
Bell Food Group 1^{er} semestre 2020

Bon résultat opérationnel grâce à un modèle commercial largement étayé et un niveau d'efficience élevé

Présentation pour les analystes financiers

Vue d'ensemble du premier semestre 2020.

L'essentiel en bref et événements majeurs

Résultats du 1^{er} semestre 2020

Chiffre d'affaires des
marchandises
en millions de CHF

1'995

+ 2,9 % corrigé*

Bénéfice semestriel
en millions de CHF

34,9

Année précédente
exprimé -9,6

Effectif du personnel
FTE au 30.06.

12'141

- 3,1 %



EBIT
en millions de CHF

59,4

+ 2,4 %



65 sites dans 15 pays

*après correction des influences de change et acquisition/désinvestissement

Croissance opérationnelle au premier semestre 2020

- Grâce à un modèle commercial durable et largement étayé ainsi qu'un niveau d'efficience élevé, la croissance opérationnelle du chiffre d'affaires est attractive
- En Suisse, la nette progression dans le commerce de détail pour la viande et la charcuterie a compensé la forte baisse des volumes dans les services alimentaires ; on constate l'effet positif des changements dans la composition des assortiments et des canaux
- Performance très réjouissante de Bell International : la concentration dans les activités internationales sur le jambon cru et la volaille a eu un impact positif sur le rendement
- L'évolution dans le domaine d'activité Convenience a été freinée par l'épidémie de coronavirus ; un recul du chiffre d'affaires et du résultat n'a pas pu être empêché

Croissance opérationnelle
du chiffre d'affaires

+2.9%



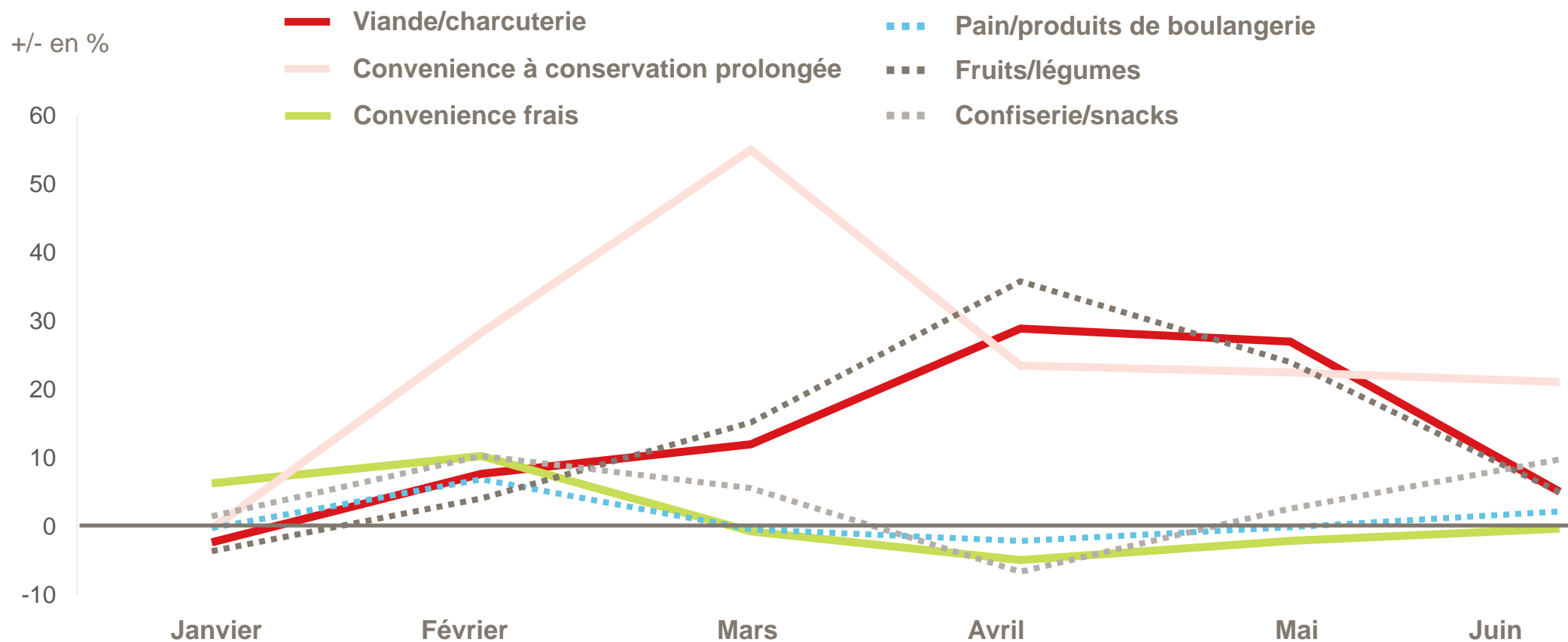
Pandémie de coronavirus - répercussions sur les marchés

