

Charenton-le-Pont, le 19 février 2026

Activité du 4^{ème} trimestre 2025 et de l'année 2025

Chiffre d'affaires 2025 : 172,0 M€ (- 8,6 %¹ vs 2024)

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre : 44,6 M€ (- 6,9 %¹)

Net ralentissement du marché global des spiritueux, et impact en France des déréférencements pendant la majeure partie de l'année

- France : recul des ventes à 19,2 M€ (-12,9 %) au 4^{ème} trimestre 2025, du fait des négociations commerciales annuelles compliquées avec la Grande Distribution. La reprise progressive des référencements de la marque William Peel en toute fin de trimestre n'est pas parvenue à compenser totalement la tendance baissière.
Le chiffre d'affaires 2025 est en repli à 69,1 M€ (- 17,6%).
 - L'activité des Marques Stratégiques Internationales en Grande Distribution est en baisse, notamment celle de William Peel qui a souffert tout au long de l'année de déréférencements chez certains distributeurs et de la perte de parts de marché associée ; des accords ont néanmoins été trouvés en toute fin d'année permettant d'envisager à nouveau des relations commerciales sur des bases plus équilibrées. La marque Marie Brizard enregistre une légère amélioration au 4^{ème} trimestre grâce à la poursuite de la progression des innovations.
 - Bonne performance des ventes sur le marché de la Consommation Hors Domicile (+35,2%) sur l'ensemble de l'exercice 2025.
- International : chiffre d'affaires en léger retrait à 25,4 M€ (-1,7 %) au 4^{ème} trimestre 2025, alors que de nombreux distributeurs ont fortement diminué leurs niveaux de stocks et que le contexte économique reste erratique (baisse de la consommation, hausse des droits de douanes, etc.).
Le chiffre d'affaires 2025 est en diminution à 102,9 M€ (-1,4 %).
 - Le recul de l'activité Export direct n'est que partiellement compensé par la hausse de l'activité des Services Industriels.
 - Ralentissement des ventes dans la zone Europe de l'Ouest et de l'Est, notamment en Lituanie, Bulgarie et Danemark, avec cependant une activité Services Industriels en Espagne qui affiche une belle progression de ses ventes au 4^{ème} trimestre 2025. La zone Asie-Pacifique est toujours en recul.
 - Aux Etats-Unis, la hausse des ventes au 4^{ème} trimestre, portée par les marques Sobieski et Marie Brizard, reflète un étalement sur une période plus longue de la réduction des stocks du distributeur.

Communiqué de Presse

Marie Brizard Wine & Spirits (la « Société ») (Euronext : MBWS) annonce aujourd’hui son chiffre d’affaires non audité couvrant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

Chiffre d’affaires cumulé au 31 décembre 2025

En M€	31 décembre 2024	Croissance organique	Effets de change et périmètre	31 décembre 2025	Croissance organique	Croissance publiée
France	83,9	-14,8	-	69,1	-17,6%	-17,6%
International	104,5	-1,4	-0,2	102,9	-1,4%	-1,5%
TOTAL GROUPE MBWS	188,4	-16,2	-0,2	172,0	-8,6%	-8,7%

Chiffre d’affaires du 4^{ème} trimestre 2025

En M€	T4 2024	Croissance organique	Effets de change et périmètre	T4 2025	Croissance organique	Croissance publiée
France	22,0	-2,8	-	19,2	-12,9%	-12,9%
International	25,6	-0,4	0,2	25,4	-1,7%	-0,9%
TOTAL GROUPE MBWS	47,6	-3,3	0,2	44,6	-6,9%	-6,4%

Cluster France

Dans un contexte de ralentissement persistant du marché des spiritueux en France, le chiffre d’affaires du Cluster France ressort à 69,1 M€ pour l’année 2025, en baisse de -17,6% par rapport à 2024. Sur le 4^{ème} trimestre 2025, il est en recul de -12,9% par rapport au 4^{ème} trimestre 2024, s’établissant à 19,2 M€.

Cette décroissance continue au 4^{ème} trimestre provient principalement de la marque William Peel qui a pâti des déréférencements chez certains distributeurs et de la perte de parts de marché en découlant ; à noter qu’un accord a été obtenu, à la fin du trimestre, avec les clients concernés.

Sur les deux circuits de distribution, l’ensemble des Marques Stratégiques Internationales affiche une baisse des ventes à l’exception de Marie Brizard qui bénéficie sur le 4^{ème} trimestre du plein effet des innovations lancées en 2024.

