



ADVINI

DES VIGNOBLES, DES HOMMES, L'ÉMOTION

RÉSULTATS ANNUELS 2020

Le Replay



Retrouvez le replay du Webinar live du 8 avril 2021.

Présenté par Antoine Leccia, *Président du Directoire*, et Olivier Tichit, *Directeur Administratif et Financier*.

Rendez-vous sur

http://www.diversity-prod.com/live_ADVINI.php

Avec l'identifiant et mot de passe : ADVINIO42021

1. FAITS MARQUANTS DE
L'ANNÉE

2. COMPTES ANNUELS 2020

3. PERSPECTIVES 2021-2023

ANNEXES

Bilan consolidé

Compte de résultat consolidé

Tableau des flux de trésorerie

1.
FAITS MARQUANTS
DE L'ANNÉE

% variation ventes en valeur au 31/12/20 vs. 31/12/19



**UK +14 %
vs. Marché
+5 %**



**France -4,2 %
vs. Marché # -15 %**



**Europe du
Nord + 4 %
vs. Marché -
1 %**



**Asie -36 %
vs. Marché -
15 %**



**US/Canada
-21 %
vs. Marché -
8 %**

1 - Une activité résiliente grâce à la diversité des marchés et des réseaux de distribution en France et à l'international

- CA 248 Millions d'Euros à -7,1 %, soit une performance meilleure que le marché
- Activité export en repli de 10 % :
 - ➡ Suite à la forte baisse des marchés européens en CHR et sur les réseaux sélectifs (- 50 %)
 - ➡ Sur les marchés asiatiques dont la Chine (- 60 %) et les USA (-60 %)
 - ➡ Compensée par la bonne tenue des marchés Scandinaves (+ 4 %), Canadien (+ 15 %), et du retail en général dont UK (+ 14 %) et France (+ 5,7 %)

2 - Une activité résiliente grâce à la diversité des origines de vins et aux différentes catégories de produits commercialisés

- ➔ Bassins viticoles Bourgogne, Provence et Rhône à la peine sur les vins valorisés
- ➔ Progression des vins de services +6% en valeur et 5% en volume (Eq 75)
- ➔ Lancement des marques tactiques retail sur le Languedoc et le Bordelais
- ➔ Essor des ventes de vin en Bag-in-Box (+ 15 %)
- ➔ Afrique du Sud : Comportement remarquable
CA : 281 M ZAR (+1,5%)
EBITDA : 52 M ZAR soit 18 % du CA



Le Bonheur Wine Estate
60 000 caisses au Canada (+ 40 %)





3 - Une gestion opérationnelle efficace de la pandémie

- ➔ Pilotage sanitaire, social et économique préservant nos salariés tout au long de l'année 2020
- ➔ Diminution des frais généraux et de la charge salariale (- 10 M€)
- ➔ Maintien d'un contact étroit avec nos clients, nos prescripteurs et lancement de nouveaux produits sur les marchés ouverts

3 - Une gestion opérationnelle efficace de la pandémie

ANIMATION DE COMMUNAUTES B2B



Série de podcasts
« A côté du verre »



AdVini Web Tour
6 Webinaires

SOMMELLERIE
FRANÇAISE &
INTERNATIONALE



GASTRONOMIE
FRANÇAISE &
INTERNATIONALE



LIORA LEVI
Meilleur Sommelier Scandinavie
Animation des Webinars (Anglais)



BENJAMIN ROFFET
MOF, Meilleur Sommelier de FR
Chef Sommelier Le Jules Verne
Jury Meilleur Caviste Russie (Metro)
Aide dans préparation Meilleur Sommelier Europe



PHILIPPE FAURE-BRAC
World's Best Sommelier
Président USDF



MARGOT DUCANCEL
Blog et Instagram Rouges aux lèvres
23,5k followers
Animation soirée BtoC pour le club Rouges aux lèvres

KOL &
INFLUENCEURS
FRANÇAIS &
INTERNATIONAL

- Auprès de nos **partenaires**
- En engageant **KOL et influenceurs**
- En animant des **communautés B2B** :
 - Création de la série de **podcasts** « A côté du Verre »
 - Organisation de 6 **AdVini Web Tour** en Juin et Novembre
 - 54 **communiqués de presse** auprès de cibles media prioritaires en France et à l'international
 - 900K€ d'équivalence en achat d'espace
 - (De Juin à Décembre 2020 - toutes maisons confondues sur les principales presse prioritaires et travaillées)

DE NOUVEAUX TERROIRS



Domaine des Roos

ADVINI
DES VIGNOBLES, DES HOMMES, L'ÉMOTION
— SOUTH-AFRICA

ARNISTON BAY
SOUTH AFRICA



Certification Bee
Friendly Château Grand
Renom



Trophée Bordeaux Vignoble
Engagé Lauréat Or
Catégorie Empreinte

J. LEBEGUE
BORDEAUX DEPUIS 1828

ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

3 - Une gestion opérationnelle efficace de la pandémie

- De nouveaux terroirs à révéler
- Reconnaissance de nos engagements sociétaux
- Des lieux de vie primés