- **Répercussions de la pandémie sur les déroulements professionnels**
 - > Charges supplémentaires causées par les mesures de protection telles que la distanciation sociale, le télétravail, des restrictions dans les voyages et réunions
 - > Difficultés au niveau des trajets pour les employés en raison des restrictions imposées aux voyages/passages de frontières
- **Le confinement de plusieurs semaines et la mobilité limitée ont fortement influencé les habitudes alimentaires et d'achat des consommateurs**
 - > Nette augmentation de la consommation des ménages qui cuisinaient davantage
 - > Recul de la vente à emporter destinée à la consommation sur le lieu de travail
- **La fermeture de nombreux restaurants a comprimé le canal des services alimentaires**
- **En Suisse, l'arrêt total du tourisme d'achat a avantagé le commerce de détail**



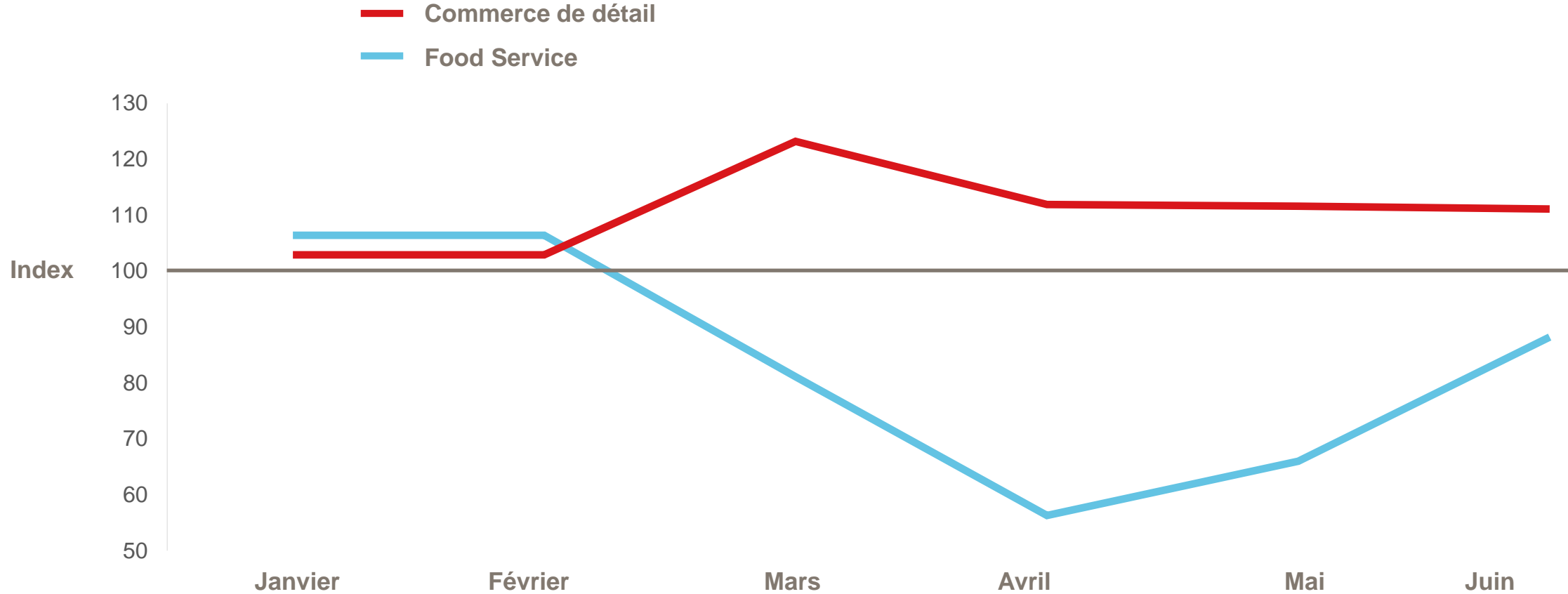
Pandémie de coronavirus - changements significatifs de la demande selon les groupes de produits

Evolution des groupes de produits dans le commerce de détail en Suisse



Pandémie de coronavirus - grandes répercussions sur le commerce de détail et les services alimentaires

Index des canaux du commerce de détail et des services alimentaires



Pandémie de coronavirus - bonne réactivité de Bell Food Group

- **Mise en œuvre prompte et efficace des mesures de protection – la santé du personnel comme première priorité**
 - > Jusqu'à présent, la mise en œuvre systématique de mesures telles que la distanciation sociale a évité la propagation du virus dans l'entreprise
 - > Facilités et avantages supplémentaires pour le personnel en guise de remerciements pour l'intense engagement
- **Production et capacités de livraison assurées en tout temps - le mandat d'approvisionnement de la population était rempli**
 - > De fortes fluctuations au niveau des commandes ont pu être maîtrisées grâce au niveau d'efficacité élevé et à l'engagement du personnel
 - > Adaptation rapide de la structure d'assortiment aux besoins du marché, notamment par un resserrement de l'offre autour de l'assortiment central
- **Nettes progressions pour tous les groupes de produits dans le commerce de détail à l'exception du Convenience frais**
 - > Les manques à gagner dans les services alimentaires ont pu être compensés par la viande et la charcuterie grâce à une bonne disponibilité de livraison
 - > Niveau des coûts immédiatement adapté au nouveau contexte de l'écoulement



Orientations stratégiques.

