



communiqué de presse

Paris, le 22 mars 2013

Fromageries BEL Résultats annuels 2012

- **Poursuite de la croissance de l'activité, portée par l'international**
- **Une marge opérationnelle restaurée**
- **Une situation financière solide**

Au cours de sa séance du 21 mars 2013, le Conseil d'administration a arrêté les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2012. Lors de cette réunion, les Commissaires aux comptes ont indiqué que les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées et que le rapport de certification est en cours d'émission.

Chiffres clés

(en millions d'euros)	2012	2011	Variation en %
Chiffre d'affaires	2 649	2 527	4,8 %
Résultat opérationnel	211	170	24,0 %
Résultat net part du Groupe	128	96	33,6 %

Dans un contexte de ralentissement économique en Europe, et malgré les troubles observés sur certains marchés du Proche et Moyen Orient, le Groupe a enregistré une nouvelle croissance de ses volumes et de son chiffre d'affaires au cours de l'exercice 2012.

Aucun effet de périmètre n'est intervenu sur la période. Hors effets de change, la croissance organique du chiffre d'affaires est de 3,4 %, portée par le dynamisme des ventes à l'international, et en particulier en Grande Afrique. Cette expansion régulière traduit la pertinence des politiques commerciales, la force des réseaux de distribution, le talent des équipes pour améliorer le mix marques et proposer des produits innovants autour des marques emblématiques du Groupe.

Le résultat opérationnel, à 211 millions d'euros, s'inscrit en hausse de 24 %, avec un niveau de marge restauré. Il intègre des charges non courantes pour 26,6 millions d'euros, contre 14,3 millions d'euros en 2011.

Par zone géographique, les résultats s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	Au 31 décembre 2012		Au 31 décembre 2011		Variations	
	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel
Europe de l'Ouest	1 500	136	1 494	121	0,4%	13,1%
Europe de l'Est	112	0	103	-13	8,4%	103,3%
Amériques, Asie-Pacifique	418	44	381	42	9,9%	3,5%
Proche et Moyen Orient	286	0	286	8	0,0%	-99,5%
Grande Afrique	333	31	263	13	26,3%	137,6%
Total Groupe	2 649	211	2 527	170	4,8%	24,0%

L'amélioration de la rentabilité a été permise grâce notamment au fort développement de l'activité de la zone Grande Afrique et aux premiers fruits tirés de la réorganisation en Europe de l'Est. La bonne tenue des marges en Europe de l'Ouest et dans la zone Amériques, Asie-Pacifique, a été réalisée grâce à une amélioration du mix produits, à une gestion plus efficace des dépenses de publicité et promotion et aux gains de productivité industrielle réalisés.

La zone Proche et Moyen Orient a souffert des dépréciations d'actifs imposées par la faible visibilité rencontrée sur certains marchés de la zone. Le Groupe rappelle qu'il a été notamment conduit à suspendre ses activités industrielles en Syrie en juillet 2012.

Le résultat financier 2012 s'améliore, à - 18 millions d'euros contre - 26 millions d'euros en 2011, sous l'effet de la réduction de l'endettement moyen d'une part, et de moindres effets négatifs de change d'autre part.

Après une charge d'impôts de 63 millions d'euros, contre 47 millions d'euros en 2011, le résultat net part du Groupe de l'exercice 2012 s'élève à 128 millions d'euros, contre 96 millions d'euros en 2011.

La structure financière du Groupe s'est encore renforcée sur l'exercice : les capitaux propres totaux s'établissent à 1 150 millions d'euros au 31 décembre 2012 - contre 1 044 millions au 31 décembre 2011, et la dette financière nette a été ramenée à 64 millions d'euros en fin de période, soit un désendettement net de 130 millions d'euros.

Fort de sa situation financière, le Groupe a élargi ses sources de financement au cours de l'exercice 2012, avec l'émission de billets de trésorerie et d'un emprunt obligataire coté sur Euronext (Visa AMF 12-613 du 18 décembre 2012).

Dividendes

Le Conseil d'administration du 21 mars 2013 a proposé la distribution d'un dividende de 6.25 euros par action qui sera versé le mardi 22 mai 2013, après approbation par l'assemblée générale annuelle convoquée pour le jeudi 16 mai prochain.

Perspectives 2013

Dans un contexte économique tendu en Europe, peu propice au développement de la consommation, et confronté aux aléas de certains marchés hors d'Europe, le Groupe débute l'exercice 2013 dans un climat offrant peu de visibilité.

Cependant, fort d'une situation financière très saine, de l'engagement de ses collaborateurs, de ses efforts d'innovation et de la répartition géographique équilibrée de ses activités, le Groupe reste confiant dans ses capacités à continuer de défendre et développer durablement ses positions sur le marché mondial des fromages.

Ce communiqué peut contenir des informations de nature prévisionnelle. Ces informations constituent soit des tendances, soit des objectifs, et ne sauraient être regardées comme des prévisions de résultat ou de tout autre indicateur de performance. Ces informations sont soumises par nature à des risques et incertitudes, qui peuvent dans certains cas être hors de contrôle de la Société. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Document de référence de la Société, disponible sur son site internet (www.groupe-bel.com) à partir du 4 Avril 2013. Des informations plus complètes sur le Groupe Bel peuvent être obtenues sur son site internet (www.groupe-bel.com), rubrique « Information réglementée ».

contacts presse

Agence Burson-Marsteller

Fleur Broca / Tom Doron

fleur.broca@bm.com /
tom.doron@bm.com

Tel : +33 (0)1 56 03 12 12

le Groupe Bel

Le groupe Bel est un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque.

Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® ou Boursin®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2012 un chiffre d'affaires de 2,6 milliards d'euros.

Près de 11 000 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe.

Ses produits sont élaborés dans 27 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

www.groupe-bel.com