2%	-2,2%
Reste du cluster	24,4	1,3	0,0	25,7	5,1%	5,2%
Europe Centrale et de l'Est	93,2	3,1	-2,8	93,5	3,3%	0,3%
Pologne	65,7	1,1	-2,8	64,0	1,7%	-2,5%
Reste du cluster	27,5	2,0	0,0	29,5	7,2%	7,2%
Amériques	28,9	-0,5	-0,1	28,3	-1,7%	-2,2%
Asie Pacifique	3,1	0,6	0,0	3,7	20,5%	20,5%
Sous-total Activité Marques	266,1	1,9	-2,9	265,1	0,7%	-0,4%
<u>Autres Activités</u>						
Sobieski Trade	94,4	-2,7	-3,8	87,9	-2,9%	-6,9%
Vins MDD	84,7	-6,8	0,0	77,9	-8,1%	-8,1%
Sous-total Autres Activités	179,1	-9,5	-3,8	165,8	-5,3%	-7,5%
Actifs cédés	0,7	-0,3	0,0	0,4	-41,2%	-43,6%
TOTAL MBWS	445,9*	-7,9	-6,7	431,3	-1,8%	-3,3%

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	38,4	-2,2	0,0	36,2	-5,8%	-5,8%
France	30,7	-2,2	0,0	28,5	-6,9%	-6,9%
Reste du cluster	7,7	0,0	0,0	7,7	-1,2%	-1,2%
Europe Centrale et de l'Est	33,1	-0,7	-0,8	31,6	-2,3%	-4,6%
Pologne	25,0	-1,4	-0,8	22,8	-5,5%	-8,5%
Reste du cluster	8,1	0,7	0,0	8,8	7,7%	7,7%
Amériques	10,5	-0,5	0,3	10,3	-4,5%	-2,4%
Asie Pacifique	1,2	0,5	0,0	1,7	44,8%	44,8%
Sous-total Activité Marques	83,2	-2,9	-0,5	79,8	-3,5%	-4,2%
<u>Autres Activités</u>						
Sobieski Trade	21,3	4,6	-0,7	25,2	21,7%	18,2%
Vins MDD	19,0	-2,0	0,0	17,0	-10,9%	-10,9%
Sous-total Autres Activités	40,3	2,6	-0,7	42,2	6,4%	4,5%
Actifs cédés	0,1	-0,1	0,0	0,0	-100,0%	-100,0%
TOTAL MBWS	123,6*	-0,4	-1,2	122,0	-0,4%	-1,4%

* Le chiffre d'affaires pour l'année 2015 a été retraité, afin de tenir compte :

- 1) **des contrats arrêtés**, avec un impact négatif de 2 M€ sur l'année, et de 1,3 M€ sur le 4^{ème} trimestre, pour les clusters Europe de l'Ouest, Moyen Orient, Afrique (WEMEA) et Amériques. Impact sur le cluster WEMEA de 0,6 M€ sur l'année et de 0,3 M€ sur le 4^{ème} trimestre, suite à l'arrêt de la distribution de Mateus et Ferreira. Impact sur le cluster Amériques de 1,5 M€ sur l'année et de 0,9 M€ sur le 4^{ème} trimestre, suite à l'arrêt de la distribution de Kerrygold aux Etats-Unis.
- 2) **d'un effet périmètre** de 3,1 M€ suite à la cession de Galerie Alkoholi en Pologne en 2015.



CA 2016 de l'Activité Marques en hausse de 0,7%, portée par l'Europe Centrale et de l'Est

Le chiffre d'affaires de l'Activité Marques est en progression de 0,7% à 265,1 M€, soutenu par le cluster Europe Centrale et de l'Est.

Au 4^{ème} trimestre 2016, l'Activité Marques a généré un chiffre d'affaires de 79,8 M€, en baisse de 3,5% par rapport au 4^{ème} trimestre 2015. Les marques piliers affichent une croissance en volume de 2,3% sur la période.

Croissance des marques piliers, en volume et chiffre d'affaires :

	4 ^{ème} trimestre 2016		2016	
	Croissance en volume	Chiffre d'affaires	Croissance en volume	Chiffre d'affaires
William Peel	-0,1%	0,2%	2,9%	1,3%
Sobieski	-17,3%	-22,2%	-7,6%	-10,4%
Krupnik	14,1%	5,2%	7,0%	8,2%
Cognac Gautier	48,0%	95,6%	10,5%	37,7%
Marie Brizard	-6,6%	4,4%	-1,9%	5,1%
Fruits and Wine	11,5%	20,9%	-10,4%	-9,8%
Total Marques Piliers	2,3%	-0,9%	1,0%	0,6%
Autres marques		-11,8%		1,1%
Total Activité Marques		-3,5%		0,7%

Europe de l'Ouest, Moyen Orient et Afrique (WEMEA)

Le cluster WEMEA a généré un chiffre d'affaires de 139,6 M€ en 2016, en baisse de 0,9% par rapport à 2015. Sur le 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires du cluster WEMEA est en repli de 5,8% par rapport au 4^{ème} trimestre 2015.