DES LIEUX DE VIE PRIMÉS



Médaille d'Argent des Trophées de
l'Oenotourisme Terre de Vins
Entreprise du Patrimoine Vivant



Grands Prix RVF 2021
Meilleur accueil dans le vignoble



3 - Une gestion opérationnelle efficace de la pandémie



93 pts
Wine Spectator

La Réserve de l'Obédience
Chablis Grand Cru, 2018
Domaine Laroche



94 pts
Wine Spectator

Mazis-Chambertin
2018
Maison Champy



94 pts
JEB DUNNUCK

Les Chorégies
Châteauneuf-du-pape, 2019
Le Clos de l'Oratoire des Papes



93 pts
WINEENTHUSIAST
MAGAZINE

946 - Rosé 2018
Côtes de Provence Sainte Victoire
Château Gassier



97 pts
Best in Show
2020
Decanter

Blanc, 2016
Côteaux-d'Aix-en-Provence
Villa Baulieu



91 pts
Robert Parker
WINE ADVOCATE

Père la Minute
Faugères, 2017
Vignobles Jeanjean



96 pts
Robert Parker
WINE ADVOCATE

Le Credo
Côtes du Roussillon, 2016
Domaine Cazes



94 pts
WINEENTHUSIAST
MAGAZINE

Le Grand Vin
Cahors, 2014
Château de Chambert



17/20
bettane+desseauve

Château Capet Guillier
Saint-Emilion Grand Cru, 2019
Antoine Moueix Propriétés



92 pts

Single Block Chenin Blanc
Stellenbosch, 2017
L'Avenir



93 pts

The FMC
Stellenbosch, 2019
Ken Forrester

- Une reconnaissance mondiale de la part des critiques et de la presse et lors des concours internationaux.
- Le reflet du savoir-faire de nos Maisons, et notre quête d'excellence portée de la vigne au verre à sa plus belle expression.

4 – Renforcement de la liquidité et du bilan pour

Au cours de l'exercice, AdVini a consolidé ses sources de financement avec :

- la mise en place d'un PGE de 20M€, qui sera remboursé sur le mois de mai 2021.
- La mise en place d'un crédit syndiqué de 255M€

L'accord conclu entre AdVini et les banques est structuré autour de **5 tranches** :

- **Tranches de court terme sur 5 à 7 ans**
- Une **tranche de crédit d'investissement** sur 7 ans
- Une **tranche de Croissance Externe** confirmée

- Financement sécurisée de la croissance attendue
- Une tranche confirmée pour saisir les opportunités de croissance externe

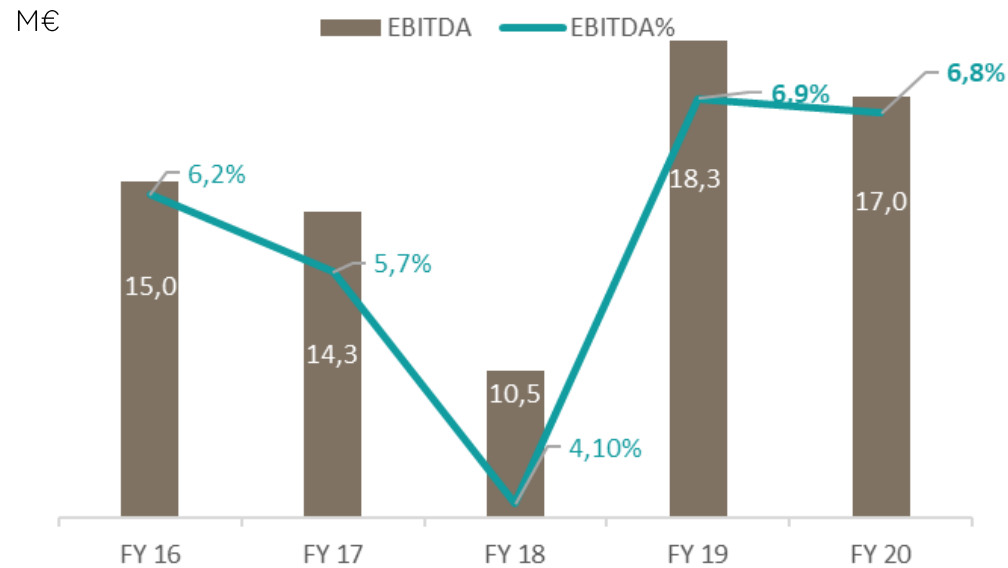
2.
COMPTES ANNUELS
2020

Résultats 2020

<u>€m</u>	(1) déc-20	(2) déc-19	Δ (1) - (2)
Chiffres d'Affaires	247,9	266,6	-18,7
Marge Brute	86,7	99,6	-12,9
<i>Marge Brute%</i>	35,0%	37,4%	-240 bps
EBITDA Courant	17,0	18,3	-1,3
<i>Marge d'EBITDA</i>	6,84%	6,86%	-2 bps
Résultat Net	-3,3	4,0	-7,4
Résultat Net - Part du Groupe	-4,1	3,3	-7,4