1

Consolidation de la position dominante dans le segment traditionnel viande, volaille, charcuterie et Seafood

- Démarrage du chantier d'un nouvel entrepôt frigorifique ; d'ici 2023, un entrepôt ultramoderne sera achevé à Oensingen
- Il permettra de concentrer sur un seul lieu les capacités de stockage internes et externes et d'augmenter nettement la productivité avec une consommation de ressources divisée par deux



1

Consolidation de la **position dominante** dans le segment traditionnel viande, volaille, charcuterie et Seafood

- Au niveau international, concentration sur les segments qui nous offrent des perspectives intactes et dans lesquels un certain seuil critique est atteint
- Accent clairement placé sur les spécialités de jambon cru et la volaille
- Deux sites de production en Hongrie et en France ainsi que le centre logistique en Belgique ont été vendus dans ce contexte



1

Consolidation de la position dominante dans le segment traditionnel viande, volaille, charcuterie et Seafood



- Bell Food Group augmente sa participation dans la start-up néerlandaise Mosa Meat, leader mondial de la viande bovine cultivée avec un effectif d'une quarantaine de personnes
- Mosa Meat veut être la première entreprise à introduire un produit à base de viande cultivée sur le marché européen
- Bell Food Group souligne son engagement durable en publiant pour la première fois un rapport entièrement rédigé selon les standards GRI sur ses pratiques en matière de développement durable
www.bellfoodgroup.com



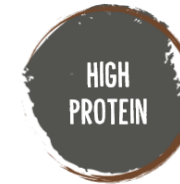
2

Augmentation des parts de marché dans le segment porteur et lucratif du **Convenience**

- Le lancement réussi dans le commerce de détail en Suisse de « The Green Mountain Burger », un hamburger végétarien, nous a permis de consolider encore notre rôle dominant dans le segment des produits végétariens et véganes dans ce pays
- La poursuite du développement des assortiments végétariens est en cours



SWISS MADE,
PLANT-BASED BURGER



2

Augmentation des parts de marché dans le segment porteur et lucratif du **Convenience**

- Nouveaux progrès dans le développement et la modernisation de l'infrastructure de production - avancement du chantier de Hilcona à Schaan conformément aux prévisions
- Grâce à diverses innovations, l'attractivité de l'assortiment a encore augmenté, ce qui a généré des parts de marché supplémentaires

Dynamique de croissance freinée par la pandémie de coronavirus mais, à moyen et long termes, le Convenience frais et les segments à emporter restent les piliers du prêt à consommer



