



communiqué de presse

Paris, le 11 mai 2015

Fromageries BEL

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2015

Croissance organique du chiffre d'affaires de +2,3 % au premier trimestre 2015

Au premier trimestre 2015, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 714 millions d'euros, en hausse de 7,5 % par rapport à la même période de 2014.

Hors effet de change positif de 5,2 %, la croissance organique des ventes s'élève à +2,3 %. Il n'y a pas d'effet de périmètre sur la période.

Le développement des ventes par zone géographique s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	Premier trimestre		
	2015	2014	Variation en %
Europe de l'Ouest	267	261	2,2 %
Europe du Nord et de l'Est	126	140	-9,8 %
Amériques, Asie-Pacifique	116	89	29,5 %
Proche et Moyen-Orient	125	102	22,7 %
Grande Afrique	80	72	11,9 %
Total	714	664	7,5 %

En Europe de l'Ouest, la croissance du chiffre d'affaires a été soutenue par des actions commerciales et marketing ciblées, dans un contexte de consommation toujours atone.

Le chiffre d'affaires de la zone Europe du Nord et de l'Est est affecté par un impact de change défavorable et une activité en retrait. Le contexte commercial et concurrentiel reste très bataillé sur les marchés nord-européens, et la consommation en Ukraine souffre du faible pouvoir d'achat des ménages.

Le chiffre d'affaires des zones Amériques, Asie-Pacifique s'inscrit en croissance sur le premier trimestre par rapport à l'exercice précédent. Les actions menées sur les marchés de la zone Amériques pour repositionner l'offre produits se traduisent par une croissance organique à deux chiffres des ventes sur la période.

Le renforcement progressif de l'organisation de la zone Asie-Pacifique, avec le déploiement d'équipes commerciale et marketing dédiées, devrait permettre un retour à une croissance des volumes plus soutenue. Le chiffre d'affaires de ce périmètre bénéficie par ailleurs d'un effet devises très favorable par rapport à l'année dernière.

La zone Proche et Moyen-Orient poursuit son expansion, avec une bonne dynamique de ses ventes sur le trimestre. Dans un contexte géopolitique instable, la zone confirme la solidité de ses stratégies commerciales et l'excellence de son modèle d'exécution.

La croissance du chiffre d'affaires de la zone Grande Afrique sur le trimestre traduit l'efficacité de sa politique commerciale et la pertinence de son modèle de développement et de ses initiatives sur ses marchés.

Perspectives 2015

En ce début d'année, la situation géopolitique de certains marchés sur lesquels le Groupe opère, en particulier dans la zone Proche et Moyen-Orient, rend la gestion des opérations très complexe. En revanche, l'environnement monétaire et les marchés de matières premières sont mieux orientés que l'année précédente, tout en demeurant très volatiles.

Le Groupe confirme sa confiance dans ses perspectives de développement, grâce à l'engagement de ses collaborateurs, à la force de ses marques et à sa politique soutenue d'innovation.

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

contacts presse

Burson Marsteller i&e Agency

Stéphanie Bruhière / Alice Dalla Costa

stephanie.bruhiere@bm.com
alice.dalla-costa@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 2014 un chiffre d'affaires de 2,8 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 28 sites de production et distribués dans près de 130 pays.

www.groupe-bel.com