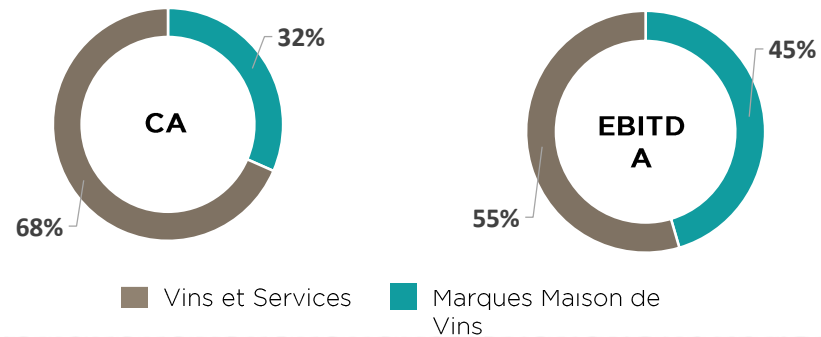
- **Effet ciseau sur la Marge Brute [-13M€] :**
 - 7% d'effet volume => -7M€
 - Mix produits vendus défavorable, effet prix => -6M€
- **Economie de charges délivrées à hauteur de 10M€**
 - Impact sur EBITDA limité, maintien de la marge d'EBITDA.
- **Dotation aux dépréciations d'actifs circulants en vertu du principe de prudence** (baisse du cours des vins, Bordeaux et Châteauneuf-du-Pape principalement)
- **Augmentation des charges non courantes, principalement en raisons de charges liées au COVID 19 (0,9M€)**

Résistance de l'EBITDA



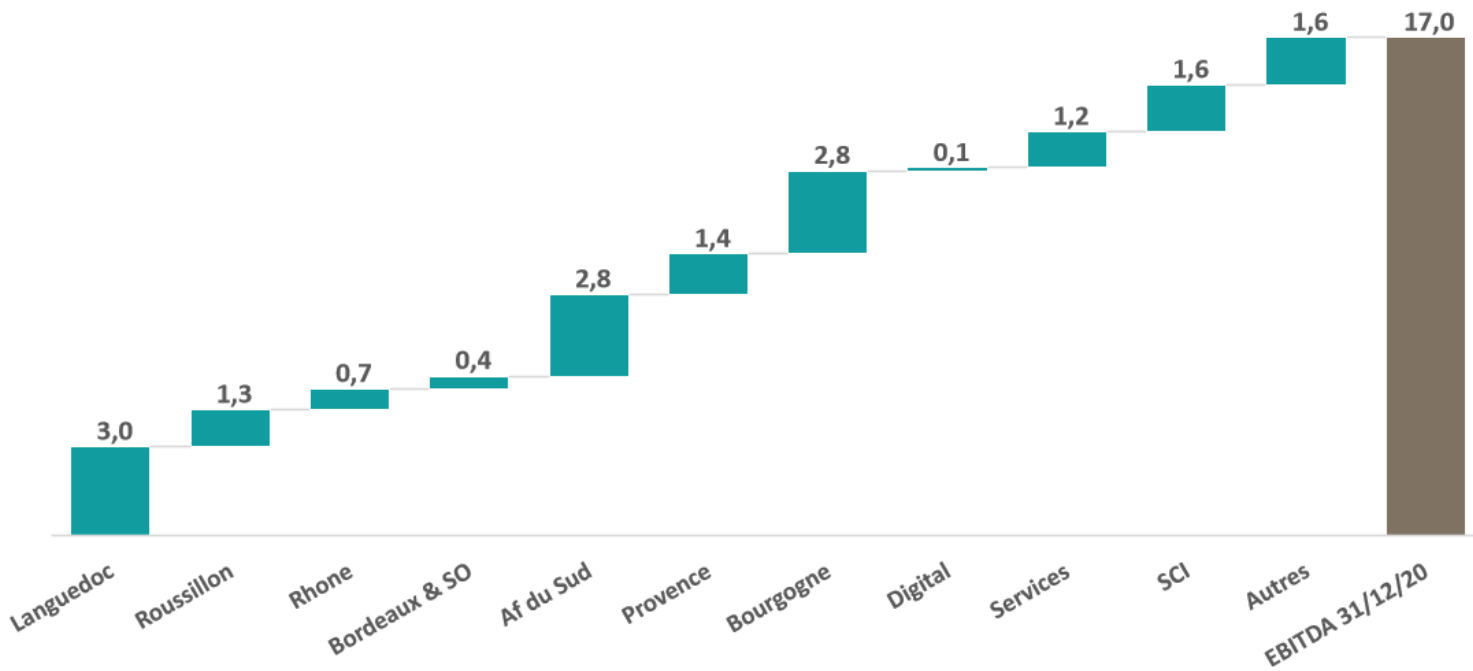
- Marge d'EBITDA maintenue au niveau de FY19

CONTRIBUTION DES DEUX DIVISIONS



- Contribution de la division Service en progression (+6% de CA)
- Recul de la contribution MMV à l'EBITDA du groupe, effet volume uniquement.