3

Consolidation
significative du
canal **Food**
Service

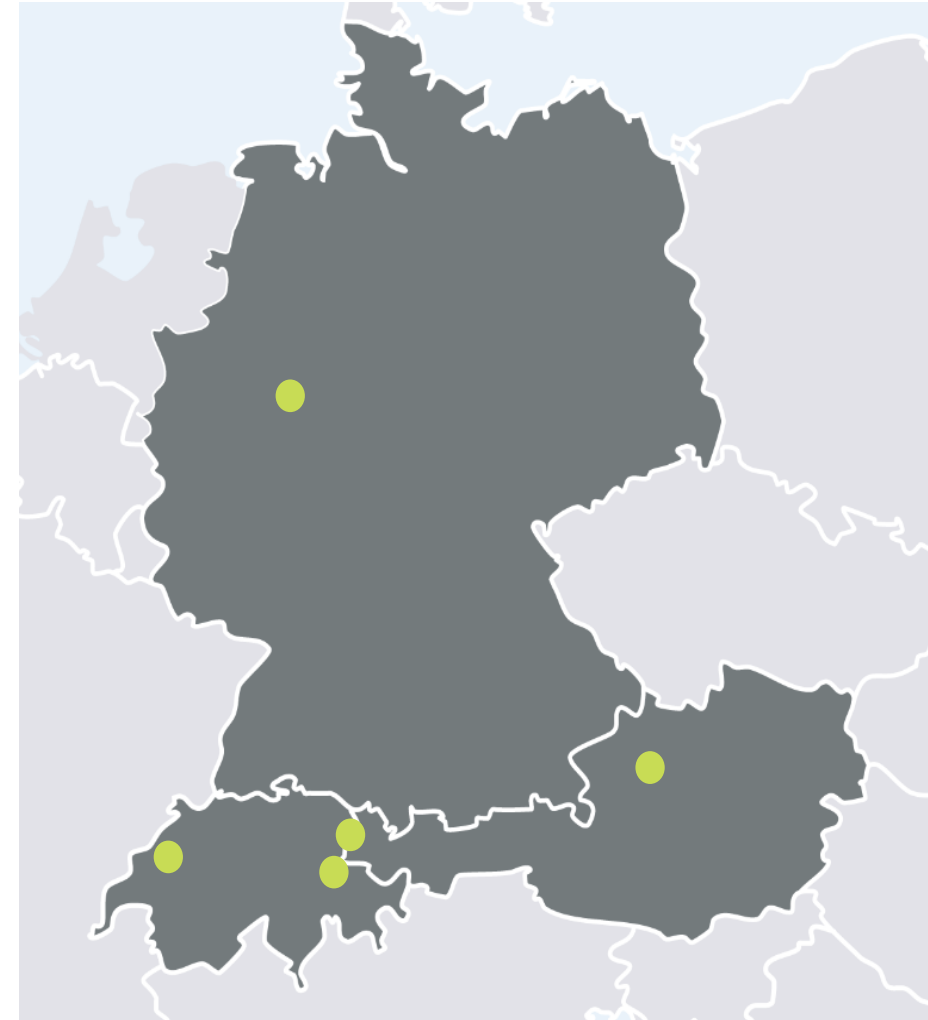
- Concepts de produits et solutions « smart cuisine » sur mesure pour renforcer le canal des services alimentaires
- Fin juin 2020, initiation d'une coopération d'avenir avec l'hôpital universitaire de Bâle (USB) pour la commercialisation de solutions nutritionnelles destinées aux hôpitaux et maisons de retraite recourant à la technologie prometteuse MicroPast
- Pionnier dans ce secteur, l'USB dispose en outre d'un grand savoir-faire dans le domaine exigeant de la physiologie nutritionnelle
- A l'avenir, la division Hilcona commercialisera les menus produits par l'USB et élargira ainsi sensiblement son spectre de prestations dans ce segment en croissance



4

Développement
de la présence
géographique

- Offensive dans l'espace DACH (DE/AT/CH) grâce aux nouvelles capacités de production dans le segment du Convenience frais
- L'organisation nouvellement chargée des exportations a enregistré des progrès supplémentaires ; les exportations vers la Chine et d'autres régions du monde se sont accélérées



Standorte Convenience DACH-Länder (CH/DE/AT)

