

Suresnes, le 17 mars 2022 – 18h45

Unibel Information financière annuelle Résultats 2021

Performance solide qui atteste de la pertinence de notre modèle malgré un contexte fortement inflationniste

- Une performance financière solide malgré un contexte opérationnel perturbé :
 - Croissance organique des ventes de +2,3% portée par nos marques cœur, MOM, l'Amérique du Nord et la Chine.
 - Résultat opérationnel en hausse de +159 % à 627 M€ du fait de la plus-value enregistrée lors de la cession d'un périmètre comprenant la marque Leerdammer¹.
 - Cash-flow opérationnel à 279 M€, en retrait de -103 M€, traduisant la baisse du résultat opérationnel courant dans un contexte fortement inflationniste.
- Cession d'un périmètre comprenant la marque Leerdammer et Bel Shostka Ukraine à Lactalis et retrait d'Euronext Paris du groupe Bel.
- Mise en place d'une gouvernance dissociée du groupe Bel courant 2022 pour poursuivre le déploiement de la stratégie du Groupe.
- Un modèle responsable reconnu et des engagements RSE renforcés :
 - Médaille de platine de l'agence EcoVadis avec un score de 79/100.
 - 1^{er} trimestre 2022 : renforcement de l'objectif de réduction carbone afin de contribuer à limiter le réchauffement climatique sous le seuil de +1,5°C.

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.

Au cours de sa séance du 17 mars 2022, le Directoire du Groupe Unibel a arrêté les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021.

Antoine Fievet, Président-Directeur Général du groupe Bel et membre du Directoire d'Unibel, a déclaré : « L'année 2021 a marqué un tournant dans l'histoire du Groupe. Les choix que nous avons effectués en matière de gouvernance et de renforcement de notre modèle d'entreprise familiale, au cœur de notre succès depuis près de 150 ans, vont nous permettre de poursuivre notre stratégie fondée sur le développement de nos activités sur trois territoires complémentaires, le laitier, le fruitier et le végétal. Les efforts renouvelés dont nous avons fait preuve en matière d'environnement, de social ou encore d'éthique, ont été récompensés par une médaille de platine de l'agence EcoVadis, ce qui fait écho à notre mission, offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous, et à notre volonté d'assurer une croissance économique qui soit fondamentalement responsable. Nous signons ainsi une nouvelle année de performance opérationnelle solide, malgré un environnement économique et financier général qui demeure perturbé. Fiers des avancées majeures que nous avons réalisées et convaincus de leur profonde légitimité,

¹ Les résultats 2021 incluent le périmètre comprenant Royal Bel Leerdammer B.V., Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine, jusqu'au 30 septembre 2021.

nous entamons 2022 convaincus par la pertinence de notre modèle, unique à bien des égards, et notre capacité à renforcer encore davantage notre position sur le marché mondial du snacking sain. »

Chiffres clés

| <i>millions d'euros</i> | 2021 | 2020 | Variation en % |
|-------------------------------|--------------|-------------|-----------------------|
| Chiffre d'affaires | 3 379 | 3 456 | -2,2 % |
| Résultat opérationnel courant | 221 | 260 | -15,2 % |
| Résultat opérationnel | 627 | 242 | +159,0 % |
| <i>Marge opérationnelle</i> | <i>18,5%</i> | <i>7,0%</i> | <i>+1 154 pbs</i> |
| Résultat financier | -30 | -29 | +4,6 % |
| Résultat net part du Groupe | 470 | 92 | +409,2 % |
| Cash-flow opérationnel | 279 | 382 | -103 |

Cession d'un périmètre comprenant la marque Leerdammer et Bel Shostka Ukraine à Lactalis et retrait d'Euronext Paris du groupe Bel

Fin septembre 2021, le Groupe Bel a annoncé la réalisation de la cession d'un périmètre comprenant Royal Bel Leerdammer B.V., Bel Italia, Bel Deutschland, la marque Leerdammer et tous ses droits attachés, ainsi que Bel Shostka Ukraine, à Lactalis. Le périmètre concerné a été transféré à Lactalis par Sicopa, filiale détenue à 100% par Bel, en échange de 1.591.472 actions Bel (représentant 23,16% du capital de Bel) détenues par Lactalis. Du 1^{er} janvier au 30 septembre 2021, le chiffre d'affaires réalisé par le périmètre concerné s'établit à environ 367 millions d'euros.

