

QUESTIONS ECRITES – ASSEMBLEES GENERALES MBWS DU 27 JUIN 2019

Questions écrites reçues de M. et Mme Robert Gobin ;

I AUTORITE DE LA CONCURRENCE

1) Porto PITTERS. Lors de l'autorisation de la prise de Contrôle de notre société par COFEPP, l'autorité de la concurrence a demandé à ce que nous cédions la Marque de Porto Pitters. Pouvez vous nous indiquer où nous en sommes à ce jour, avons nous un délai maximal à respecter et dans le cas d'une non-vente faute d'acquéreur quels sont les risques encourus ,

Le process de cession est en cours. Selon la decision de l'Autorité de la Concurrence, cette cession doit intervenir dans un délai de 5 mois à compter de la date la decision, intervenue le 28 février 2019, soit une operation qui doit se conclure d'ici au 28 juillet 2019, faute de quoi un mandataire devra être désigné à cet effet.

2) Début Avril 2019, notre société a été visée par une enquête de la même autorité de la Concurrence. Cette enquête devait mettre en lumière des pratiques anti concurrentielles dans notre secteur d'activité, avez-vous des informations à communiquer aux actionnaires dans ce cadre, devons nous nous inquiéter de pratiques pouvant nuire à la réputation de notre société et d' une amende à provisionner ?

Nous avons souhaité communiquer sur cette enquête dès le lancement de celle-ci par soucis de transparence avec nos actionnaires et nous sommes mis à la disposition des autorités pour ce faire. Nous n'avons pas d'informations à communiquer sur une procedure en cours. Ces procédures sont assez longues dans ce domaine. Aucune amende n'est à provisionner à ce jour.

II ACTIONNARIAT DETTE ET RENEGOCIATION

1) Par communiqué du 20/05 dernier, vous nous annoncez que les banques créancières de notre groupe, maintenaient le sursis à exigibilité de la dette senior de 45M€ jusqu'au 28/02/2020. Qui dit sursis ne dit pas abandon et laisse planer une épée de Damoclès au dessus du Groupe, quelles sont les raisons précises qui ne permettent pas un dénouement de ce dossier, alors que les actionnaires ont accepté des efforts substantiels en terme de financement et de dilution ?

Les discussions avec les partenaires bancaires du Groupe sont toujours en cours et concernent en particulier la prorogation du terme du prêt moyen terme, d'un montant en principal de 45 M€, ainsi que ses nouvelles échéances d'amortissement et les modalités d'accompagnement du Groupe par la reprise éventuelle d'un crédit renouvelable pour un montant à convenir.

Le 17 mai 2019 dernier, le maintien du sursis à l'exigibilité anticipée du prêt moyen terme jusqu'au 28 février 2020 a été acté.

Le maintien du standstill constitue en lui même une bonne nouvelle. Des avancées concrètes ont été réalisées ces dernières semaines et l'objectif est de parvenir à un accord global avec l'ensemble des parties prenantes dans les prochains mois.

2) Le remboursement de la créance concernant Trinidad et Tobago a-t-il évolué depuis la précédente assemblée ?

Nous sommes toujours en attente d'un troisième versement sur les sommes d'ores et déjà admises par le liquidateur. Nous avons initié en parallèle, une procédure contentieuse afin de faire reconnaître nos droits sur les 8M€ non encore reconnus à ce jour par le liquidateur.

3) Ces deux dernières années des montants colossaux d'amortissement de survaleurs ou autres « Goodwill » ont été provisionnés, doit-on s'attendre à nouveau à des montants exceptionnels de provisions, qui grèveront à nouveau le résultat en 2019?

L'essentiel des dépréciations de marques et actifs liés aux impairment tests ont été constatés en 2017 et de manière marginale à fin 2018. L'exécution des plans d'activités conformément au Plan stratégique 2019-2022 ne devrait plus amener à constater de telles provisions.

4) L'exercice des Bons de Souscriptions courts n'a pas été à la hauteur de vos espérances, essentiellement à cause des cours de bourse de notre action qui ne laissaient pas grands espoirs de gain aux petits actionnaires d'une part, et aussi à l'image de marque de notre société qui a souffert des erreurs du passé, avez-vous une ou des alternatives à perspectives courtes à nous préciser ?

Au delà de l'engagement de COFEPP de souscrire aux BSA CT à hauteur de 15 M€, et des souscriptions exercées par les autres actionnaires pour environ 5,7 M€ de BSA CT. Ces souscriptions, ainsi que l'augmentation de capital de 37,7M€ réalisées, permettent de faire face aux besoins du Groupe sur le court terme. Les discussions avec nos partenaires bancaires ont pour objectif d'adresser ce sujet du financement sur le moyen et le long terme.

5) vous aviez annoncé lors de la précédente assemblée, la nécessité de réformer afin de faire des économies de frais de structure et il était attendu que la holding soit concerné, qu'en est-il dans ce domaine, avez-vous réfléchi à une simplification juridique des structures du groupe? ne peut-on pas envisager à terme à un regroupement des filiales à une société mère ?

