

Charenton-le-Pont, le 26 octobre 2023

## Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2023

Un 3<sup>ème</sup> trimestre en recul (- 6,1 % par rapport à 2022) sur une base de comparaison élevée en France et dans un contexte concurrentiel tendu, particulièrement à l'international.

Le chiffre d'affaires de 144,2 M€, (+6,9 %<sup>1</sup>) au 30 septembre 2023 demeure en progression par rapport à 2022.

- **France : baisse des ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre de - 4,2 % par rapport à 2022, dans un marché des spiritueux en baisse confirmée et une base de comparaison défavorable avec 2022**  
**Chiffre d'affaires au 30 septembre 2023 en hausse de +2,0%**
  - En Grande Distribution, malgré les hausses tarifaires pratiquées cette année, le chiffre d'affaires des marques stratégiques est en recul, sur une base de comparaison 2022 élevée, période pendant laquelle le Groupe avait diminué son investissement promotionnel et bénéficié d'un report des achats des consommateurs suite à de nombreuses ruptures de produits de même positionnement prix ;
  - Le secteur de l'On-Trade enregistre des ventes en hausse sur le trimestre, en comparaison avec une base 2022 plus faible, conséquence d'un stockage de la distribution à fin juin 2022.
- **International : coup de frein sur le trimestre (- 7,6 %) avec des disparités géographiques qui se sont amplifiées. Chiffre d'affaires au 30 septembre 2023 en hausse de +10,9%:**
  - Ralentissement de la croissance des ventes en Europe par rapport à celle du 1<sup>er</sup> semestre 2023, toujours en progression significative en Lituanie et Bulgarie et leurs zones export mais en baisse conjoncturelle en Espagne et avec une reprise modérée sur le marché britannique;
  - Recul à nouveau marqué aux Etats-Unis dans un contexte marché compliqué, généré par une baisse des ventes ainsi qu'une démarche de déstockage de notre importateur;
  - Contexte toujours morose pour la zone Asie-Pacifique.
- **La revalorisation des tarifs, effectuée en 2023 sur la quasi-totalité des marchés du Groupe pour tenter de compenser les hausses très significatives des coûts des intrants subies depuis 2022, impacte la demande consommateur.**

Marie Brizard Wine & Spirits (Euronext : MBWS) annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires non audité couvrant la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre 2023.

---

<sup>1</sup> Toutes les croissances de chiffres d'affaires mentionnées dans ce communiqué sont à taux de change et à périmètre constants, sauf mention contraire.

## Chiffre d'affaires au 30 septembre 2023

En M€	30 septembre 2022	Croissance organique	Effet de Change	30 septembre 2023	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	60,4	1,2	-	61,6	+ 2,0%	+ 2,0%
International	74,6	8,1	-0,1	82,6	+ 10,9%	+ 10,8%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>135,0</b>	<b>9,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>144,2</b>	<b>+ 6,9%</b>	<b>+ 6,8%</b>

## Chiffre d'Affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2023

En M€	T3 2022	Croissance organique	Effet de Change	T3 2023	Croissance organique (exc. Change)	Croissance publiée (incl. change)
France	20,3	-0,8	-	19,5	- 4,2%	- 4,2%
International	28,2	-2,1	-0,1	25,9	- 7,6%	- 8,1%
<b>TOTAL GROUPE MBWS</b>	<b>48,5</b>	<b>-3,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>45,4</b>	<b>- 6,1%</b>	<b>- 6,4%</b>

### Cluster France

Dans un contexte de poursuite du ralentissement du marché des spiritueux en France, principalement en Grande Distribution, les ventes du Cluster France, à 19,5 M€, sont en baisse de - 4,2 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 par rapport à 2022, qui avait connu une moindre pression promotionnelle et des ruptures de produits de la même gamme de prix que nos marques. En cumul à fin septembre 2023, les ventes progressent toutefois de +2,0 % à 61,6 M€.