Unibel, qui à la suite de cette cession détenait avec les membres du Groupe Familial Fievet-Bel, directement et indirectement, 95,46% du capital et 82,22% des droits de vote théoriques² de Bel, a mené une offre publique de retrait suivie d'un retrait obligatoire (« OPR-RO ») au prix de 550 euros par action. A l'issue de cette offre publique qui s'est déroulée du 24 décembre 2021 au 10 janvier 2022, le retrait obligatoire a été mis en œuvre le 25 janvier 2022, date de radiation des actions Bel du marché réglementé d'Euronext Paris.

Le Groupe s'engage à maintenir la qualité de l'information financière et extra-financière sur une base semestrielle et annuelle.

Une nouvelle gouvernance dissociée pour renforcer la position de Bel sur le marché du snacking sain

En mai 2021, le Groupe Bel a annoncé son intention d'évoluer vers une gouvernance dissociant les fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur Général, qui conduira Antoine Fievet et le Comité des nominations à soumettre au vote du Conseil d'administration en mai 2022 la nomination de Cécile Béliot à la Direction Générale du Groupe. Cette nouvelle gouvernance aura pour objectif de continuer à conduire la transformation de Bel, tout en perpétuant la vision et les valeurs portées par la famille actionnaire Fievet-Bel depuis plus de 150 ans. En particulier, Cécile Béliot, nommée Directrice Générale Adjointe Groupe, s'est vue confier la mission de préparer le rapprochement des équipes Bel-

² Sur la base d'un nombre total de 6.872.335 Actions représentant 11.892.271 droits de vote théoriques au sens de l'article 223-11 du Règlement Général de l'AMF. L'Initiateur et les membres du Groupe Familial Fievet-Bel détiennent par ailleurs ensemble, directement et indirectement, 95,66% des droits de vote exerçables en assemblée générale.

MOM et de poursuivre le déploiement de la stratégie du groupe dans la lignée de sa démarche d'innovation, d'internationalisation et de modernisation.

Un modèle de croissance reconnu par EcoVadis et des engagements RSE renforcés

Le 20 octobre 2021, le Groupe a reçu la médaille de platine de l'agence de notation extra-financière EcoVadis avec un score de 79/100, plaçant le groupe dans le top 1 % des entreprises alimentaires les mieux notées au monde.

En cohérence avec son engagement de long terme en faveur d'une alimentation plus saine, incarnée par sa signature « For all. For good. »³, le Groupe a lancé en 2021, 58 innovations et rénovations de produits destinées à améliorer les profils nutritionnels et compositions existantes. Le Groupe a également lancé dans 17 pays sa toute première marque 100 % végétale, Nurishh.

Enfin, le Groupe a renouvelé ses efforts en vue de lutter contre le changement climatique et de participer à la mise en place d'un nouveau modèle agro-industriel positif. Unibel s'est ainsi engagé à renforcer son objectif de réduction carbone via une réduction nette d'un quart de ses émissions de gaz à effet de serre, sur toute sa chaîne de valeur d'ici 2035⁴, et l'intégration du carbone comme un outil de pilotage de ses activités.

Une performance financière résiliente

Le Groupe Unibel a enregistré en 2021 un chiffre d'affaires de 3 378,9 millions d'euros, en décroissance de -2,2 % par rapport à l'exercice précédent. Cette évolution traduit une croissance organique de +2,3 %, un effet de change de -0,9 % (29,5 millions d'euros) et un effet de périmètre, lié à la cession d'un périmètre comprenant essentiellement la marque Leerdammer à Lactalis, de -3,6 %. Hors région Moyen-Orient et Afrique du Nord, la croissance organique s'établit à +5,0 %.

