



LEERDAMMER

Mini Babybel

kiri

APÉRICUBE

bel Une Autre Idée du Fromage

Résultats Annuels 2006

- Bonne résistance de l'activité en Europe
- Croissance soutenue de l'activité hors Europe
- Résultat opérationnel : + 8,3 %
- Résultat net : + 10,4 %

Chiffre d'affaires
1 777,3 M€

Résultat opérationnel
121,9 M€

Résultat net part du Groupe
79,4 M€

Chiffres clés en M€	2006	2005	% variation
Chiffre d'affaires net	1 777,3	1 729,4	+ 2,8 %
Résultat des activités courantes (RAC)	135,1	124,1	+ 8,9 %
Résultat opérationnel	121,9	112,6	+ 8,3 %
Résultat net part du Groupe	79,4	71,9	+ 10,4 %

En 2006, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe affiche une hausse de 2,8 %. A taux de change et périmètre comparables, la croissance est de 1,9 %. Le chiffre d'affaires de l'activité Fromages progresse de 3,3 %, tandis que le secteur Hors fromages recule de 3,8 % (respectivement + 2,6 % et -5,7 % à taux de change et périmètre comparables). L'impact des variations de change est positif de 2,4 M€, soit + 0,1 %. L'intégration des sociétés turques du Groupe Karper et les autres variations de périmètre représentent un surcroît de chiffre d'affaires de 12,2 M€ soit 0,7 %.

La croissance du chiffre d'affaires des activités Fromages est liée à la bonne tenue des volumes et à l'impact positif du mix des marchés sur lesquels le Groupe opère. En Europe, le Groupe affiche une bonne résistance dans un climat toujours difficile de pression sur les prix de vente. En Amérique, l'activité reste globalement stable, même si Minibabybel et La Vache qui Rit continuent d'afficher de fortes croissances. Dans le reste du monde et notamment au Proche et Moyen Orient, les marques du Groupe sont également inscrites dans une bonne dynamique de développement.

Le résultat des activités courantes consolidé à 135,1 M€ représente 7,6 % du chiffre d'affaires net contre 7,2 % en 2005. Cette performance est liée d'une part aux effets du mix produits et à l'innovation, et d'autre part aux efforts continus de rationalisation industrielle et la bonne tenue du prix des matières premières, permettant de contenir les coûts de production.

Le résultat opérationnel affiche une croissance de 8,3 % par rapport à l'exercice 2005 à 121,9 M€ et représente 6,9 % du chiffre d'affaires net contre 6,5 % l'an passé. Ce résultat tient compte de la fermeture d'un site de production en Allemagne.

Le résultat net part du groupe consolidé, à 79,4 M€, représente une marge nette de 4,5 % du chiffre d'affaires, contre 4,2 % en 2005, et porte le résultat net par action à 11,57 € contre 10,48 € en 2005 et 9,19 € en 2004.

La structure financière reste toujours saine et solide. Les capitaux propres du Groupe s'établissent à 794,6 M€ au 31 décembre 2006, contre 733,8 M€ au 31 décembre 2005. Avec un cash net de fin de période de 23 M€ et une ligne de crédit syndiqué négociée en juillet 2005 à hauteur de 400 M€ et non utilisée à la date de clôture, le Groupe dispose d'une importante capacité de financement pour accompagner sa croissance.

Dividende

Le Conseil a décidé de proposer à l'Assemblée qui se tiendra le 30 avril 2007, le paiement d'un dividende de 4,50 euros par action, payable le 9 mai 2007.

Perspectives 2007

Le Groupe Bel a acquis le 20 décembre 2006, la marque Gervais en République Tchèque. Cette opération permet au Groupe de doter son portefeuille d'une marque clé en République Tchèque et d'atteindre une taille critique sur le marché stratégique du frais à tartiner, marché particulièrement dynamique en Europe de l'Est

Par ailleurs, les investissements réalisés en 2006 à l'international pour accroître les moyens de production en Egypte et en Algérie, la création d'une filiale commerciale au Japon et le développement d'un partenariat industriel au Canada sont autant d'éléments qui permettent au Groupe d'envisager une nouvelle phase de croissance.

Le Groupe vise ainsi globalement pour 2007 une croissance de ses volumes, grâce à la poursuite de la stratégie et qui repose sur des marques fortes, différenciées, une innovation importante et des efforts publi promotionnels soutenus.