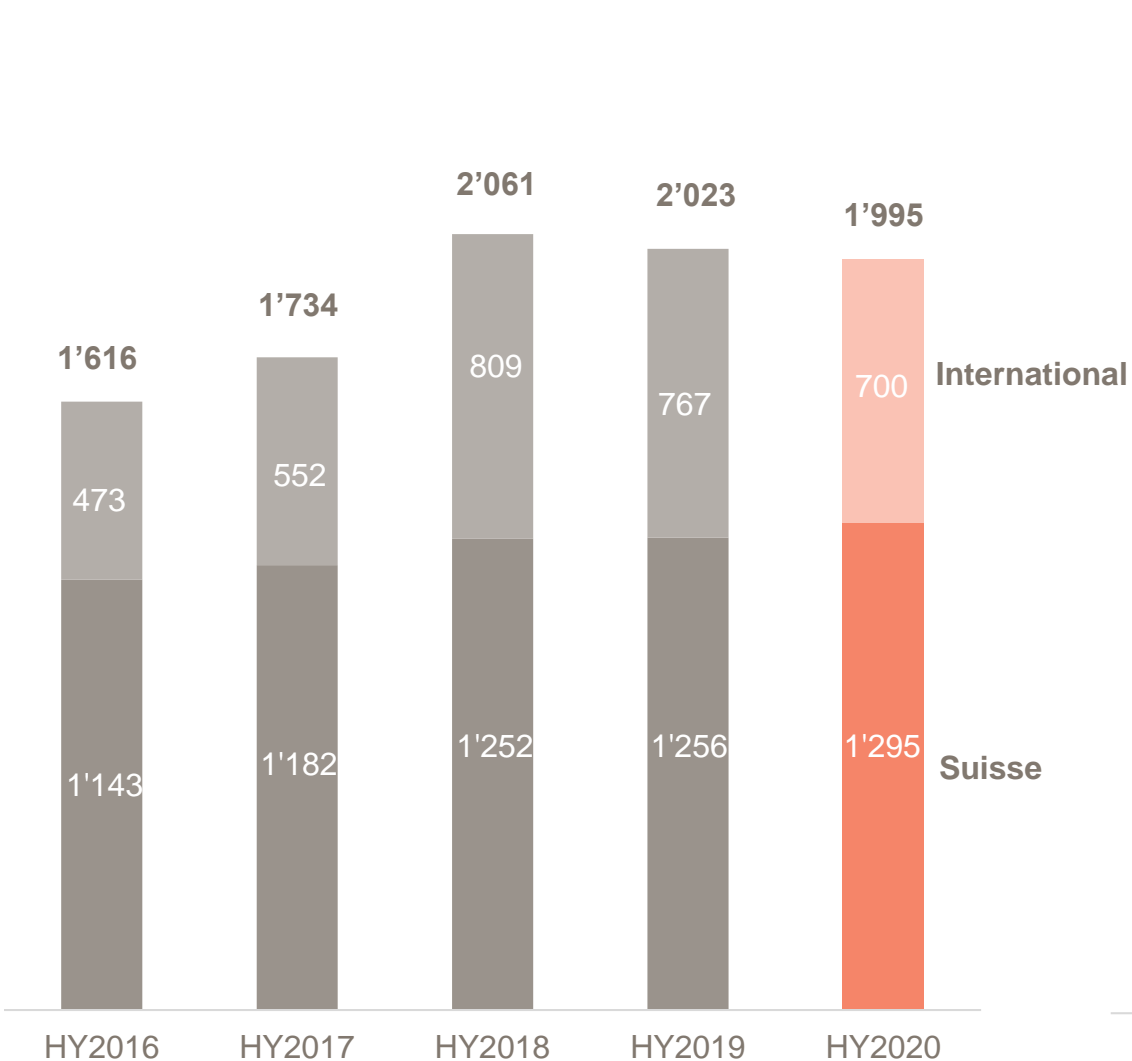


Explications relatives aux rapports financiers.