En 2018, les frais de Holding ont réduit de 1,8M€. De façon plus générale, Le Groupe a engagé des projets visant à réduire l'ensemble de ses coûts. Chaque filiale a fait l'objet d'une analyse en ce sens. Certains pays font effectivement l'objet d'une réduction du nombre de structures. Les effets cumulés de l'ensemble de ces mesures devraient produire leur plein effet en année pleine au cours de l'exercice 2020.

6) Point important pour la valorisation du groupe. Lors de la précédente assemblée, vous aviez indiqué que le montant des déficits reportable s'élevait à 188M€ environ fin 2017 et qu'ils ne pouvaient se compenser que sur des bénéfices ultérieurs dans les pays concernés. Pouvez-vous éclater le montant à fin 2018 par pays et filiales concernées ?

A fin 2018, le montant des déficits reportables auxquels vous faites référence, s'élève dorénavant à la somme de 247,9 M€. Ils se répartissent sur les différentes entités juridiques françaises du groupe.

7) Dans le même esprit, en cas de cession d'une filiale concernée, ce déficit peut-il être compensé par l'acquéreur ?

Tout dépend de la date d'origine du déficit, suivant le moment où il a été créé. Soit le déficit a été généré avant l'entrée de la société concernée dans l'intégration fiscale (et dans ce cas il reste avec la société concernée), soit il a été créé après et reste dans l'intégration malgré la cession de la société.

8) Toujours sur le même sujet, en cas de fusion-absorption, l'absorbant peut-il compenser ce montant dans les pays concernés ?

En complément de la précédente, réponse il convient également de préciser qu'en fonction de la convention d'intégration fiscale, il peut être décidé du bénéficiaire du déficit considéré.

III ACTIVITE ET SYNERGIES

1) Pourriez-vous nous préciser les grandes fluctuations de gains ou pertes de parts de Marché de nos marques en GMS en ce début d'année, du fait de l'abandon progressif des opérations publi-promotionnelles ?

Les parts de marché ne doivent plus constituer un indicateur pertinent de l'analyse de la performance du groupe. Le Groupe s'attèle dorénavant à générer de la profitabilité, seul véritable indicateur de la performance. En considération de quoi nous ne communiquons plus sur les parts de marché en volume de nos marques. Les prochains indicateurs de profitabilité seront communiqués dans le cadre de la publication des comptes semestriels 2019.

2) Lors de la publication du chiffre d'Affaire du 1er Trimestre vous avez indiqué une baisse de l'activité des MDD au profit des marques propres ce qui est encourageant pour les marges, pouvez-vous confirmer ce mouvement ?

En effet, les chiffres du 1er trimestre attestent d'une baisse de l'activité MDD au profit de notre activité à marques. Nous déployons les efforts nécessaires pour maintenir cette tendance.

3) Lors de la publication du Plan Stratégique vous avez évoqué les niches de synergies possible tant au niveau de la production qu'au niveau de la commercialisation avec COFEPP, pouvez-vous faire un point sur ce sujet ?

Les synergies identifiées proviennent pour la partie opération, principalement des achats. Pour la partie commerciale, hormis la distribution des produits en Espagne assurée désormais par Bardinnet Espana, le Groupe va dorénavant assurer la distribution des produits du Groupe Cofepp pour la zone scandinave.

Pour la France, le Groupe a annoncé un projet de redéploiement de ses services commerciaux itinérants. Ce plan consisterait à mutualiser les forces commerciales du Groupe (CHD, la proxy et supermarchés) avec celles de Cofepp, via ses filiales BLM HD et Optim Spirit. D'autres synergies, dans d'autres marchés pourront émerger le cas échéant.

4) Nos marques sont concurrencées par celle de COFEPP frontalement en GMS et alors que nous ne pouvons pas ou plus faire d'opérations publi promotionnelles pour nos marques, « Label 5, Poliakov, Old Nick ou encore Floranis » ne s'en sont pas privés. Quelles sont les mesures que vous adopterez afin d'éviter cette concurrence frontale. N'avons-nous pas tout intérêt à promouvoir ensemble nos produits? ou bien y a-t-il à terme une volonté de laisser faire le marché ?

Le Groupe ne laisse pas faire le marché. MBWS poursuit dorénavant sur le marché Français une politique de recherche de la valeur en priorité et de volume en fond de rayon. Nous pensons que cette politique à moyen et long terme est porteuse de croissance profitable. Par ailleurs, MBWS n'a pas vocation à commenté la politique commerciale de son actionnaire ; pour sa part MBWS s'attache à la confidentialité de ses données commerciales.

5) Une constatation: en GMS l'adresse figurant sur les étiquettes de nos produits est toujours basée à Bordeaux, est ce normal? ou bien y a-t-il encore du déstockage à faire ? (constaté chez U et Carrefour, sur Marie B, Berger et WP).

Non, il n'y a pas de déstockage. Les étiquettes des produits concernés font référence à Bordeaux le cas échéant, MBWS y bénéficiant toujours d'une adresse.

