

Chiffre d'affaires 2013

Chiffre d'affaires en M€	2012	2013	Evolution
1 ^{er} trimestre	168,3	174,5	+3,7%
2 ^{ème} trimestre	176,9	177,4	+0,3%
3 ^{ème} trimestre	171,7	177,4	+3,3%
4 ^{ème} trimestre	174,0	168,6	-3,1%
TOTAL 12 mois	690,9	697,9	+1,0%

Résistance des volumes d'affaires dans un environnement très défavorable

Dans un contexte économique particulièrement complexe, Fleury Michon est parvenu à maintenir un chiffre d'affaires annuel en croissance de +1,0% à 697,9 M€, contre 690,9 M€ en 2012. Le chiffre d'affaires du quatrième trimestre s'est toutefois inscrit en baisse de 3,1% par rapport à la même période de l'année précédente, marqué principalement par l'évolution de l'activité GMS France et accentuée par un effet de change monétaire défavorable au Canada.

Chiffre d'affaires en M€	4 ^{ème} trimestre			12 mois		
	2012	2013	Evolution	2012	2013	Evolution
Pôle GMS France	150,2	146,3	-2,6%	594,8	605,0	+1,7%
Pôle International	11,9	9,9	-16,8%	47,8	44,0	-7,9%
Pôle RHD et divers	11,9	12,4	+4,2%	48,3	48,9	+1,2%
TOTAL	174,0	168,6	-3,1%	690,9	697,9	+1,0%

Sur l'ensemble de l'année, le pôle **GMS France** enregistre une croissance de +1,7%, dans un marché alimentaire à +1,3%⁽¹⁾, marqué cependant au dernier trimestre de l'exercice par une baisse des ventes de -2,6%. Les ventes à marque Fleury Michon ont, quant à elles, progressé plus rapidement que le marché à +2,7%, le Groupe ayant maintenu ses efforts publicitaires, marketing et commerciaux.

Sur l'année, l'**activité Charcuterie** a été très dynamique avec une progression de +5,6% dans un marché à +2,2% grâce au bon accueil de ses innovations et à la bonne tenue de ses références en fond de rayon. Dans un marché des plats cuisinés fortement impacté par le scandale de l'origine des viandes survenu dès février (-4,3% en 2013), l'**activité Traiteur** a enregistré un recul de ses ventes de -2,1%. Ces deux activités ont continué à gagner des parts de marché sur l'année et à renforcer leur position de leader. Les ventes de l'**activité Traiteur de la Mer**, sur un marché à -6,4%, ont subi un repli de -9,9% impactées par une météo défavorable au printemps qui n'a pas permis de lancer la saison du surimi. Fleury Michon reste néanmoins le n°1 du marché.

697,9 M€
de chiffre d'affaires
en 2013

+1,0%
de croissance
annuelle

551,0 M€
à la marque
Fleury Michon
une croissance de
+2,7%

Fleury Michon
n°1
au classement
Gaïa 2013
catégorie industrie

Prochain rendez-
vous le 14 avril
publication des
comptes annuels 2013
et du chiffre d'affaires
du 1^{er} trimestre 2014

¹ Nielsen ScanTrack croissance valeur produits de grande consommation

A l'**International**, la baisse annuelle du chiffre d'affaires de -7,9% (soit -3,8% à taux de change constant) est liée à l'activité canadienne qui a connu un recul de ses ventes de -11,7%, ramené à -6,4% à taux de change constant. Le catering aérien, la GMS (plats cuisinés surgelés et frais) et la restauration ont tous trois contribué à la baisse de l'activité, particulièrement au second semestre.

Le cumul des autres activités internationales consolidées (Slovénie, Suisse et export) sont en progression de +3,6% sur l'exercice.

Les deux activités en joint-venture non-consolidées ont bien résisté malgré des marchés nationaux très défavorables. Piatti Freschi Italia a progressé de +2,8% en Italie et Platos Tradicionales de +6,6% en Espagne.

Enfin, au sein du pôle **RHD et divers** rassemblant les activités de restauration hors domicile et diverses, l'activité plateaux-repas livrés a enregistré une bonne progression annuelle (+8,6%) grâce à une offre large de marques et de références et à une très bonne dynamique commerciale et marketing. L'activité catering a elle aussi connu une croissance satisfaisante sur l'année (+8,1%).

Perspectives de clôture 2013

Compte tenu des éléments connus à ce jour, le Groupe confirme les perspectives de clôture communiquées lors de la publication de ses résultats semestriels.

Perspectives 2014

Dans le prolongement de l'année 2013 favorable aux marques nationales et aux produits frais en libre-service et malgré les incertitudes qui pèsent sur l'économie, **Fleury Michon reste confiant grâce à ses solides fondamentaux** : la confiance que les consommateurs placent dans sa marque, sa capacité à innover y compris sur des marchés matures (en 2014, le Groupe prévoit de lancer plus de 80 nouvelles références à marque Fleury Michon), sa démarche de culinarité-naturalité-sécurité, ses équipes impliquées et mobilisées autour du projet d'entreprise, son management et son actionnariat stables.

Fleury Michon n°1 au classement Gaïa 2013 catégorie industrie

Grâce à la qualité de son reporting extra-financier, le classement Gaïa 2013 d'Ethifinance place **Fleury Michon n°1 dans la catégorie industrie et n°4 toutes catégories confondues** sur 230 valeurs small et midcaps étudiées.

Fleury Michon fait partie depuis 2009 de l'indice Gaïa Index composé des 70 meilleures valeurs sur les 230. Depuis sa création, cet indice surperforme le CAC et le CMS. Pour en savoir plus : www.ethifinance.com

Fleury Michon...

Fondée en 1905, Fleury Michon est aujourd'hui encore une entreprise familiale et indépendante de taille intermédiaire.

Les 3.730 collaborateurs cultivent l'obsession du bon chaque jour.

Elle est implantée en France, en Italie, en Espagne, en Slovénie et au Canada.

En France elle est n°1 en GMS en charcuterie libre-service, en plats cuisinés frais et en surimi.

Fleury Michon est le n°1 des plateaux-repas livrés aux entreprises sur la région parisienne.

...faire progresser le bien manger en assumant sa double responsabilité économique et sociale.

Contacts

Investisseurs, analystes, journalistes financiers

Jean-Louis ROY, Directeur administratif & financier

Autres journalistes et médias

Eric COLY, Responsable communication financière

☎ 02 51 66 30 20

infos.finances@fleurymichon.fr

www.fleurymichon.fr

EuroIist B – CACSmall90
ISIN FR 0000074759
Reuters FLMI.PA
Bloomberg FLE.FP