Contribution EBITDA par Bassin de Production



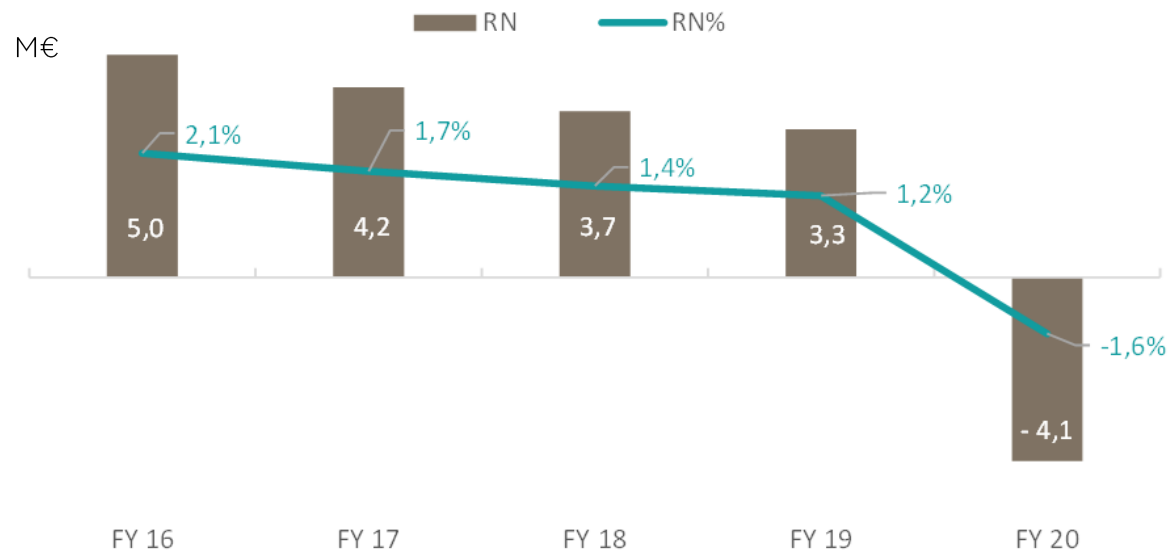
- **3 Bassins aux contributifs importants** (Languedoc, Bourgogne et Afrique du Sud.)
- **Le Rhône et Bordeaux MMV en retrait**, marge d'Ebitda faible, résultat avant impôts négatifs.
- **Le Pole digital comprend le CFV, MyVitiBox et Pro Dégustation.** Aucune entité en perte sur l'exercice mais résultats juste au dessus du point d'équilibre.
- **Autres** comprend principalement les filiales étrangères (+0,8m€), CEnotourisme (-0,3m€), Holding (+0,9m€)

Maintien de la marge d'EBITDA à 6,8%

EBITDA Conso 2019 - 2020



- Le Languedoc et Bordeaux sous l'impulsion des activités de Service se redressent pour délivrer respectivement 3M€ et 0,4M€ d'Ebitda.
- La Bourgogne souffre d'un effet volume malgré la performance élevée et récurrente du Mas La Chevalière.
- Le Rhône délivre un cash flow record de 4m€ mais impacte son P&L de 2M€
- Le pôle Digital a souffert de l'arrêt des cours de dégustation de la filiale Pro Dégustation sur la majeure partie de l'année.



Résultat Part du Groupe en retrait

Le résultat net part du groupe 2020 s'établit à -4,1M€.

Les **charges de dépréciations** augmentent de 2,6M€(dépréciation stock et créance, notamment Chine).

Le **poids des charges non courantes** a augmenté significativement avec la crise sanitaire d'une part et de l'absence en 2021 de produit non récurrent, soit un impact défavorable de 3,7M€ vs. 2019.

Enfin, la **charge d'impôt** s'établit à 0,5M€ contre un produit d'impôt de 0,7M€ l'année dernière.