Sur l’année 2025, l’activité commerciale en Grande Distribution accuse un très net recul du chiffre d’affaires, en particulier pour la marque William Peel par suite des déréférencements liés au refus, par certains acteurs, des hausses tarifaires pratiquées en début d’année pour couvrir la forte inflation du coût du liquide en cours de maturation.

La marque stratégique Marie Brizard réalise une belle performance sur l'année et gagne des parts de marché sur fond d'une bonne dynamique commerciale et de l'apport des innovations en matière de saveurs de la gamme qui s'inscrit dans la dynamique de la catégorie des cocktails.

Dans le circuit Hors Domicile, les ventes du Cluster France ont enregistré de bonnes performances trimestre après trimestre avec une forte progression en fin d'année.

Cluster International

Le chiffre d'affaires du Cluster International s'établit à 102,9 M€ pour l'exercice 2025, en baisse de -1,4% par rapport à 2024, avec des performances contrastées selon les régions et entités.

Les ventes du 4^{ème} trimestre 2025 suivent cette tendance avec une baisse de -1,7% par rapport au 4^{ème} trimestre 2024.

A noter l'acquisition au Danemark de la société Interbrands Denmark au cours du 4^{ème} trimestre, dont les ventes ont représenté sur la période après acquisition un peu moins de 0,2 % du Chiffre d'affaires consolidé 2025 du Groupe.

L'activité de **MBWS International** (Export) enregistre un chiffre d'affaires en recul de -13,6% au 4^{ème} trimestre qui suit, dans une moindre mesure, la tendance déjà constatée au 3^{ème} trimestre 2025. Le 4^{ème} trimestre est marqué par :

- une progression des expéditions sur le marché britannique et en Pologne ;
- des ventes en recul pour la zone Europe continentale et plus significativement en Asie, notamment en Corée (en raison du déstockage du distributeur local) et au Japon (du fait des expéditions importantes fin 2024 ayant accompagné le changement de distributeur).

Sur l'année 2025 la baisse des ventes est de -9,6%, l'ensemble des marchés étant en recul à l'exception principalement des DROM, de la Belgique, du Maroc et de la Pologne.

L'**Espagne** enregistre de bonnes performances au 4^{ème} trimestre 2025 avec une progression de ses ventes de +42,5%, portée par l'activité des Services Industriels en hausse de 102%. Cette performance s'explique par un effet de base lié à d'importants travaux de modernisation de lignes de production réalisés au 4^{ème} trimestre 2024, ayant nécessité l'arrêt de la production.

Sur l'ensemble de l'année, la performance est de +17,6%, toutes les activités et marques principales étant en croissance.

Au **Danemark**, le 4^{ème} trimestre accentue la tendance baissière des ventes constatée au 3^{ème} trimestre 2025, avec un recul de -25,7%. La nouvelle entité de distribution acquise en fin d'année, qui vient compléter le portefeuille de marques ainsi que la capacité de distribution du groupe sur le marché danois, n'a pas encore d'impact sensible. Sur l'année 2025 la performance reste fortement négative (à -21,8%) en raison de l'arrêt de contrats de Marques d'Agence, et d'une concurrence très vive sur les catégories des marques distribuées.

La **Lituanie** réalise un chiffre d'affaires en diminution de -9,3% au 4^{ème} trimestre 2025, impacté par un ralentissement de l'activité à l'export notamment en Ukraine, principal marché de cette zone.

Sur l'ensemble de l'année, l'activité est globalement en baisse (-1,4 %) en particulier sur le marché domestique

(- 8,1%, structurellement en déclin) sous l'impact significatif des augmentations des droits d'accise, notamment sur les catégories vodka et scotch whisky et d'une activité concurrentielle accrue. A l'export, les ventes progressent de +9,3 % tirées surtout par l'activité de Services Industriels et par les Marques Internationales Stratégiques William Peel et Sobieski.

En **Bulgarie**, les ventes du 4^{ème} trimestre 2025 enregistrent une baisse de -7,2% avec un marché domestique en progression (Marques Stratégiques Internationales - notamment Sobieski) et un recul de l'activité vins.

A l'export la baisse est plus prononcée (-22,3%) en raison d'une perte de clients en Roumanie et aux Etats-Unis, couplée à une quasi-stagnation de l'activité Services Industriels.

Sur l'année 2025 la baisse est d'ampleur similaire (-6,8 %) avec des performances comparables par activités, marchés et marques.