6) Au début des années 2000, lors d'une période similaire en terme de difficultés financières dans le groupe MBRI, le développement de produits innovants et le bon accueil du public, avait permis de relancer l'activité avec le lancement de la gamme dite « Latino » ; le laboratoire du groupe travaille t il à la recherche et au lancement de nouveaux produits innovants et consommables à grande échelle ?

En début d'exercice le Groupe a constitué une nouvelle équipe dédiée à l'innovation. Cette équipe doit mettre en oeuvre une plateforme d'innovation dont nous attendons les premières commercialisations dès 2020.

7) La presse s'est fait l'écho d'un mouvement d'importations et de consommation importantes de vin Rosé vers les Etats Unis depuis 2017, le vin rosé étant désormais le vin le plus consommé là bas, Moncigale étant l'un des leaders dans l'hexagone, peut on espérer bénéficier de ce mouvement via notre filiale américaine et conforter de fait nos exportations ?

Le sujet du "route to market" de nos produits pour le marché US fait actuellement l'objet d'une revue complète. Nos produits répondent à différentes catégories pour ce marché (Sobieski off trade, Marie Brizard et Gautier on trade, Rosé distribution segmentée du vin). Aussi, nous nous attachons dans le cadre de cette revue à adresser l'ensemble de ces spécificités du couple produits/réseau de distribution.

8) Un article récent sur le marché des vins aromatisés, a salué la très belle performance de Fruits and Wines en GSM gagnant des PDM et confortant sa position de leader, dans un marché en érosion en 2018. Que pouvez-vous nous dire sur vos espérances en 2019 et sur les possibilités de ce segment à l'export?

Nos relations avec l'un des principaux acteurs du retail en France ont fortement affecté nos attentes autour de Fruits & Wine pour l'exercice 2019. Le Groupe s'attache à développer la marque à l'international, notamment sur les marchés américains et asiatiques.

IV POLOGNE

1) Usine de Lancut

1.1. MBWS a fait 27 M€ d'investissement à Lancut pour produire seulement de l'alcool brut. C'est un non-sens économique car l'alcool brut est un produit basique, très peu margé : pourquoi ne pas avoir continué à importer de Biélorussie ou d'Ukraine ou alors se doter de lignes d'embouteillage ?

Le montant de l'investissement est inférieur à 27M€. Nous n'avons pas, par le passé importé d'alcool brut de Biélorussie ou d'Ukraine. Krupnik et Sobieski sont des vodkas Polonaises.

1.2. Quelle est la capacité de production de Lancut et combien produit-elle actuellement ?

La capacité de Lancut s'établit à 31M de Litre d'alcool pur.

1.3. Pourquoi ne pas avoir envisagé d'installer la nouvelle colonne de rectification à Lancut plutôt qu'à Starograd ?

Lors de l'installation de la nouvelle colonne de rectification, MBWS avait pour seul site opérationnel (rectification et embouteillage) le site de Starograd. Dans le cadre de la mise en opération du site de Lancut, la question est tout à fait pertinente, et fait l'objet actuellement d'une revue, au même titre que l'ensemble des opérations industrielles polonaises.

1.4. Quel est le nombre de personnes employées à Lancut : ouvriers, maintenance et cadres ?

La société Polmos Lancut compte 55 collaborateurs

1.5. Peut-on envisager de regrouper toute la production à Starograd : en espace disponible et en coût d'investissement ?

Dans le cadre du plan d'analyse de la performance de la Pologne, l'ensemble du footprint industriel, comme le reste des autres activités (commerciales etc..), est en cours d'analyse. Plusieurs options de plans d'actions, seront prochainement soumises au Conseil d'administration pour action. Toutes les options sont ouvertes à ce stade, et l'option permettant d'assurer le meilleur retour à l'équilibre des activités polonaises devra être retenue.

1.6 Lors del'AG de Janvier 2019, l'Asamis avait évoqué une plainte déposée en août 2018

A la suite de la plainte évoquée par l'Asamis lors de la dernière Assemblée Générale, la société s'est rapprochée des différentes cours de Katowice, et a reçu des réponses négatives de poursuite de l'ensemble des tribunaux concernés.

DIVERS

1) Dans la rubrique Actionnariat nous ne voyons plus le groupe Castel représenté, est ce à dire que celui-ci a vendu ses actions?

A la connaissance de la Société, le groupe Castel n'a pas vendu ses actions. A la suite des opérations sur la capital intervenues cet hiver, la dilution induite par celles-ci a diminué en pourcentage la detention du Groupe Castel.

2) Le Poste chargé du pôle « relations investisseurs » va semble t il disparaître chez MBWS, je tenais à remercier Mme Lizarraga pour l'accueil qu'elle réservait aux actionnaires et lui souhaiter bonne chance pour la suite. Pouvez-vous nous assurer qu'il y aura bien un interlocuteur privilégié pour maintenir ce lien entre l'actionnaire et notre société et qu'il ne sera pas uniquement dédié aux investisseurs institutionnels ?

Le Groupe est très attaché à la communication avec l'ensemble des actionnaires (investisseurs institutionnels et petits porteurs individuels). Nous nous engageons à maintenir cette relation avec l'ensemble de nos actionnaires.