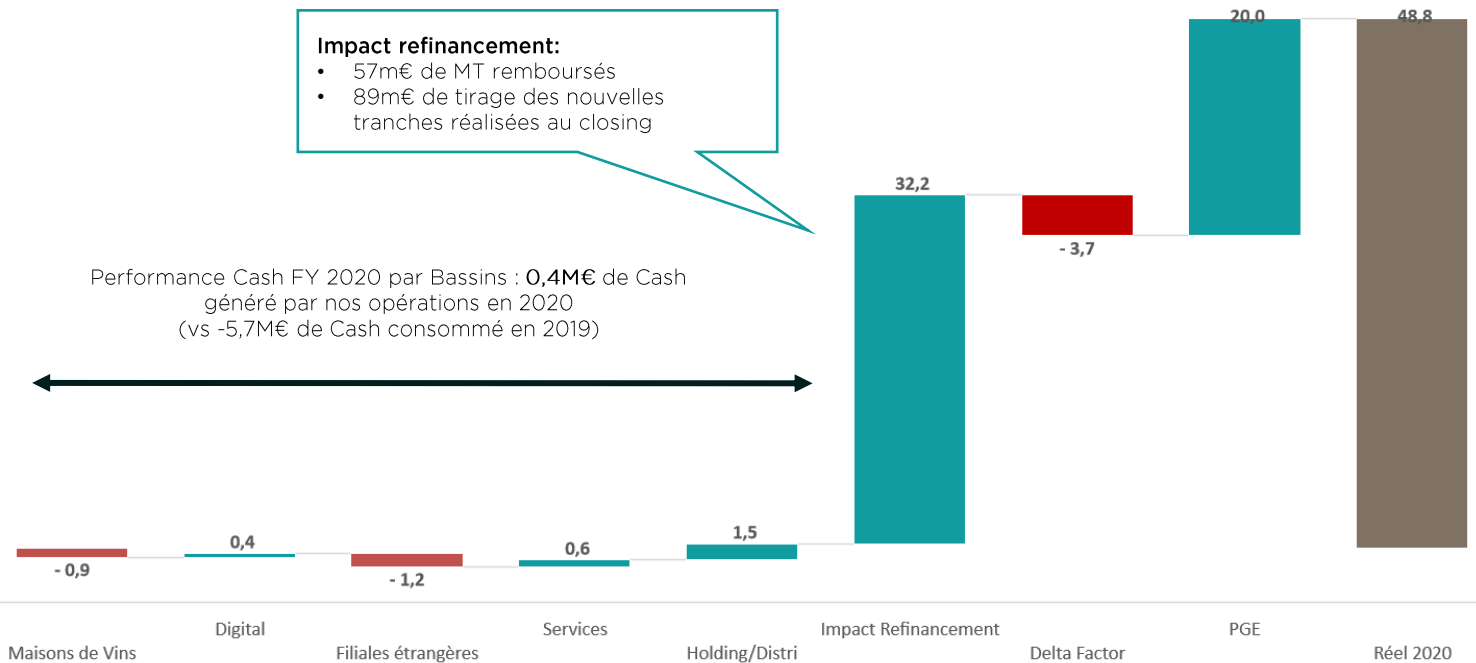
€m	(1) déc-20	(2) déc-19	Δ (1) - (2)
EBITDA Courant	17,0	18,3	-1,3
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>6,84%</i>	<i>6,86%</i>	<i>-2 bps</i>
Dépreciation & Amortissement	-15,8	-13,2	-2,6
Charges et Produits Opérationnels Non Courants	-1,9	1,6	-3,5
Cout de l'endettement Financier	-2,0	-2,0	0,0
Charge Impôt	-0,5	0,7	-1,2
Résultat Net	-3,3	4,0	-7,4
Résultat Net - Part du Groupe	-4,1	3,3	-7,4

Décomposition du Cash Flow 2020

Impact refinancement:

