

# FLEURY MICHON

Chiffre d'affaires 3<sup>ème</sup> trimestre 2013 : 177,3 M€ (+3,3%)

Chiffre d'affaires cumul 9 mois 2013 : 529,3 M€ (+2,4%)

## Poursuite de la croissance de l'activité sur le 3<sup>ème</sup> trimestre

Au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2013, le Groupe Fleury Michon a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 177,3 M€, en hausse de +3,3% par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2012, soutenant la dynamique de croissance, l'activité à 9 mois ressortant à 529,3 M€ à +2,4%.

Dans un contexte économique complexe et manquant de visibilité (les produits de grande consommation ont évolué de -0,4%\*), le Groupe Fleury Michon est parvenu à maintenir la croissance de son chiffre d'affaires et à prendre de nouvelles parts de marché en charcuterie et en traiteur. L'activité a été portée à nouveau par le dynamisme commercial de la marque Fleury Michon, la variété de ses produits et la qualité de ses innovations, contribuant à l'adaptation permanente de la gamme aux attentes du consommateur.

Chiffre d'affaires (M€)	2012	2013	Evolution
1 <sup>er</sup> trimestre	168,3	<b>174,5</b>	+3,7%
2 <sup>ème</sup> trimestre	176,9	<b>177,4</b>	+0,3%
3 <sup>ème</sup> trimestre	171,7	<b>177,3</b>	+3,3%
<b>TOTAL 9 mois</b>	<b>516,9</b>	<b>529,3</b>	<b>+2,4%</b>

Sur le marché de la **GMS France**, le 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice a confirmé la bonne orientation de l'activité, le chiffre d'affaires s'établissant en progression de +3,6% et de +3,2% à neuf mois. Ce trimestre a été caractérisé par :

- Une très bonne évolution de l'activité Charcuterie, en croissance de +6,6% sur le trimestre ; surperformant plus de 3 fois la croissance du marché.
- Une décroissance limitée de l'activité Traiteur de la Mer, après deux trimestres consécutifs de forte baisse, à -1,8% compte tenu d'une météo favorable en juillet-août.
- Un recul de -2,9% de l'activité Plats Cuisinés ; recul limité par rapport à un marché à -11% au 3<sup>ème</sup> trimestre. A noter la très bonne performance de la marque à +8% depuis le début de l'année en plats cuisinés box.

Au global à marque Fleury Michon, les ventes sont en hausse de +3,9% sur le trimestre, représentant un volume d'affaires sur 9 mois de 417,8 M€ à +4,2%, soulignant une nouvelle fois la force de la marque synonyme de naturalité, de qualité nutritionnelle et s'affirmant de plus en plus comme une valeur alimentaire sûre pour des consommateurs en quête de sécurité et de traçabilité optimales.

\*IRI : cumul annuel mobile, ventes en volume, France, tous circuits, à fin août 2013

A l'**International**, le chiffre d'affaires trimestriel s'est inscrit dans la continuité du 1<sup>er</sup> semestre 2013, à savoir en décroissance de -5,1% à 11,2M€ (-5% sur les 9 premiers mois). Au Canada, DDFC subit un nouvel effet de change défavorable. Le niveau d'affaires s'inscrit sur le trimestre à -9,1% (+0,3% à taux de change constant).

A noter dans les deux activités en joint-venture non consolidées dans le chiffre d'affaires, la bonne tenue trimestrielle de l'ensemble PFI-Fres.Co à +8,9% dans un marché italien toujours en difficulté. En Espagne, Platos Tradicionales est en croissance trimestrielle de +12,9% notamment grâce à une bonne activité estivale.

Enfin, au sein du pôle **Restauration Hors Domicile et divers**, l'activité plateaux-repas livrés Room Saveurs a enregistré une hausse satisfaisante de son chiffre d'affaires trimestriel de +7,8%, ainsi que l'activité catering grâce à l'effet positif lié au renforcement d'un contrat avec une grande compagnie aérienne. Ce qui porte la croissance trimestrielle de ce pôle à +7,3%.

Chiffre d'affaires en M€	3 <sup>ème</sup> trimestre			9 mois		
	2012	2013	Evolution	2012	2013	Evolution
Pôle GMS France	149,0	154,4	+3,6%	444,6	458,7	+3,2%
Pôle International	11,8	11,2	-5,1%	35,9	34,1	-5,0%
Pôle RHD et divers	10,9	11,7	+7,3%	36,4	36,5	+0,3%
<b>TOTAL</b>	<b>171,7</b>	<b>177,3</b>	<b>+3,3%</b>	<b>516,9</b>	<b>529,3</b>	<b>+2,4%</b>

## Perspectives

Dans un environnement caractérisé par peu de visibilité et des évolutions de comportements de consommation actuellement difficilement prévisibles, le Groupe confirme son objectif de croissance de son chiffre d'affaires annuel par rapport à 2012. Pour ce faire, il s'appuiera essentiellement sur la puissance de son maillage commercial en France, la rationalisation des gammes de produits et des outils industriels à l'International et la notoriété de la marque Fleury Michon en France qui s'établit de plus en plus comme la référence du « triple bon », bon pour la culinarité, bon pour la naturalité, bon pour l'équilibre alimentaire.

Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre 2013 : 30 janvier 2014 après Bourse  
 Eurolist B – CACSmall90 - ISIN FR 0000074759 - Reuters FLMI.PA - Bloomberg FLE.FP

### CONTACTS

[infos.finances@fleurymichon.fr](mailto:infos.finances@fleurymichon.fr)

[www.fleurymichon.fr](http://www.fleurymichon.fr)

02 51 66 30 20

### Investisseurs, analystes, presse financière

Jean-Louis ROY, Directeur administratif & financier

### Médias

Eric COLY, Responsable information financière