L'ensemble des activités spiritueux souffre, en particulier le marché de la catégorie Scotch Whisky Blend de -12 ans en Grande Distribution, en recul de - 0,9 % en valeur et - 4,9 %<sup>2</sup> en volume, et qui touche notamment la marque William Peel. Les autres marques stratégiques, Sobieski, Marie Brizard et San José, sont également en recul sur ce trimestre. Seules les ventes de la marque Berger affichent une progression très modérée, portée par une période d'activation promotionnelle et des ruptures chez certains concurrents. Par ailleurs le contexte est quelque peu troublé pour l'activité dans la Grande Distribution à l'approche des changements législatifs relatifs aux périodes de négociation annuelle. Le secteur de l'On-Trade enregistre, sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, une progression de +13,9 % de son chiffre d'affaires sur l'ensemble des marques stratégiques, par rapport à un faible 3<sup>ème</sup> trimestre 2022 impacté par des stockages d'anticipation constitués par la distribution à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2022.

<sup>2</sup> Source : Données IRI Cumul Courant P10 2023

### Cluster International

Les ventes du Cluster International au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 sont en baisse de - 7,6 % par rapport à 2022, à 25,9 M€. Le chiffre d'affaires cumulé au 30 septembre 2023 s'établit à 82,6 M€, en progression de +10,9 % à change constant par rapport au 30 septembre 2022.

L'Espagne affiche une baisse de ses ventes de - 11,1 % sur le 3<sup>ème</sup> trimestre en comparaison avec 2022, et une augmentation de + 19,0 % en cumul à date, en raison d'une diminution conjoncturelle des services industriels de sous-traitance en comparaison avec un très fort 3<sup>ème</sup> trimestre 2022 qui permettait de rattraper le retard généré par les ruptures des matières premières lors du 1<sup>er</sup> semestre 2022. L'évolution des marques stratégiques sur le marché est contrastée.

Dans les marchés export de l'Europe de l'ouest, le chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre subit une baisse de - 16,5 %, du fait des mauvaises performances commerciales sur l'ensemble des marchés hormis le Benelux et le marché britannique où le groupe bénéficie de nouveaux référencements sur ses marques, notamment la marque Sobieski. La région Afrique connaît un franc recul sur ce trimestre.

La Lituanie enregistre au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 un chiffre d'affaires en hausse de +15,0 %, avec une progression à fin septembre de +29,3 % par rapport à 2022), provenant de l'activité marques à l'export et notamment d'une croissance des ventes sur le marché ukrainien. Les ventes domestiques sont en recul par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2022, reflet, en particulier, des conditions de marché défavorables pour l'activité de services industriels.

En Bulgarie, le chiffre d'affaires maintient une belle progression au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 (+39,8 % vs 2022) après un 1<sup>er</sup> semestre 2023 déjà soutenu (à +37,1 % vs. 1<sup>er</sup> semestre 2022), le niveau de ventes étant toujours porté par les marchés export (notamment l'activité de sous-traitance industrielle) et une revalorisation tarifaire significative au 1<sup>er</sup> semestre 2023 qui engendre néanmoins une sensibilité aux prix sur la catégorie vins.

Le chiffre d'affaires de la Scandinavie est en retrait au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 de - 23,9 % vs. un bon 3<sup>ème</sup> trimestre 2022 qui avait encore bénéficié d'un fort regain d'activité suite à la levée des restrictions sanitaires en début d'année. Le repli des ventes s'explique également par l'élasticité de la demande en volume face aux augmentations de prix, une restructuration de certains acteurs de la distribution du secteur et par certains déréférencements en On-Trade, conséquence d'une concentration accrue de concurrents et d'un contexte donc plus tendu. A noter cependant la bonne tenue des ventes de Gautier.

Dans les marchés export de l'Europe de l'Est, les ventes en Pologne sur le 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 et en cumul à fin septembre sont toujours en baisse significative par rapport à 2022 qui avait bénéficié du stockage de la marque Gautier en cours de lancement. Par ailleurs, le marché des spiritueux en Pologne est également orienté en baisse à date sur 2023 sur l'ensemble des catégories.