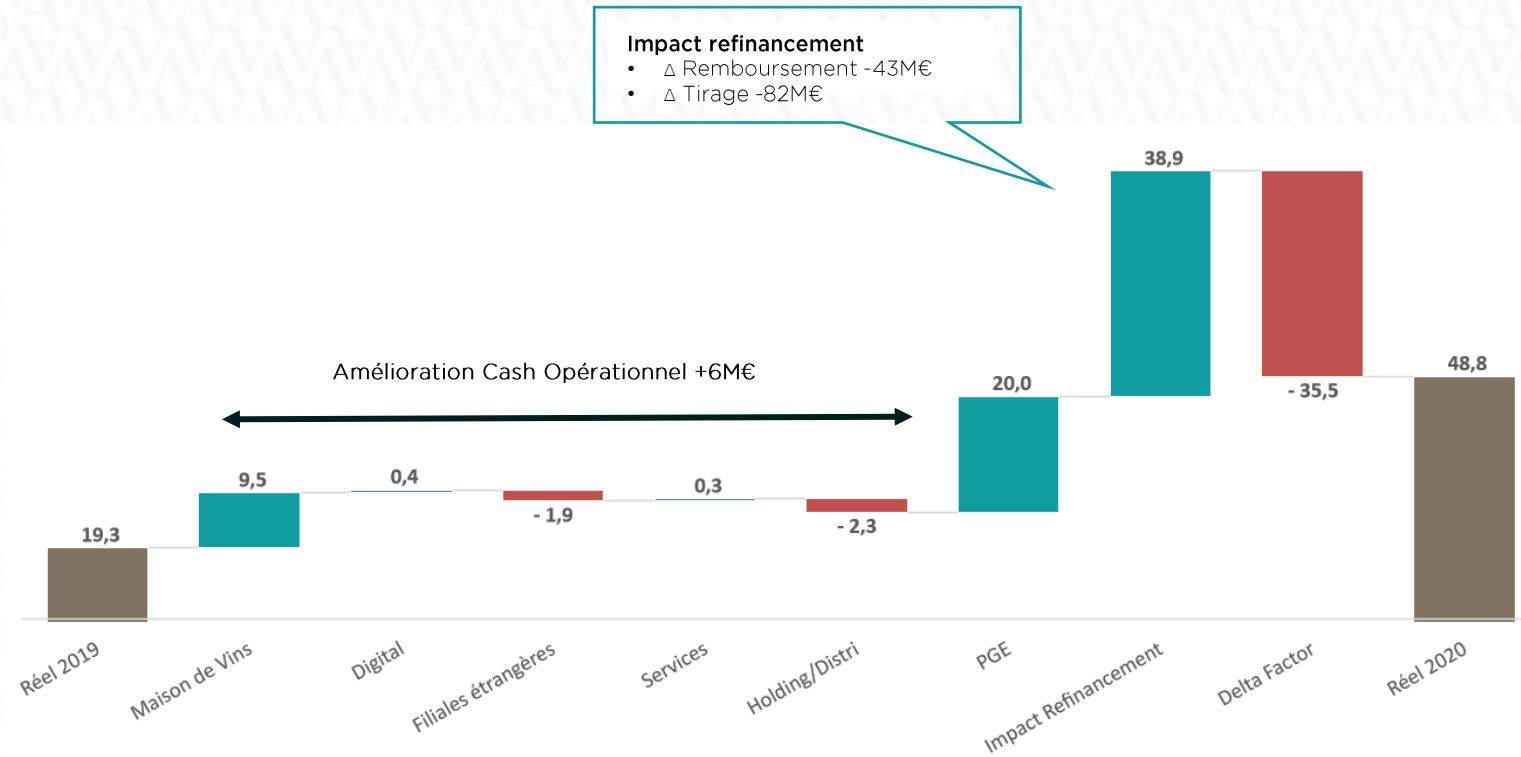
- 57m€ de MT remboursés
- 89m€ de tirage des nouvelles tranches réalisées au closing

Performance Cash FY 2020 par Bassins : **0,4M€** de Cash généré par nos opérations en 2020 (vs -5,7M€ de Cash consommé en 2019)



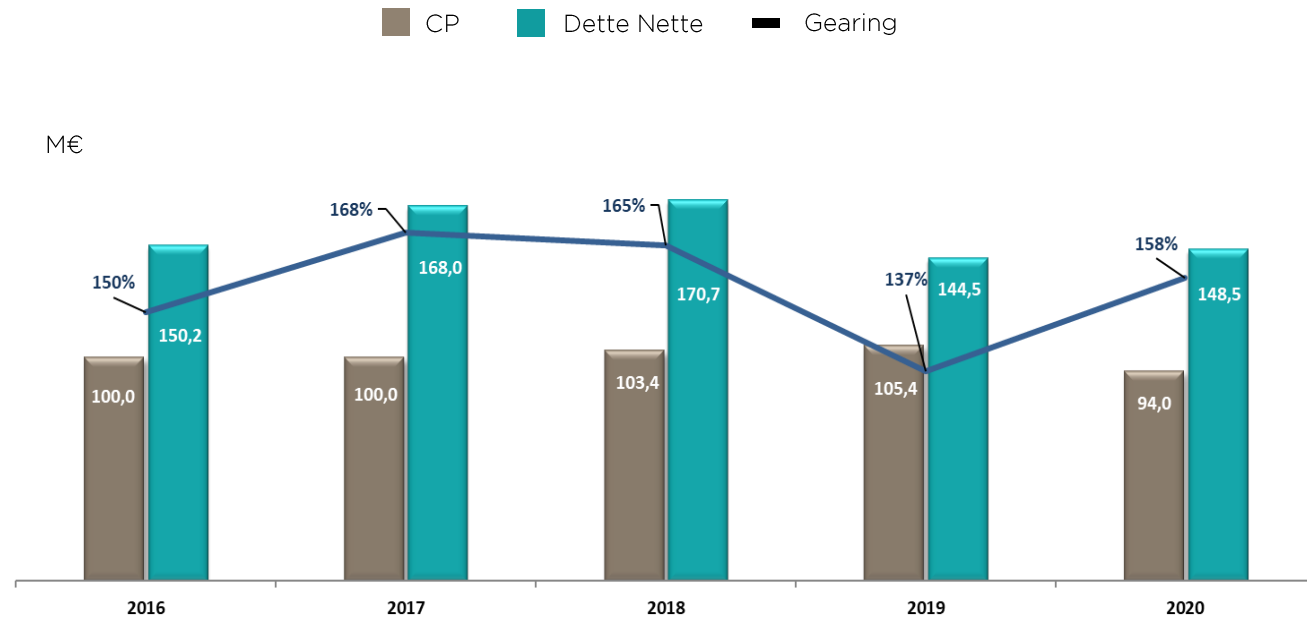
- -3,3M€ de cash flow opérationnel (incl. Factor).
- Amélioration des cash flows opérationnel de 6M€ vs. 2019 (hors Factor)
- Performance Cash satisfaisante dans le contexte