Aux **Etats-Unis**, le chiffre d'affaires affiche une amélioration de +32,9% au 4^{ème} trimestre 2025, grâce notamment à une contribution accrue de la marque Marie Brizard et à une reprise conjoncturelle des expéditions de la marque Sobieski liée à un étalement de la réduction des stocks du distributeur sur une période plus longue. Le marché de la vodka reste toujours très disputé.

Sur l'année 2025 cependant, le recul des ventes est significatif (-19,4 %) en particulier sur la marque Sobieski en raison de la réduction des stocks décidée par notre importateur, que ne compense pas la forte progression de la marque Marie Brizard.

Au **Brésil**, les ventes du 4^{ème} trimestre 2025 sont en baisse de -36,9% (à taux de change constant), affectées à la fois par une crise nationale externe à Marie Brizard - la détection de produits spiritueux contrefaits contenant du méthanol, ayant entraîné un fort ralentissement des ventes d'alcools - et par des déstockages des distributeurs en fin d'année en raison d'un changement de réglementation fiscale dans la région de São Paulo.

Sur l'ensemble de l'année, le recul des ventes est de -10,5 %, affectant toutes les marques Internationales et locales ainsi que les Marques d'Agence, dans un contexte de pouvoir d'achat en berne et d'endettement des ménages, auxquels se sont ajoutés la crise du méthanol et les déstockages liés au changement de la réglementation fiscale en fin d'année.

Perspectives

L'exercice 2025 a été marqué par un contexte international instable, avec des impacts globalement négatifs sur l'économie, et des tensions persistantes sur le marché mondial des vins et spiritueux. Les performances du groupe ont ainsi souffert en France du contexte d'appréciation des négociations commerciales avec certains acteurs de la Grande Distribution et du déréférencement de la marque William Peel dans les enseignes concernées pour la quasi-totalité de l'année. A l'international, de nombreux distributeurs ont diminué de façon significative leurs niveaux de stocks, voire de manière drastique pour certains, et les négociations commerciales ont été également tendues. A cela s'ajoutent des hausses de droits de douane à l'importation et des droits d'accises, ainsi qu'une visibilité réduite, qui ont engendré des difficultés opérationnelles. Les performances en progression des activités des Services Industriels ont permis de partiellement atténuer ces impacts.

Dans ce contexte, la mise en place dès le milieu de l'année et à titre conservateur de mesures d'atténuation de ces risques afin de préserver au mieux la performance financière du groupe, a permis de limiter les effets induits par cette baisse globale d'activité.

A date, ces tendances semblent se prolonger en 2026, et le Groupe reste focalisé sur ses priorités stratégiques :

Communiqué de Presse

De manière constante, le Groupe maintient comme objectif d'opérer dans des conditions commerciales équilibrées avec toutes les parties prenantes.

A ce titre les incertitudes relatives à l'issue des négociations commerciales annuelles avec la Grande Distribution constituent un facteur de vigilance.

De plus, le Groupe continue de s'appuyer sur l'ensemble de ses leviers stratégiques pour :

- Créer les conditions d'une croissance rentable de son portefeuille d'activités et favoriser les initiatives d'innovation, le tout dans un contexte de transition durable,
- Renforcer sa présence sur ses marchés clés, en s'appuyant sur ses réseaux commerciaux fort de son offre de Marques Stratégiques Internationales, Marques Flagships Locales, et Marques d'Agence
- Renforcer également sa présence en s'appuyant sur ses fortes capacités de production, notamment via son offre de Services Industriels qui affiche des performances en amélioration et démontre un réel potentiel de croissance,
- Assurer la résilience globale de ses marques mainstream, en conjuguant des initiatives ciblées, une exécution commerciale agile s'adaptant à l'élasticité de la demande consommateurs tout en maintenant une gestion rigoureuse de ses coûts.

Enfin, à l'instar de la dernière prise de contrôle d'une société de distribution fin 2025 au Danemark, le Groupe poursuit l'identification d'opportunités de croissance pertinentes, tant organiques qu'externes, au sein de ses deux clusters. Le Groupe continue d'étudier la mise en œuvre de ces initiatives dans une logique de développement à long terme afin de faire face au contexte actuel du marché des vins et spiritueux.

Calendrier financier

- Publication des résultats annuels 2025 : 16 avril 2026
- Publication du Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2026 : 30 avril 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

Claire Doligez - Laurent Poinsot

cdoligez@image7.fr – lpoinso@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.

