

## Chiffre d'affaires annuel 2009

**Consolidation des tendances du premier semestre, avec une croissance soutenue à l'International et aux Amériques**

### Chiffre d'affaires comparé au 31 décembre

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>Variation en %</b>	<b>Quatrième trimestre 2009</b>	<b>Quatrième trimestre 2008</b>	<b>Variation en %</b>
Europe de l'Ouest	1 337	1 411	-5,3%	351	358	-2,0%
International	555	482	15,2%	130	120	8,3%
Amériques	194	170	14,3%	67	64	4,4%
Europe de l'Est	135	154	-12,6%	34	40	-14,1%
<b>Total</b>	<b>2 221</b>	<b>2 217</b>	<b>0,2%</b>	<b>582</b>	<b>582</b>	<b>0,0%</b>

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 2 221 millions d'euros pour l'année 2009, quasi stable par rapport à 2008 (+ 0,2 %).

Les principaux impacts par rapport à 2008 sont les suivants :

- les acquisitions réalisées en 2008 et consolidées en année pleine pour + 0,8 % (entités tchèques acquises au 1<sup>er</sup> juillet 2008),
- les effets des variations de change pour - 0,2 % (évolutions favorables du dollar, de la livre égyptienne et du yen, contrebalancées par des évolutions défavorables de la livre sterling et de la hryvnia ukrainienne),
- la croissance organique négative de - 0,4 %, malgré la reprise observée au quatrième trimestre. L'activité cœur du Groupe – les fromages de marque – a connu une croissance positive de ses ventes qui n'a pas suffi à compenser la chute des ventes de produits industriels, fortement impactée par la baisse des prix.

L'analyse par zone fait ressortir des variations contrastées :

- Les ventes en Europe de l'Ouest sont restées solides grâce à une politique commerciale et marketing ciblée. Les efforts promotionnels consentis suite au recul des prix des matières premières, ainsi que la baisse des prix des sous produits du lait, ont cependant affecté le chiffre d'affaires de la zone.

- Les zones International et Amériques affichent une progression à deux chiffres de leurs ventes, et une augmentation de leurs parts de marché. Ce développement s'appuie sur une grande sélectivité des réseaux de distribution et une déclinaison adaptée de la gamme des produits du Groupe.
- Les ventes en Europe de l'Est sont affectées par la crise économique, principalement en Ukraine.

Malgré un contexte économique difficile, notamment en Europe de l'Est, le résultat opérationnel du Groupe devrait progresser sensiblement sur l'exercice. Cette amélioration des résultats devrait permettre de confirmer le net désendettement du Groupe sur le second semestre.

Les résultats du Groupe seront arrêtés par le Directoire, examinés par le Conseil de surveillance et publiés le 26 mars 2010.

*Unibel* est le holding 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 2009 un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros. Près de 11 500 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>