

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2014

Poursuite de la croissance du chiffre d'affaires au premier trimestre (+ 3,5 %)

Le chiffre d'affaires du Groupe pour le premier trimestre 2014, à 664 millions d'euros, s'inscrit en hausse de 3,5 % par rapport au premier trimestre de 2013.

Si l'on exclut l'effet de change négatif de - 1,8 %, la croissance organique des ventes s'élève à + 5,3 % au premier trimestre 2014. Aucun effet de périmètre n'est intervenu sur la période.

Cette performance traduit la vitalité des marques cœur du Groupe et le talent des équipes pour les développer en dépit du contexte économique et géopolitique actuel.

Le développement des ventes par zones géographiques s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	Premier trimestre		
	2014	2013	Variation en %
Europe de l'Ouest	261	249	4,9 %
Europe du Nord et de l'Est	140	143	- 2,0 %
Amériques, Asie-Pacifique	89	94	- 4,4 %
Proche et Moyen-Orient	102	87	16,6 %
Grande Afrique	72	69	3,5 %
Total	664	642	3,5 %

En Europe de l'Ouest, la croissance du chiffre d'affaires a été soutenue par une bonne dynamique de volumes des marques cœur. Cette performance très satisfaisante est le fruit des efforts déployés par les équipes commerciales et marketing afin d'apporter aux consommateurs des produits à la fois sains, pratiques et attractifs.

La baisse de chiffres d'affaires enregistrée sur les marchés d'Europe du Nord et de l'Est est due à un impact négatif de change. A taux de change comparable, le chiffre d'affaires du premier trimestre 2014 est stable par rapport à 2013, ce qui montre une bonne résistance du Groupe sur ces marchés, malgré les difficultés liées au contexte en Ukraine.

Le chiffre d'affaires de la zone Amériques, Asie-Pacifique est négativement impacté par des effets devises. Retraité de ces effets de change, la zone poursuit sa croissance mais à un rythme modéré.

La zone Proche et Moyen Orient connaît un début d'année remarquable, avec un taux de croissance qui demeure à deux chiffres après retraitement des effets de change, et ce malgré les difficultés persistantes de distribution rencontrées sur certains de ses marchés.

La zone Grande Afrique poursuit également son expansion sur le trimestre, avec un taux de croissance de son activité robuste, à taux de change constant.

Perspectives 2014 :

En ce début d'année, les conditions de marché restent difficiles avec des prix des matières premières aux plus hauts historiques, une forte volatilité des devises et une instabilité géopolitique persistante dans certaines régions du monde.

Face à ces facteurs conjoncturels qui pèsent sur sa rentabilité à court terme, le Groupe poursuit ses efforts afin de renforcer son excellence opérationnelle.

Le Groupe confirme sa confiance dans ses perspectives de développement, grâce à la bonne répartition géographique de ses activités ainsi qu'à la force de ses marques et de ses produits bien adaptés à ses différents marchés.



Du sourire à partager

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, disponible sur le site <http://www.unibel.fr>. Des informations plus complètes sur le Groupe Unibel peuvent être obtenues sur le site <http://www.unibel.fr>, rubrique « Information réglementée ».

Unibel, entreprise patrimoniale, est la société holding animatrice du Groupe Bel, 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 2013 un chiffre d'affaires de 2,7 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.

<http://www.unibel.fr>