Cash Flow opérationnel en amélioration



- La performance cash s'améliore de 6M€ vs. 2019
- Mise en place de l'Affecturage en Juillet 2019

Dette nette contenue dans un contexte difficile



FY 19 & 20 Hors retraitement IFRS 16

Après un 1^{er} semestre très satisfaisant en terme de gestion du cash (suspension des remboursements d'emprunts, décalage des dettes fiscales et sociales), le rattrapage s'est opéré sur le second semestre.

- Le BFR, dont les stocks, sont stables vs. 2019
- Impact défavorable du Factoring de 3,7M€ (décroissance)

L'opération de refinancement n'a aucun impact sur la dette nette.

M€	déc-20	déc-19
Resultat Net	-3,3	4
D&A	12,6	12,0
+/- value Cession	-0,1	-1,5
Cout de l'endettement Financier	2,0	2,5
Charge d'impôts	0,5	-0,7
Impôts versés	-0,9	-1,2
Δ BFR A	0,6	29,6
Autres elements non cash	-0,1	-0,1
Flux des activités opérationnelles	11,3	44,6
Investissements	-7,3	-10,4
Cession actifs B	1,6	2,0
Δ Périmètre	0	0
Autres	0,2	-1,7
Flux des Opérations d'investissement	-5,5	-10,1
Nouveaux Emprunts] C	107,2	7
Remb. Emprunts	-59,9	-16,8
Dividendes versés	0	-1,4
Rachat de minoritaires D	-1,5	0
Achat d'actions propres	-0,4	0
Intérêts Financiers versés	-1,9	-2,4
Autres flux lié au financement	-0,1	-1,5
Incidence des var. cours devises	-0,3	0
Flux des opérations de financement	43,1	-15,1
Net Cash Flow	48,9	19,4

Génération de cash

Une génération de Cash importante en raison de l'opération de refinancement (cash comptable)

- A Un variation de BFR acceptable dans un contexte de recul d'activité
- B Cession des titres dans Vina Casablanca (Chili)
- C Opération de refinancement de la dette.
- D Rachat de minoritaire sur Pro Dégustation & CFV (désormais 100% AdVini)

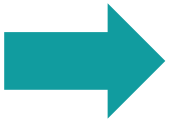
3. PLAN ORBIS 2021-2023

PLAN ORBIS 2021- 2023

Un business-model articulé autour de deux entités :



Nos vins de terroirs et d'origine, issus de nos Vignobles et Maisons de vins et destinés aux réseaux sélectifs et valorisés.



Nos vins de services, marques tactiques, activés autour d'un marketing produit et offre innovante visant en priorité les marchés du retail.

UN PLAN STRATEGIQUE ORGANISE AUTOUR DE TROIS PILIERS

SELECTIVITE

- Sélectionner, prioriser et augmenter l'exigence de rentabilité de tous nos actifs
- Choisir les marchés cibles et les marques
- Marketer l'offre vins, nos routes to market et tous nos sites réceptifs pour améliorer la profitabilité

SIMPLICITE

- Simplifier notre supply-chain et nos process pour améliorer notre efficacité.
- Centraliser tous nos services administratifs et réduire nos coûts et abaisser notre point mort

SOCIETAL

- Développer les talents de demain.
- Promouvoir la transition écologique, la préservation de nos terroirs, marques tactiques , et vins biologiques
- Digitaliser l'offre vins, nos marques et vignobles et leur marketing en France et à l'international

ORBIS À L'ORÉE 2023

- Un chiffre d'affaires supérieur à 300 M€
- Une croissance à l'internationale portée par l'essor de nos marques tactiques sur le retail et par la valorisation accentuée de nos terroirs.
- Une position de champion à l'Export sur des pays cibles
- L'amélioration de la rentabilité et du retour sur capitaux investis avec:
 - ➡ un EBITDA supérieur à 9 %
 - ➡ Un Cash flow normatif # 10 M€ / an
- Une opportunité certaine de croissance externe