Evolution du chiffre d'affaires des marchandises

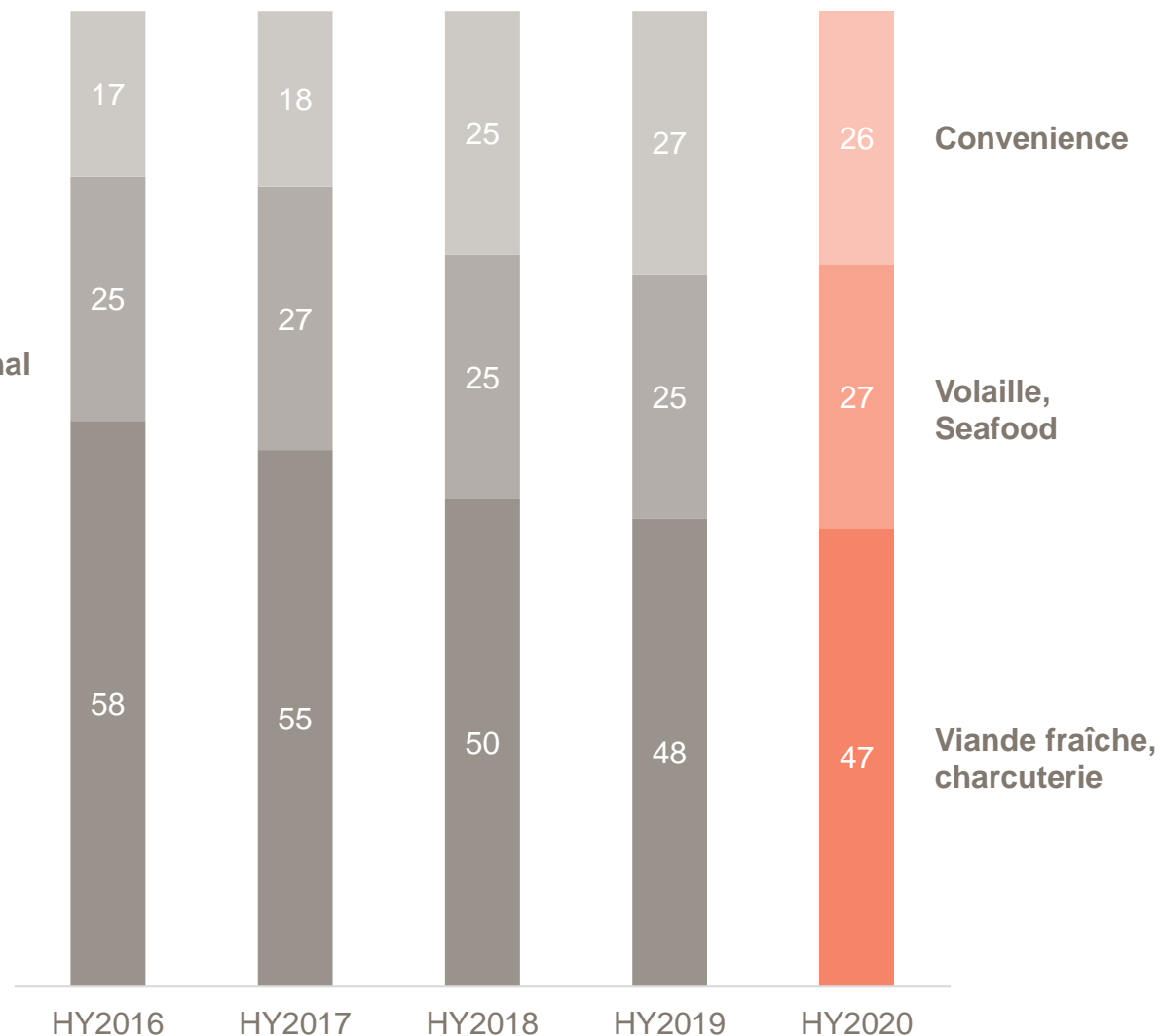
Chiffre d'affaires des marchandises

en millions de CHF



Répartition du chiffre d'affaires par groupes de produits

en %

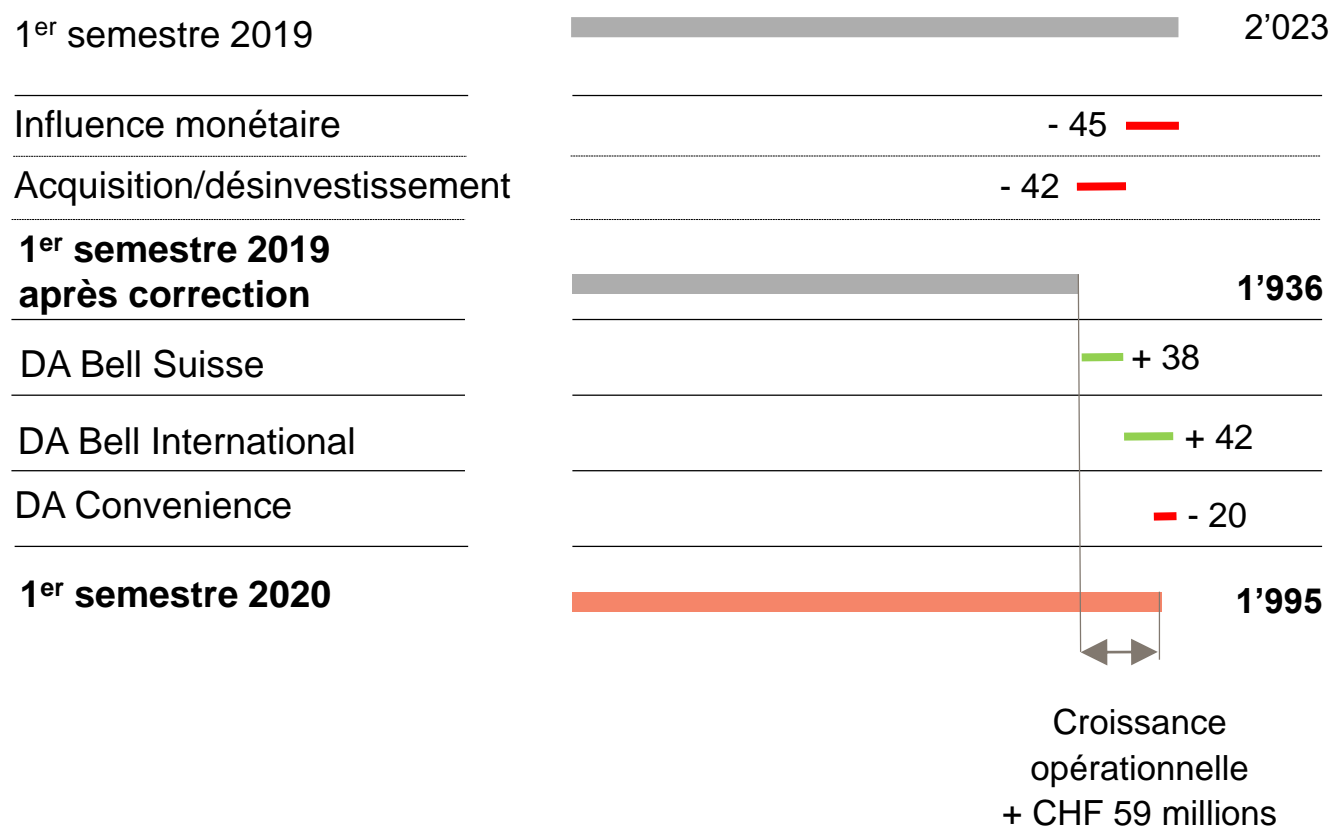


Détails et explications sur le premier semestre

Influences sur le chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires des marchandises

