

Suresnes, le 7 novembre 2019, 18h00

## Bel

### Information financière du 3<sup>ème</sup> trimestre

### Chiffre d'affaires

**Croissance du chiffre d'affaires au troisième trimestre de + 3,7%,  
tirée par les nouveaux territoires et des effets change favorables**

**La croissance des neuf premiers mois s'établit à + 2,5%**

*Les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis au million le plus proche. Les ratios et écarts sont calculés à partir des montants sous-jacents et non à partir des montants arrondis.*

Le Groupe réalise 867 millions de chiffre d'affaires au troisième trimestre, et affiche une croissance organique de + 1,7 %, après un premier semestre stable à + 0,1 %.

Le chiffre d'affaires consolidé cumulé du Groupe au 30 septembre 2019 s'établit à 2 525 millions d'euros, en croissance de + 2,5 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice précédent. L'effet du change contribue à cette hausse pour +1,9 %, principalement dû à l'appréciation du dollar US face à l'euro. La croissance organique du chiffre d'affaires du Groupe s'établit à + 0,6 % au total des neuf premiers mois.

L'évolution du chiffre d'affaires par segment, pour le troisième trimestre et au cumul des neuf mois de l'exercice, s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	Troisième trimestre			Neuf mois		
	2019 3 mois	2018 3 mois	Variation en %	2019 9 mois	2018 9 mois	Variation en %
Marchés matures	720	704	2,2%	2 123	2 096	1,3%
Nouveaux territoires	147	132	11,7%	402	366	9,8%
<b>Total Groupe</b>	<b>867</b>	<b>836</b>	<b>3,7%</b>	<b>2 525</b>	<b>2 462</b>	<b>2,5%</b>

Le développement de l'activité se poursuit sur les marchés des nouveaux territoires, avec une hausse organique du chiffre d'affaires du troisième trimestre de + 9,4 %. Les ventes sur le segment fruitier continuent de croître de façon soutenue et les efforts de développement des ventes de produits adaptés aux modes de consommation des nouvelles géographies se poursuivent.

Dans les marchés matures, l'activité affiche une bonne performance au troisième trimestre grâce en particulier aux actions promotionnelles en lien avec le *Back To School*<sup>1</sup>. A taux de change comparables, les ventes de fromages dans ces marchés affichent une croissance organique de + 0,7 % au troisième trimestre, alors que le chiffre d'affaires des produits industriels continue de baisser, affichant une décroissance de - 10,0 % au cumul des neuf premiers mois. Suivant les mêmes tendances qu'au premier

<sup>1</sup> Rentrée des classes

semestre, les ventes du Groupe ont progressé en Europe du Nord et de l'Est, alors qu'en Afrique et au Moyen-Orient les marchés restent difficiles.

## **Perspectives 2019**

Le Groupe poursuit sa transformation et son développement, avec de bonnes perspectives d'activité sur le dernier trimestre. La marge opérationnelle de l'ensemble de l'exercice est attendue en amélioration sensible par rapport à celle de 2018. Elle est favorisée par des prix de matières premières qui restent élevés mais relativement stables, en ligne avec nos anticipations, des gains de productivité et l'optimisation des dépenses de publicité et des moyens promotionnels.

Le 16 octobre dernier, à l'occasion de la Journée Mondiale de l'Alimentation, Bel a réaffirmé son engagement en faveur d'une alimentation plus saine et responsable pour tous, et dévoilé sa nouvelle identité d'entreprise et sa signature *For all. For good.*

Le Groupe fait ainsi le choix d'un modèle de croissance rentable et responsable. Il entend élargir ses gammes vers le végétal et investir de nouveaux canaux de distribution et de nouveaux territoires pour proposer des produits accessibles à tous. Bel et ses marques souhaitent se développer en ayant un impact positif « de la fourche à la fourchette ». Le Groupe est engagé dans une démarche de progrès autour de cinq enjeux prioritaires : une alimentation saine, une agriculture durable, des emballages responsables, la réduction de son empreinte environnementale et l'accessibilité de ses produits.

Cette vision ouvre la voie à un modèle agroalimentaire inclusif et à des marques innovantes, responsables et porteuses de croissance.

*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, disponible sur le site <http://www.unibel.fr> à partir du 29 mars 2018. Des informations plus complètes sur le groupe Unibel peuvent être obtenues sur le site <http://www.unibel.fr>.*

*Unibel, entreprise patrimoniale, est la société holding animatrice 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, Boursin, Pom'Potes et GoGo squeez ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2018 un chiffre d'affaires de 3,3 milliards d'euros. Près de 12 600 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe. Ses produits sont élaborés dans 32 sites de production et distribués dans près de 130 pays.*

<http://www.unibel.fr>

Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 1 742 679 €  
2, allée de Longchamp – 92150 SURESNES  
Siren 552 002 578 RCS Nanterre