



# communiqué de presse

Paris, le 29 août 2014

## Fromageries Bel Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2014

- Un développement soutenu du chiffre d'affaires avec une croissance organique de 3,9 %
- Un résultat opérationnel fortement impacté par la hausse du prix des matières premières et des effets de change défavorables

### Chiffres clés

<i>En millions d'euros</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2014	1 <sup>er</sup> semestre 2013	Variation (%)
Chiffre d'affaires	1 344	1 321	+ 1,7 %
Résultat opérationnel	82	134	- 38,9 %
Résultat net part du Groupe	47	91	- 48,4 %

Le chiffre d'affaires du Groupe, à 1 344 millions d'euros pour le premier semestre 2014, s'inscrit en hausse de 1,7 % par rapport à celui du premier semestre de l'exercice précédent. L'effet de change est négatif de - 2,2 %, et aucune variation du périmètre n'est intervenue sur la période. La croissance organique du chiffre d'affaires ressort ainsi à 3,9 % pour le premier semestre.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires publié est resté globalement stable par rapport à celui du deuxième trimestre 2013. Sur la période, la croissance organique a été satisfaisante à + 2,5 %, si l'on exclut les effets négatifs de change.

Cette performance traduit les efforts conduits par les équipes de chaque zone géographique pour répercuter le fort renchérissement des matières premières dans les tarifs.

Par zone géographique, l'évolution du chiffre d'affaires est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Deuxième trimestre			Premier semestre		
	2014 3 mois	2013 3 mois	Variation en %	2014 6 mois	2013 6 mois	Variation en %
Europe de l'Ouest	288	265	8,4 %	549	514	6,7 %
Europe du Nord et de l'Est	133	148	-10,0 %	273	291	-6,1 %
Amériques, Asie-Pacifique	89	104	-14,3 %	178	197	-9,6 %
Grande Afrique	72	69	5,1 %	144	138	4,3 %
Proche et Moyen Orient	97	94	4,0 %	199	181	10,1 %
<b>Total</b>	<b>680</b>	<b>680</b>	<b>0,0 %</b>	<b>1 344</b>	<b>1 321</b>	<b>1,7 %</b>

En Europe de l'Ouest, la croissance du chiffre d'affaires a été soutenue par une bonne dynamique des ventes des marques cœur, dans un environnement économique difficile.

La zone Europe du Nord et de l'Est a souffert de l'évolution défavorable des devises et des difficultés d'exploitation liées au contexte en Ukraine.

Le chiffre d'affaires de la zone Amériques, Asie-Pacifique est impacté à la fois par un effet devises négatif, mais également par une période d'adaptation liée au changement du mode de distribution au Japon.

L'activité de la zone Grande Afrique reste robuste et se développe sur l'ensemble du semestre et des marchés.

Dans un contexte géopolitique toujours tendu dans certains pays, la zone Proche et Moyen-Orient réussit, grâce à une offre produits toujours enrichie et à la réactivité de son organisation, un développement remarquable de son chiffre d'affaires, en dépit des effets négatifs du change.

Les efforts commerciaux du Groupe n'ont néanmoins pas suffi à compenser le fort renchérissement des matières premières et l'impact négatif des parités monétaires. Malgré les mesures mises en œuvre tout au long de la période, le résultat opérationnel du Groupe du premier semestre 2014, à 82 millions d'euros, s'est replié par rapport à celui du premier semestre 2013. Le Groupe a par ailleurs constaté une charge de nature exceptionnelle, d'une dizaine de millions d'euros, visant à couvrir les conséquences financières liées à la décision de déménagement du siège social en 2015.

Par zone géographique, le résultat opérationnel s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>premier semestre 2014</b>	<b>premier semestre 2013</b>	<b>Variation</b>
Europe de l'Ouest	47	60	-20,9%
Europe du Nord et de l'Est	-3	11	-130,1%
Amériques, Asie-Pacifique	5	17	-71,6%
Grande Afrique	17	20	-10,9%
Proche et Moyen Orient	16	27	-42,8%
<b>Total Groupe</b>	<b>82</b>	<b>134</b>	<b>-38,9%</b>

Après déduction des frais financiers et des charges d'impôt, le résultat net du premier semestre s'élève à 47 millions d'euros pour la part Groupe, contre 91 millions d'euros l'an dernier, en baisse de 48,4 %.

La situation financière du Groupe reste solide, avec un endettement financier net de 174 millions d'euros au 30 juin 2014 et des capitaux propres de 1 193 millions d'euros.

## **Perspectives 2014**

Les conditions de marché restent difficiles, avec des prix des matières premières élevés, une forte volatilité des devises et une instabilité géopolitique accrue dans certaines régions du monde.

Face à ces facteurs conjoncturels, le Groupe poursuit ses efforts afin de renforcer son excellence opérationnelle.

Le Groupe confirme sa confiance dans ses perspectives de développement, grâce à l'engagement de ses collaborateurs, la force de ses marques mondiales, une politique d'innovation ambitieuse et la bonne répartition géographique de ses activités.

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](http://www.groupe-bel.com)). Des informations plus complètes sur le groupe Bel peuvent être obtenues sur son site internet ([www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com)), rubrique « Information réglementée ».

## contacts presse

### Agence Burson Marsteller i&e

Tom Doron

[tom.doron@bm.com](mailto: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 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.

[www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com)