

Communiqué de presse

Suresnes, le 5 novembre 2020, 18h00

Unibel

Information financière du 3^{ème} trimestre 2020

Chiffre d'affaires

- **Croissance organique robuste de + 3,5 % à fin septembre 2020**
 - **Chiffre d'affaires de 2 594 M€**
 - **+ 2,7 % de croissance publiée**

- **Croissance organique solide des ventes au 3^{ème} trimestre dans un environnement toujours marqué par la crise sanitaire mondiale**
 - **+ 2,0 % de croissance organique et + 3,0 % hors Levant**
 - **Bonne progression des marques cœur du Groupe de + 2,3 %**

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.

Dans un contexte mondial pénalisé par la crise sanitaire, le chiffre d'affaires consolidé à fin septembre 2020 s'établit à 2 594 millions d'euros, en croissance de + 2,7 % par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice précédent, traduisant une croissance organique robuste de + 3,5 % et un effet de change de - 0,8 % (-19 millions d'euros).

Au troisième trimestre 2020, la croissance organique des ventes reste solide (+ 2,0 % et + 3,0 % hors Levant) par rapport à un 3^{ème} trimestre 2019 déjà élevé. Le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 857 millions d'euros (- 1,1 % par rapport au troisième trimestre 2019), après prise en compte d'un impact négatif marqué du change (-3,1%, soit -27 millions d'euros).

La croissance organique du trimestre a été notamment portée par les bonnes performances réalisées en France et aux États-Unis, où les marques cœur poursuivent leur progression. La Vache qui rit continue sa croissance grâce aux bons résultats de la campagne de début d'année, Kiri et Boursin réalisent également de belles performances sur leurs marchés.

Ces bonnes évolutions compensent les conséquences des mesures liées à la pandémie observées notamment en Europe du Sud (tassement de la consommation de produits en portions dans les « lunch box » consécutive à la fermeture des écoles, activations magasins rendues difficiles par le contexte sanitaire). Les marchés du Levant restent, pour leur part, en recul.

Chiffre d'affaires par segment

<i>millions d'euros</i>	Troisième trimestre				9 mois			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique
Marchés matures	703	720	- 2,3 %	+ 0,9 %	2 137	2 123	+ 0,7 %	+ 1,6 %
Nouveaux Territoires	154	147	+ 4,6 %	+ 7,4 %	457	402	+ 13,6%	+ 13,7 %
TOTAL	857	867	-1,1 %	+ 2,0 %	2 594	2 525	+2,7 %	+3,5 %

Marchés matures

En Europe, sur le trimestre, la croissance des ventes est restée bonne en France en excluant les activités hors domicile, confirmant la tendance robuste observée depuis le début de l'année. Les marques du Groupe, et particulièrement Boursin et La Vache qui rit, ont continué à être plébiscitées par les consommateurs.

La contraction des marchés du Levant observée depuis le deuxième semestre 2019 s'est poursuivie et explique la décroissance du chiffre d'affaires de la zone Moyen-Orient, Grande Afrique de -1,5 % sur le troisième trimestre.

En Amérique du Nord, le bon développement des ventes de portions de La vache qui rit observé au premier semestre s'est confirmé sur le troisième trimestre.

L'usine de Sorel au Canada a démarré son activité en septembre, avec la fabrication des premiers produits à marque Mini Babybel.

Nouveaux territoires

En Asie, le développement dynamique de l'activité du Groupe en Chine s'est confirmé sur le troisième trimestre 2020.

La progression des ventes sur le segment des nouveaux territoires reste dynamique pour les produits et l'ensemble des marques du groupe MOM.

Chiffre d'affaires par zones géographiques

<i>millions d'euros</i>	Troisième trimestre				9 mois			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique
Europe	459	457	+0,4%	+0,7%	1 375	1 348	+2,0%	+2,1%
Moyen-Orient, Afrique	Granc 166	183	-9,4%	-1,5%	533	553	-3,7%	-0,6%
Amériques, Asie-pacifique	232	226	+2,5%	+7,4%	686	624	+10,0%	+10,2%
TOTAL	857	867	-1,1 %	+ 2,0 %	2 594	2 525	+2,7 %	+3,5 %

Perspectives de résultat 2020

Face à la persistance de la crise sanitaire mondiale, encore très prégnante dans de nombreux pays, le contexte économique reste très incertain.

Le Groupe est toutefois confiant dans la poursuite de sa croissance, plus responsable et innovante, et ambitionne de proposer une offre végétale pour chacune de ses marques cœur, en commençant par le lancement de Boursin dans sa version végétale aux Etats-Unis en Octobre.

Le Groupe intensifie sur le second semestre ses investissements de soutien aux marques, plus particulièrement pour les occasions festives de fin d'année, dans le contexte pénalisant de crise sanitaire. BEL entend ainsi renouer avec des actions promotionnelles en magasin, portées par des campagnes comme celle initiée depuis fin septembre par Mini Babybel. De même, les investissements dans des géographies porteuses comme la Chine seront poursuivis sur le second semestre.

Pour 2020, malgré les surcoûts induits par la gestion de la crise sanitaire qui viennent impacter les efforts de productivité industrielle, le Groupe anticipe une amélioration de sa marge opérationnelle par rapport à 2019. Il confirme également, grâce notamment à une bonne maîtrise de son Besoin en Fonds de Roulement et de ses investissements, sa capacité à améliorer sensiblement sa situation de trésorerie.

Avec son engagement de long terme en faveur d'une alimentation plus saine, préservant les ressources de la planète, incarnée par sa nouvelle signature « For all. For good » *, le Groupe s'inscrit résolument dans un modèle de croissance rentable et responsable.

"For all. For good" signifie « Pour tous. Pour de bon ».

A propos d'Unibel

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 2019 un chiffre d'affaires de 3,4 milliards d'euros.

Près de 12 400 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 120 pays.

www.unibel.fr