La France, qui représente 82% de l'activité du cluster WEMEA a généré un chiffre d'affaires de 113,9 M€ pour l'exercice 2016, en recul de 2,2% par rapport à 2015, et en repli de 6,9% sur le 4^{ème} trimestre 2016. Ce ralentissement est dû essentiellement à un effet de déstockage de William Peel en fin d'année, et à un effet météo défavorable sur Fruits and Wine aux 2^{ème} et 3^{ème} trimestres 2016 (avec toutefois une amélioration en fin d'année).

	Variation vs. 2015 (volume)		Parts de marché	
	Marché	MBWS	MBWS	Variation
<u>France</u>				
William Peel	+0,9%	+4,7%	24,3%	+0,9 pt
Sobieski	+1,6%	+24,5%	14,6%	+2,7pts
Fruits and Wine	-11,9%	-9,6%	29,1%	+0,7 pt

Source : Nielsen CAD P13 2016



Ce tassement du chiffre d'affaires ne reflète pas la forte amélioration des parts de marché des principales marques piliers du Groupe : William Peel conforte sa position de leader sur le marché du Scotch Whisky, avec une croissance de 4,7% (en volume) et une part de marché de 24,3%. William Peel est également devenu, sur la période novembre 2016 - janvier 2017, la première marque de spiritueux vendue en France en Grande Distribution, en volume, toutes catégories confondues.

Sobieski affiche une croissance de 24,5% (en volume) sur l'ensemble de l'année, avec une part de marché de 14,6% (en hausse de 2,7 points).

En dépit des conditions météo défavorables, Fruits and Wine gagne 0,7 point de part de marché (à 29,1%) et surperforme la catégorie des Boissons Aromatisées à Base de Vin (BABV) avec une baisse de 9,6% en volume sur 2016, vs. -11,9% pour la catégorie dans son ensemble.

Soutenu par ces bonnes performances, MBWS est devenu en 2016 le plus gros contributeur à la croissance du marché français des spiritueux en volume (+ 4,1% vs. +0,2% pour l'ensemble du marché) et le deuxième contributeur en valeur (+4,0% vs. +1,2% pour l'ensemble du marché).

Europe Centrale et de l'Est

Le cluster Europe Centrale et de l'Est a généré un chiffre d'affaires de 93,5 M€ en 2016, en progression de 3,3% par rapport à l'exercice 2015. Pour le 4^{ème} trimestre 2016, le chiffre d'affaires est en recul de 2,3% à 31,6 M€.

Le marché polonais, qui représente 68% du chiffre d'affaires du cluster Europe Centrale et de l'Est a généré un chiffre d'affaires de 64 M€ en 2016, en hausse de 1,7% par rapport à 2015. Les ventes du 4^{ème} trimestre 2016 sont en recul de 5,5% à 22,8 M€. Ce ralentissement est lié à la reconfiguration des réseaux de distribution : les grossistes de taille intermédiaire qui ne font pas partie intégrante des nouveaux accords de distribution ont écoulé leurs stocks en fin d'année sans passer de nouvelles commandes de produits MBWS. Cet effet devrait perdurer sur les premières semaines de l'année 2017, et avoir également un impact sur le chiffre d'affaires du Groupe en Pologne au 1^{er} trimestre 2017.

Les marques du groupe MBWS continuent toutefois d'afficher une forte dynamique : la vodka Krupnik aromatisée a atteint une part de marché de 4,6% avec des ventes en progression de 42,7% (en volume) sur 2016. La marque Krupnik atteint désormais 13,0% de part de marché (+0,3 pt en 2016) avec une progression de 5,6% des ventes en volume sur l'ensemble de l'année. William Peel continue son expansion en Pologne avec une croissance en volume de 280% sur l'année 2016.

	Variation vs. 2015 (volume)		Parts de marché	
	Marché	MBWS	MBWS	Variation
POLOGNE				
Krupnik pure	+2,7%	+4,0%	15,7%	+0,2 pt
Krupnik aromatisée	+5,8%	+42,7%	4,6%	+1,2 pts
Total Marque Krupnik	+3,2%	+5,6%	13,0%	+0,3 pt

Source : Nielsen CAD P12 2016



Amériques

Le chiffre d'affaires du cluster Amériques s'élève à 28,3 M€ pour l'année 2016, en recul de 1,7% par rapport à l'exercice 2015 (hors impact de l'arrêt du contrat de distribution de KerryGold).