Aux Etats-Unis, après une légère reprise conjoncturelle du chiffre d'affaires au 2<sup>ème</sup> trimestre 2023, le 3<sup>ème</sup> trimestre subit à nouveau une baisse des ventes de - 46,8 %. Cette évolution est liée à la décision de déstockage du distributeur local et à un faible écoulement faisant suite à des difficultés créées par son changement de certaines de ses « *Route to Market* » dans des Etats clés. S'y ajoutent des difficultés opérationnelles, logistiques et commerciales qui ont affecté la performance de nos marques, notamment Sobieski et Gautier. A noter cependant une bonne performance de la marque Marie Brizard à +18 %.

Au Brésil, contrairement aux deux premiers trimestres, le chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 est en recul de - 15,2 % (+22,3 % en cumul à fin septembre par rapport à 2022), impacté principalement par certaines ruptures sur des marques importées et pénalisé par une pression sur le pouvoir d'achat liée à la non reconduction des programmes d'assistance gouvernementale. Cette baisse n'est toutefois pas compensée par la bonne tenue des marques locales, en progression de +11 %, et la poursuite d'une politique commerciale et tarifaire rigoureuse sur 2023.

La zone export des Amériques continue d'enregistrer une baisse significative du chiffre d'affaires au Canada au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023, toujours en raison du contexte très concurrentiel dans la catégorie des vodkas et avec la tendance actuelle défavorable qui se confirme pour la catégorie Cognac, malgré une performance tout à fait honorable de la marque Marie Brizard.

Enfin, la région Asie-Pacifique est en recul très significatif au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023, en particulier en Australie, Corée et Japon avec toutefois des ventes modestes mais toujours en bonne progression à Taiwan.

### Perspectives

Le 1<sup>er</sup> semestre 2023 a démontré la résilience globale des marques stratégiques du Groupe face aux enjeux de disponibilité et de revalorisation tarifaire significative imposée par les hausses encore très présentes du coût des intrants début 2023. Ainsi le niveau du chiffre d'affaires, en recul au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023, et l'orientation négative récente des derniers mois sont conformes aux indications prudentes qui ont été émises lors des derniers communiqués trimestriels de 2023.

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.

Cependant sur la plupart des marchés (tant en France qu'à l'International), les fortes hausses en 2022 et 2023 des prix des matières premières et de l'énergie, et en conséquence du prix des biens de consommation en général (au rang desquels les produits du Groupe avec les augmentations de prix déjà évoquées) ont provoqué chez le consommateur une modification des comportements d'achat face à cette inflation, entraînant une réduction progressive plus ou moins forte de la demande selon les zones géographiques.

Le Groupe continue de suivre au plus près cette évolution de la demande des consommateurs face aux priorisations de leurs achats et s'attache, malgré ces difficultés persistantes, à maintenir sa capacité d'adaptation et le cap opérationnel. Pour ce faire, le Groupe pourra compter sur son portefeuille d'activités et sa couverture géographique diversifiés pour réaliser une performance solide et régulière, comme démontré au courant de cette année (ex. croissance en Europe vs. difficultés aux USA, développement des services industriels vs. ralentissement des marchés de certaines catégories stratégiques). Le Groupe s'attache à accroître cette diversité.

L'atonie actuelle de la croissance à l'international, qui reste une priorité de développement du Groupe, se conjugue à un marché français toujours plus mature, concentré et très orienté pouvoir d'achat. Dans ce contexte, le Groupe continue à adopter une prudence certaine quant aux perspectives commerciales à court et moyen terme de l'activité.

## Calendrier financier

- Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre et de l'année 2023: 15 février 2024

### Contact Relations Investisseurs et Actionnaires

#### Groupe MBWS

Emilie Drexler

[emilie.drexler@mbws.com](mailto:emilie.drexler@mbws.com)

Tél : +33 1 43 91 62 40

### Contact Presse

#### Image Sept

Claire Doligez - Laurence Maury

[cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr) – [lmaury@image7.fr](mailto: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.