en millions de CHF

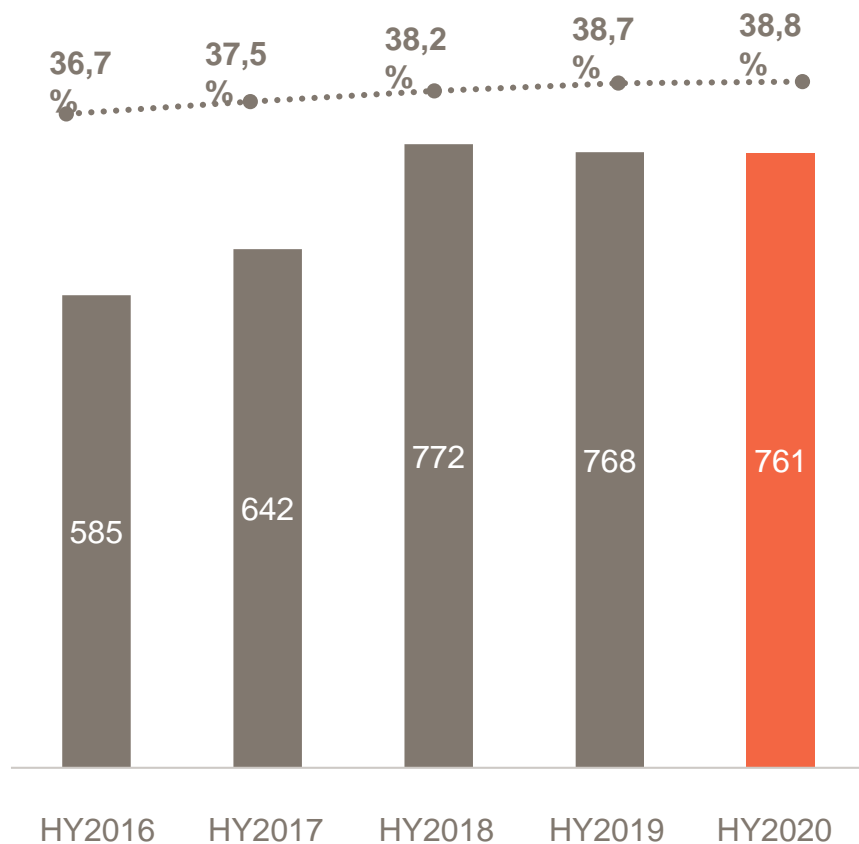


- Croissance organique du chiffre d'affaires de 2,9 %
- Performance réjouissante de Bell International ; la perte de chiffre d'affaires due à la cession des activités sur les produits de charcuterie échaudés en Allemagne en 2019 a pu être compensée
- Les répercussions du coronavirus ont contrarié l'essor du prêt à consommer

