



Mercredi 28 Avril 2010

COMMUNIQUE DE PRESSE

Activité 1^{er} trimestre 2010

Au 31 mars 2010, le chiffre d'affaires de Bongrain SA progresse de 3,2% par rapport à la même période de l'année précédente.

| Données consolidées en millions d'euros | Chiffre d'affaires | | Variations | | | |
|--|--------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| | 31/03/10 | 31/03/09 | Total | Structure | Change | Croissance |
| BONGRAIN SA | 827,6 | 802,3 | 3,2% | -0,8% | 0,4% | 3,6% |
| Par activité : | | | | | | |
| - Produits Fromagers | 572,5 | 552,1 | 3,7% | 0,8% | 0,9% | 1,9% |
| - Autres Produits Laitiers | 272,8 | 270,6 | 0,8% | -5,1% | -0,8% | 7,2% |

Le chiffre d'affaires des Produits Fromagers est soutenu par des volumes bien orientés sur les marchés majeurs et influencé favorablement par l'effet calendaire des fêtes de Pâques survenant plus tôt qu'en 2009.

Le chiffre d'affaires des Autres Produits Laitiers progresse grâce à l'évolution favorable des cotations mondiales des produits industriels.

L'effet de structure provient de la cession en 2009 de l'activité de lait de consommation de la Compagnie Laitière Européenne.

L'effet de change positif ressort à + 0,4 %. L'appréciation des devises des pays d'Europe Centrale et Orientale et de l'Amérique du Sud compense l'affaiblissement du dollar américain par rapport à l'euro.

En 2010, l'évolution des cotations mondiales des produits industriels pourrait entraîner une nouvelle augmentation du prix du lait sur la plupart des marchés. Les stratégies commerciales et marketing devront permettre de répondre à ce changement d'environnement. L'endettement net reste bien maîtrisé.

A la fin du 1er trimestre, Bongrain SA a acquis une participation majoritaire dans la société DELACO en Roumanie confortant ainsi sa position sur le marché fromager de ce pays.

Bongrain SA a également acquis auprès d'Unilever en Allemagne et en Autriche la marque BRUNCH dont la fabrication était déjà assurée par sa filiale Edelweiss.

Ces développements, réalisés hors de France, s'inscrivent dans la stratégie de croissance du Groupe dans les spécialités fromagères.

Dans un contexte économique incertain, le développement des ventes des marques de spécialités ainsi que la poursuite des efforts de gestion restent les priorités d'actions des équipes de Bongrain SA