



## communiqué de presse

Paris, le 26 août 2011

### Fromageries Bel Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2011

- Une progression toujours soutenue du chiffre d'affaires
- Un résultat opérationnel en baisse, affecté par la forte hausse des prix des matières premières et le contexte géopolitique international

#### Chiffres clés

<i>(En millions d'euros)</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2011	1 <sup>er</sup> semestre 2010	Variation en %
Chiffre d'Affaires	1224	1169	+ 4,7 %
Résultat Opérationnel	90	140	- 35,5 %
Résultat net part du Groupe	54	89	- 39,9 %

Malgré un environnement incertain compte tenu des événements géopolitiques en Afrique et au Moyen Orient, la performance commerciale du premier semestre témoigne de la bonne dynamique du Groupe et de ses marques.

Ainsi, au premier semestre de 2011, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe a progressé de 4,7 % par rapport au premier semestre de 2010, et s'analyse par zone géographique de la manière suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Second trimestre</i>			<i>Premier semestre</i>		
	2011 3 mois	2010 3 mois	Variation en %	2011 6 mois	2010 6 mois	Variation en %
Europe de l'Ouest	374	346	8,0%	731	675	8,2%
Amériques, Asie Pacifique	90	85	5,9%	171	146	16,8%
Proche et Moyen Orient	75	92	- 17,8%	146	165	- 11,9%
Grande Afrique	66	64	3,3%	128	123	4,1%
Europe de l'Est	25	31	- 19,1%	49	59	- 17,0%
<b>Total</b>	<b>630</b>	<b>618</b>	<b>2,0%</b>	<b>1 224</b>	<b>1 169</b>	<b>4,7%</b>

La cession des activités de la filiale tchèque Jaromericka en novembre 2010 a eu un impact de - 1,2 % sur l'évolution du chiffre d'affaires semestriel consolidé. Hors impact de cette cession, la croissance de la zone Europe de l'Est est positive dans un environnement économique pourtant morose.

La croissance organique ressort pour le semestre à + 7,4 %, dont + 6,7 % sur le second trimestre. Les effets des variations de change ont eu un impact négatif sur le semestre de - 1,5 %, dont -3,6 % sur le second trimestre.

La bonne performance commerciale du Groupe n'a néanmoins pas suffi à compenser l'impact de la hausse des prix des matières premières. Malgré les mesures mises en œuvre tout au long de la période, le résultat opérationnel, à 90 millions d'euros, s'est dégradé par rapport à celui du premier semestre 2010.

La hausse du prix des matières premières a aussi pesé sur le besoin en fonds de roulement, et a conduit à une augmentation de l'endettement financier net par rapport au 31 décembre 2010, pour atteindre 312 millions d'euros au 30 juin 2011. Néanmoins, l'endettement net représente au 30 juin 2011 31 % des capitaux propres consolidés du Groupe contre 35 % au 30 juin 2010. Le Groupe conserve donc une situation financière très solide.

### **Perspectives**

Le Groupe n'anticipe pas d'amélioration des conditions de marché pour le second semestre 2011, avec des prix de matières premières toujours élevés, un contexte économique et financier très perturbé et une situation géopolitique imprévisible.

Face à ce contexte défavorable, le Groupe poursuivra ses efforts afin d'assurer le développement de ses volumes et la défense de ses parts de marché, sa politique de hausses de prix sélectives, et le renforcement des plans d'amélioration de sa performance opérationnelle.

La marge opérationnelle du Groupe ne devrait pas se redresser au second semestre, et s'afficher pour l'ensemble de l'année en retrait par rapport à celle de l'année 2010.

### **contacts presse**

Guillaume Jouët  
Directeur de la communication  
gjouet@groupe-bel.com  
Tel. : +33 6 03 13 20 43

### **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 2010 un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros. Près de 11.300 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du groupe. Ses produits sont élaborés dans 26 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

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