ANNEXES

<u>€m</u>	(1) déc-20	(2) déc-19	Δ (1) - (2)
Chiffres d'Affaires	247,9	266,6	-7,0%
Marge Brute	86,7	99,6	-13,0%
<i>Marge Brute%</i>	35,0%	37,4%	-240 bps
<i>Charges de Personnel</i>	-36,6	-41,5	-12%
<i>Charges Externes</i>	-29,3	-34,5	-15%
<i>Autres Produits & Charges Courantes</i>	-3,8	-5,2	-28%
EBITDA Courant	17,0	18,3	-7,3%
<i>Marge d'EBITDA</i>	6,84%	6,86%	-2 bps
Dépreciation & Amortissement	-15,8	-13,2	19,7%
Charges et Produits Opérationnels Non Courants	-1,9	1,6	-221%
Cout de l'endettement Financier	-2,0	-2,0	0,0%
Charge Impôt	-0,5	0,7	-240%
Résultat Net	-3,3	4,0	-221%
Résultat Net - Part du Groupe	-4,1	3,3	-181%

Compte de résultat consolidé 31 Décembre 2020

€m	(1) déc-20	(2) déc-19	Δ (1) - (2)
Goodwill	7,9	7,9	-0,1%
Immobilisations incorporelles	27,7	29,7	-7,0%
Droits d'utilisation	32,0	33,3	-4,0%
Immobilisations corporelles	124,6	127,2	-2,1%
Participations dans des entreprises associées	4,9	5,0	-1,2%
Autres Actifs Financier non courant	2,5	2,6	-3,6%
Impôts différés Actifs	0,8	1,7	-123,7%
ACTIF NON COURANTS	200,4	207,2	-3%
Stocks	125,0	128,2	-2,5%
Clients	20,2	24,3	-20,7%
Autres Créances	15,3	16,4	-7,3%
Actifs d'impôts exigibles	1,8	1,9	-5,6%
Trésorerie et équivalents de trésorerie	25,4	14,1	44,5%
ACTIF NON COURANTS	187,6	184,9	1%
TOTAL ACTIF	388,0	392,1	-1,1%

Bilan consolidé 31 décembre 2020 [1/2]

€m	(1) déc-20	(2) déc-19	Δ (1) - (2)
Capital émis	31,5	31,5	-0,1%
Primes d'emission	18,7	18,7	0,0%
Réserves	40,6	44,0	-8,4%
Résultat Part du Groupe	-4,1	3,3	
Capitaux Propres Part du Groupe	86,7	97,6	-13%
Intérêts minoritaires	7,2	7,8	-7,2%
CAPITAUX PROPRES	94,0	105,3	-12%
Dettes financières	80,4	44,2	45%
Dettes Locatives	21,1	21,4	-1%
Passifs d'impôts différés	10,8	12,9	-20%
Provision part non courant	2,6	2,4	7%
PASSIF NON COURANTS	114,9	80,9	30%
Dettes financières < 1an	91,0	111,5	-23%
Dettes locatives	3,2	3,3	-5%
Dettes d'impôts exigibles	0,3	0,4	-3%
Fournisseurs et comptes rattachés	56,0	57,9	-3%
Provision Part courante	1,7	1,8	-10%
Autres Passifs Courants	26,9	30,9	-15%
PASSIF NON COURANTS	179,1	205,8	-15%
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	388,0	392,1	-1,1%

Bilan consolidé 31 décembre 2020 [2/2]

	déc-20	déc-19
Resultat Net	-3,3	4
D&A	12,6	12,0
+/- value Cession	-0,1	-1,5
Cout de l'endettement Financier	2,0	2,5
Charge d'impôts	0,5	-0,7
Impôts versés	-0,9	-1,2
Δ BFR	0,6	29,6
Autres elements non cash	-0,1	-0,1
Flux des activités opérationnelles	11,3	44,6
Investissements	-7,3	-10,4
Cession actifs	1,6	2,0
Δ Périmètre	0	0
Autres	0,2	-1,7
Flux des Opérations d'investissement	-5,5	-10,1
Nouveaux Emprunts	107,2	7
Remb. Emprunts	-59,9	-16,8
Dividendes versés	0	-1,4
Rachat de minoritaires	-1,5	0
Achat d'actions propres	-0,4	0
Intérêts Financiers versés	-1,9	-2,4
Autres flux lié au financement	-0,1	-1,5
Incidence des var. cours devises	-0,3	0
Flux des opérations de financement	43,1	-15,1
Net Cash Flow	48,9	19,4

Tableau de flux de trésorerie 31 décembre 2020

ADVINI

DES VIGNOBLES, DES HOMMES, L'ÉMOTION

Vos contacts pour plus d'informations :

AdVini
Antoine Leccia / Olivier Tichit
Tél. : 04.67.88.80.00
olivier.tichit@advini.com