Cette performance organique a été soutenue par l'excellente dynamique des marques cœur, en particulier Babybel® et Boursin®, la poursuite de la forte croissance de MOM, le gain de nouvelles parts de marché en Amérique du Nord, ainsi que la confirmation de la trajectoire positive de la Chine. En particulier, quatre marques cœur sur six ont enregistré une croissance de leurs ventes par rapport à 2019.

Le lancement de la toute première marque internationale 100 % végétale du Groupe, Nurishh, ainsi que le développement de gammes végétales novatrices sur les marques cœur, ont également rencontré un vif succès et engendré des résultats prometteurs, en particulier la version végétale de Boursin® aux États-Unis et au Canada. Enfin, en termes de canaux de distribution, 2021 a été marquée par l'essor du e-commerce, ainsi que de la restauration Out of Home (OOH), qui enregistrent de fortes croissances à deux chiffres, soutenues notamment par les marchés nord-américain et chinois.

| millions d'euros | 2021 | | 2020 | |
|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| | Chiffre d'affaires | Résultat opérationnel | Chiffre d'affaires | Résultat opérationnel |
| Marchés matures | 2 713 | 524 | 2 864 | 164 |
| Nouveaux territoires* | 666 | 103 | 591 | 78 |
| Total | 3 379 | 627 | 3 456 | 242 |

* Comprenant les activités de MOM (Mont-Blanc, Materne), les marchés d'Afrique Sub-saharienne et la Chine

³ "For all. For good." signifie « Pour tous. Pour de bon. ».

⁴ Par rapport à 2017 et en tenant compte de la croissance du groupe.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 221 millions d'euros, en retrait de -15,2 %, du fait de fortes pressions inflationnistes, avec une hausse des prix des matières premières et des emballages, ainsi que des surcoûts liés notamment à des tensions sur le marché de l'emploi essentiellement aux États-Unis. Ces pressions sont telles qu'elles n'ont pu être intégralement compensées par les hausses de prix de vente et les importants efforts de productivité engagés depuis plusieurs années. Le résultat opérationnel a atteint 627 millions d'euros, en forte augmentation de +159 %, reflétant essentiellement la plus-value de 466 millions d'euros enregistrée lors de la cession d'un périmètre comprenant la marque Leerdammer à Lactalis.

Le résultat financier s'élève à -30 millions d'euros par rapport à -29 millions d'euros en 2020, du fait de l'augmentation des charges financières notamment liée à un effet de change défavorable sur certaines devises émergentes (Turquie principalement) et la remontée des taux longs sur certaines couvertures de taux. Le résultat net part du Groupe ressort ainsi à 470 millions d'euros, un rebond de +409,2 % par rapport à l'exercice précédent. Enfin, le cash-flow opérationnel enregistre un retrait de 103 millions d'euros, pour atteindre 279 millions d'euros. Dans un contexte de très forte volatilité opérationnelle, les efforts continus d'optimisation de la gestion des stocks n'ont pas permis de compenser la baisse du résultat opérationnel courant.

Au 31 décembre 2021, le Groupe affiche une structure financière saine et solide. Les capitaux propres totaux s'établissent à 1 500,4 millions d'euros, contre 1 913,4 millions d'euros au 31 décembre 2020. Cette évolution est principalement liée à la cession d'un périmètre comprenant la marque Leerdammer à Lactalis en échange des actions propres de Bel. Cette opération a généré une diminution des capitaux propres, partiellement compensée par l'enregistrement de la plus-value de cession précédemment citée.

La dette financière nette, incluant les droits d'usage liée à l'application de la norme IFRS 16, s'inscrit à 807 millions d'euros, en augmentation par rapport à l'année précédente (516 millions d'euros). Cette hausse traduit le rachat des actionnaires minoritaires du Groupe MOM à hauteur de 17,56 % opéré le 30 avril 2021, ainsi que le financement du retrait de la cote de Bel. Au 31 décembre 2021, le Groupe disposait d'un excédent de trésorerie et équivalents de trésorerie de 497 millions d'euros.