Les ventes du 4^{ème} trimestre 2016 sont en repli de 4,5% à 10,3 M€. L'activité du cluster Amériques a été impactée de manière significative par le nouveau contrat de distribution avec Southern Glazers' Wine & Spirits, portant sur 30 états, et avec Empire Merchants pour l'état de New York. Ces nouveaux accords de distribution ont provoqué un effet de déstockage chez les partenaires dont les contrats arrivent à échéance. Sur l'ensemble de l'année, les stocks ont baissé de 13%, avec un effet particulièrement sensible sur Sobieski, dans l'état de New York, au 4^{ème} trimestre. Sobieski a toutefois surperformé la catégorie vodka en xAOC (principales chaînes de magasins) avec une croissance de 3,3% au 4^{ème} trimestre, vs. une croissance de 2,7% pour la catégorie vodka.

Asie Pacifique

Le cluster Asie Pacifique a généré un chiffre d'affaires de 3,7 M€ pour l'année 2016, en progression de 20,5%, et de 1,7 M€ au 4^{ème} trimestre, en progression de 44,8%. Le deuxième semestre 2016 marque une nette accélération de la croissance, avec une progression du chiffre d'affaires de 26,1% (vs. 10,1% au 1^{er} semestre). La croissance a principalement été alimentée par les ventes de Cognac Gautier, notamment au second semestre. En termes de marché, la Chine et l'Australie ont enregistré la croissance la plus dynamique.

Autres Activités

Les « Autres Activités » du groupe MBWS (composées de Sobieski Trade et des vins MDD) ont généré un chiffre d'affaires de 165,8 M€ en 2016, en repli de 5,3% par rapport à 2015.

Cette tendance au niveau global masque la bonne performance de Sobieski Trade, dont le redressement est le principal moteur de la catégorie « Autres Activités » au 4^{ème} trimestre, avec un chiffre d'affaires en progression de 21,7% à 25,2 M€. L'activité vins MDD a souffert d'une météo défavorable aux 2^{ème} et 3^{ème} trimestres, et a également été impactée au 4^{ème} trimestre par la perte de certains contrats d'embouteillage.

Perspectives

Le Groupe anticipe un EBITDA de l'ordre de 17 M€ pour 2016.

Les objectifs du plan stratégique BIG 2018 restent inchangés.



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. De la naissance de la Maison Marie Brizard en 1755 au lancement de Fruits and Wine en 2010, 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, Fruits and Wine et Marie Brizard.

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.



Contact Presse :

Stéphane Pedrazzi

stephane.pedrazzi@mbws.com

Tel : +33 1 76 28 40 71

Contact Investisseurs :

Raquel Lizarraga

raquel.lizarraga@mbws.com

Tel : +33 1 43 91 50 18

Simon Zaks, Image Sept

szaks@image7.fr

Tel : +33 1 53 70 74 63



Annexe : chiffre d'affaires trimestriel, par cluster (nouvelle structure de reporting) :

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	29,2	-0,9	0,0	28,3	-3,1%	-3,1%
<i>France</i>	24,6	-0,7	0,0	23,9	-3,1%	-3,1%
<i>Reste du cluster</i>	4,6	-0,2	0,0	4,4	-3,3%	-3,3%
Europe Centrale et de l'Est	19,4	-1,7	-0,5	17,2	-8,9%	11,3%
<i>Pologne</i>	13,4	-1,9	-0,5	11,0	-14,1%	-17,5%
<i>Reste du cluster</i>	6,0	0,2	0,0	6,2	2,6%	2,6%
Amériques	4,8	0,3	-0,1	5,0	5,8%	2,8%
Asie Pacifique	0,5	0,1	0,0	0,6	28,3%	28,3%
Sous-total Activité Marques	53,9	-2,2	-0,6	51,1	-4,1%	-5,2%
<u>Autres Activités</u>						
<i>Sobieski Trade</i>	22,3	-3,9	-0,7	17,7	-17,6%	-20,9%
<i>Vins MDD</i>	16,7	-0,5	0,0	16,2	-2,8%	-2,8%
Sous-total Autres Activités	39,0	-4,4	-0,7	33,9	-11,3%	-13,1%
<i>Actifs cédés</i>	0,2	0,0	0,0	0,2	-0,3%	-4,2%
TOTAL MBWS	93,1	-6,6	-1,3	85,2	-7,1%	-8,6%

Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	38,2	2,7	0,0	40,9	7,0%	7,0%
<i>France</i>	32,1	1,7	0,0	33,8	5,4%	5,4%
<i>Reste du cluster</i>	6,1	1,0	0,0	7,1	15,5%	15,6%
Europe Centrale et de l'Est	21,5	3,5	-1,0	24,0	16,5%	11,5%
<i>Pologne</i>	14,7	3,0	-1,0	16,7	20,5%	13,2%
<i>Reste du cluster</i>	6,8	0,5	0,0	7,3	7,8%	7,8%
Amériques	7,7	-0,1	-0,5	7,1	-0,3%	-5,4%
Asie Pacifique	0,6	0,0	0,0	0,6	-3,4%	-3,4%
Sous-total Activité Marques	68,0	6,1	-1,5	72,6	9,1%	6,9%
<u>Autres Activités</u>						
<i>Sobieski Trade</i>	30,6	-4,6	-1,6	24,4	-14,8%	-20,1%
<i>Vins MDD</i>	27,4	-4,8	0,0	22,6	-17,7%	-17,7%
Sous-total Autres Activités	58,0	-9,4	-1,6	47,0	-16,2%	-19,0%
<i>Actifs cédés</i>	0,2	0,0	0,0	0,1	-16,4%	-22,0%
TOTAL MBWS	126,2	-3,3	-3,1	119,8	-2,6%	-5,0%



Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	35,1	-0,9	0,0	34,2	-2,4%	-2,4%
France	29,1	-1,4	0,0	27,7	-4,8%	-4,8%
Reste du cluster	6,0	0,5	0,0	6,5	9,1%	9,2%
Europe Centrale et de l'Est	19,2	2,0	-0,5	20,7	10,6%	8,1%
Pologne	12,6	1,4	-0,5	13,5	10,8%	7,0%
Reste du cluster	6,6	0,6	0,0	7,2	10,2%	10,2%
Amériques	5,9	-0,2	0,2	5,9	-4,4%	-1,5%
Asie Pacifique	0,8	0,0	0,0	0,8	0,6%	0,6%
Sous-total Activité Marques	61,0	0,9	-0,3	61,6	1,5%	1,0%
<u>Autres Activités</u>						
Sobieski Trade	20,2	1,2	-0,7	20,6	5,6%	2,0%
Vins MDD	21,6	0,5	0,0	22,1	2,5%	2,5%
Sous-total Autres Activités	41,8	1,7	-0,8	42,7	4,0%	2,2%
Actifs cédés	0,1	-0,1	0,0	0,0	-76,4%	-76,6%
TOTAL MBWS	103,0	2,4	-1,1	104,3	2,4%	1,4%

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2016, par cluster :

En M€	2015	Croissance organique	Effets de change	2016	Croissance organique (hors effets de change)	Croissance organique (incl. effets de change)
<u>Activité Marques</u>						
Europe Ouest, Moyen Orient, Afrique	38,4	-2,2	0,0	36,2	-5,8%	-5,8%
France	30,7	-2,2	0,0	28,5	-6,9%	-6,9%
Reste du cluster	7,7	0,0	0,0	7,7	-1,2%	-1,2%
Europe Centrale et de l'Est	33,1	-0,7	-0,8	31,6	-2,3%	-4,6%
Pologne	25,0	-1,4	-0,8	22,8	-5,5%	-8,5%
Reste du cluster	8,1	0,7	0,0	8,8	7,7%	7,7%
Amériques	10,5	-0,5	0,3	10,3	-4,5%	-2,4%
Asie Pacifique	1,2	0,5	0,0	1,7	44,8%	44,8%
Sous-total Activité Marques	83,2	-2,9	-0,5	79,8	-3,5%	-4,2%
<u>Autres Activités</u>						
Sobieski Trade	21,3	4,6	-0,7	25,2	21,7%	18,2%
Vins MDD	19,0	-2,0	0,0	17,0	-10,9%	-10,9%
Sous-total Autres Activités	40,3	2,6	-0,7	42,2	6,4%	4,5%
Actifs cédés	0,1	-0,1	0,0	0,0	-100,0%	-100,0%
TOTAL MBWS	123,6*	-0,4	-1,2	122,0	-0,4%	-1,4%

* Le chiffre d'affaires pour le 4^{ème} trimestre 2015 a été retraité, afin de tenir compte des contrats arrêtés, avec un impact négatif de 1,3 M€ pour les clusters Europe de l'Ouest, Moyen Orient, Afrique (WEMEA) et Amériques. Impact sur le cluster WEMEA de 0,3 M€ suite à l'arrêt de la distribution de Mateus et Ferreira. Impact sur le cluster Amériques de 0,9 M€ suite à l'arrêt de la distribution de Kerrygold aux Etats-Unis.