Perspectives 2022

Malgré une demande toujours bien orientée, le début d'année 2022 reste marqué par de très fortes perturbations et un contexte inflationniste qui s'intensifie et qui perdure. Dans le prolongement de ce que nous avons constaté en 2021, les surcoûts sont tels qu'ils ne pourront pas être instantanément absorbés par les hausses de prix de vente et les gains de productivité.

Pour autant, le Groupe Unibel a su faire preuve de résilience, assurer une gestion opérationnelle et financière rigoureuse dans la durée, tout en démontrant l'attractivité renouvelée de ses marques cœur, grâce à sa capacité à innover pour répondre aux nouvelles demandes et attentes de ses clients sur tous les marchés, aussi bien dans le laitier, le fruitier que le végétal. Sous réserve de l'évolution de la crise sanitaire, géopolitique et de l'environnement de marché, le Groupe se montre ainsi confiant dans sa capacité à renforcer sa position sur le marché mondial du snacking sain.

Suite à la cession de Bel Shostka Ukraine le 30 septembre 2021, les ventes du groupe sont peu exposées aux conséquences du conflit en Ukraine. Le groupe reste cependant exposé à l'intensification du contexte inflationniste en conséquence de cette crise.



Communiqué de presse

Dividende au titre de l'exercice 2021

Le Conseil de Surveillance du 17 mars 2022 a proposé la distribution d'un dividende de 9,10 euros par action, qui sera détaché le 16 mai et versé le 18 mai 2022, après approbation par l'Assemblée générale annuelle convoquée le 12 mai prochain.

Définition des indicateurs financiers chez Bel :

Le Groupe utilise en interne et dans sa communication externe des indicateurs financiers non définis par les normes IFRS. La définition des indicateurs non définis par les normes IFRS est détaillée ci-après :

*La **croissance organique** correspond à la croissance observée du chiffre d'affaires à l'exclusion des effets de change, de périmètre (c'est-à-dire à taux de change et périmètre constants) et d'inflation en Iran. L'Iran étant considéré depuis 2020 en économie d'hyperinflation, les impacts de l'inflation (basé sur l'évolution du consumer price index (CPI)) sont retraités de la croissance organique du chiffre d'affaires. Le **taux de croissance organique** est calculé en rapportant le chiffre d'affaires de la période A aux taux de change de la période A-1.*

*La **marge opérationnelle** correspond au résultat opérationnel.*

*Le **cash flow opérationnel** correspond aux flux nets de trésorerie générés par les activités opérationnelles.*

*La **dette financière nette** est définie dans la note 4.14 de l'Annexe aux comptes consolidés ; elle est constituée des dettes financières à long et court termes, des passifs de droits d'usage à long et à court termes et des concours bancaires courants diminués de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.*

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 d'Enregistrement Universel de la Société, disponible sur son site internet (www.groupe-bel.com). Des informations plus complètes sur le Groupe Bel peuvent être obtenues sur son site internet (www.groupe-bel.com), rubrique « Information réglementée ».

A propos de Unibel

Unibel, entreprise patrimoniale, est la société holding animatrice du Groupe Bel, un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque et un acteur majeur sur le segment du snacking sain. Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La Vache qui rit®, Kirï®, Babybel®, Boursin®, Nurishh®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2021 un chiffre d'affaires de 3,38 milliards d'euros.

11 800 collaborateurs répartis dans près d'un soixantaine de filiales dans le monde contribuent à déployer la mission du Groupe : offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous. Ses produits sont élaborés dans 29 sites de production et distribués dans près de 120 pays.

<https://www.unibel.fr/>

Contacts presse

Havas Paris - Philippe Ronceau
philippe.ronceau@havas.com - 01.58.47.84.93 / 06.76.44.44.35

Havas Paris - Ferial Torjeman
feriel.torjeman@havas.com - 01.57.77.73.23 / 06.17.49.97.76