Evolution du résultat brut et de l'EBIT

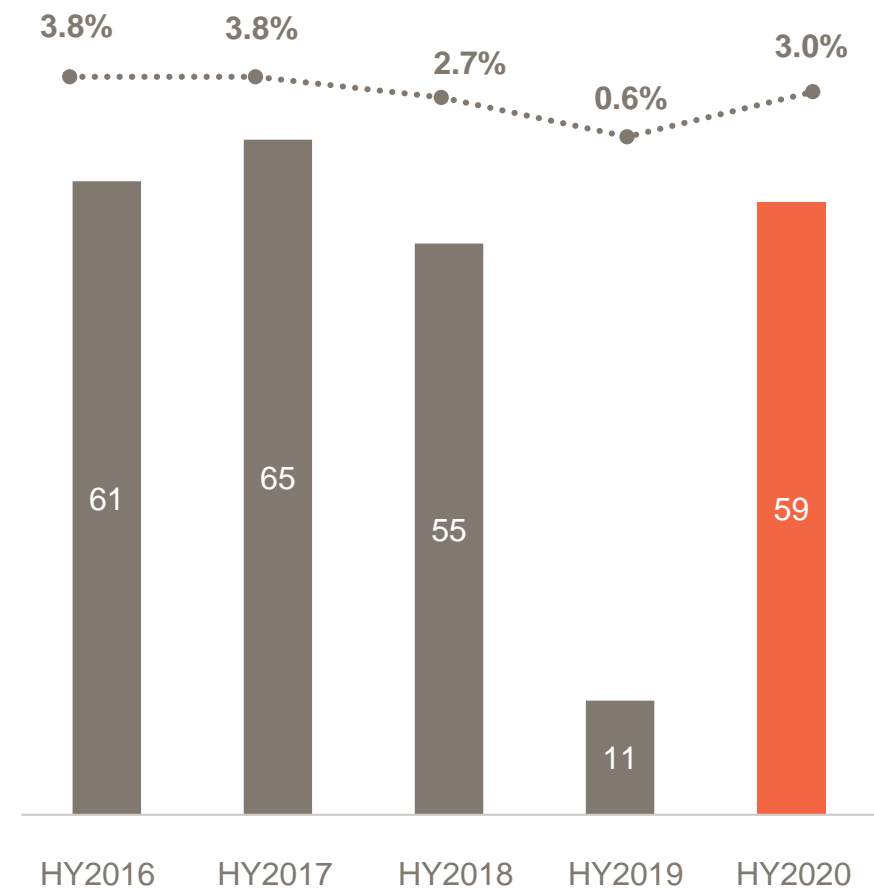
Résultat brut d'exploitation

en millions de CHF & en % du produit net



EBIT

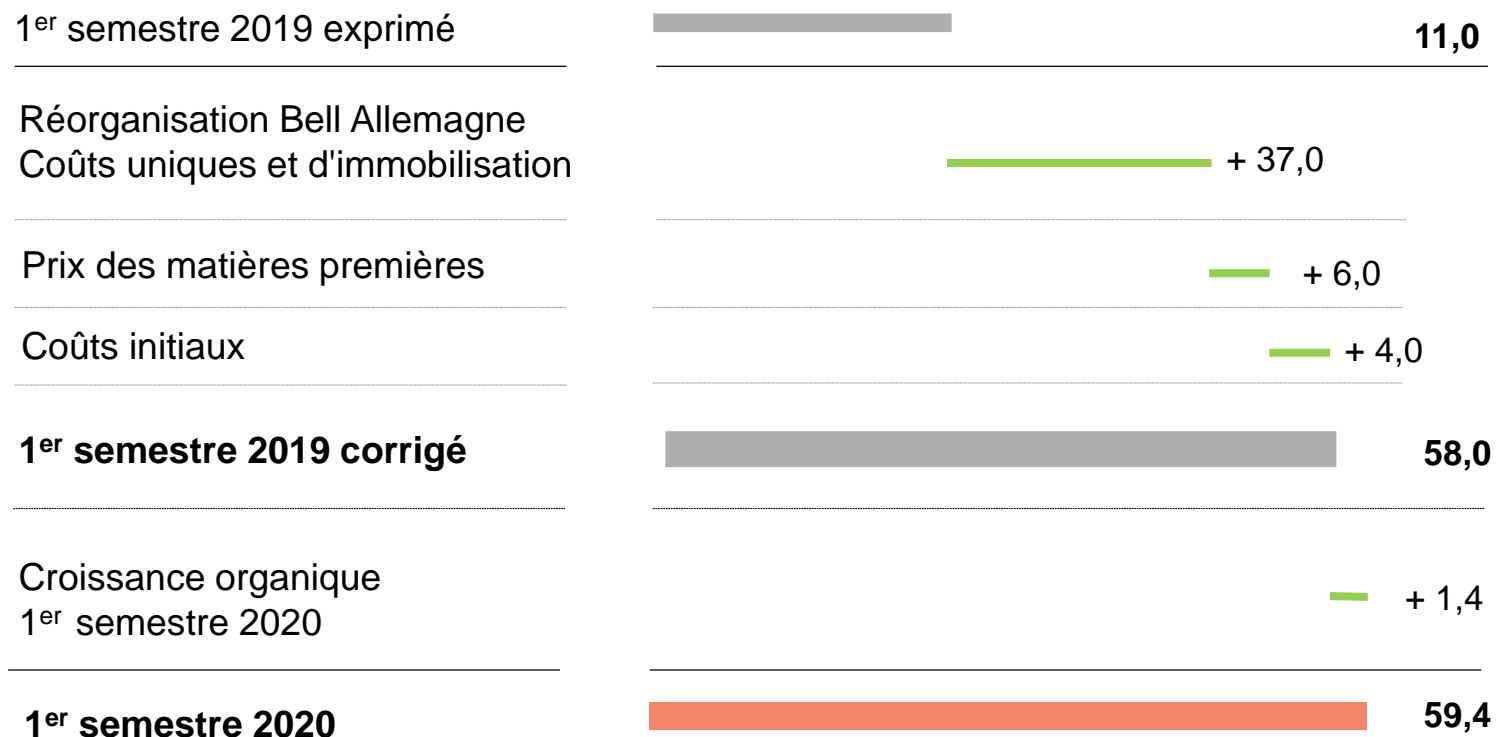
en millions de CHF & en % du produit net



Progrès opérationnels

EBIT

en millions de CHF



- Croissance organique réjouissante EBIT de 2,4 %
- Compensation du recul des services alimentaires par l'évolution favorable dans le commerce de détail
- Application supplémentaire de mesures pour endiguer les coûts

Transfert sur le bénéfice semestriel

	2019		2020
	exprimé	corrigé	exprimé
EBIT	11,0	58,0	59,4
Résultat d'entreprises associées	1,1	1,1	1,0
Résultats financiers	-7,5	-7,5	-9,9
<i>dont pertes de change</i>	-2,8	-2,8	-5,7
<i>dont autres résultats financiers</i>	-4,6	-4,6	-4,2
Impôts	-14,3	-12,3	-15,6
Parts de tiers au bénéfice	0,1	0,1	0,0
Résultat semestriel	-9,6	39,4	34,9

- Résultat financier inférieur à l'année précédente en raison de pertes de change plus importantes
- L'amélioration du résultat augmente la charge fiscale
- Influence négative de la réforme fiscale en Suisse sur l'exercice précédent

Détails et explications sur le premier semestre

Bilan et cash-flow 1^{er} semestre 2020

Liquidités
en millions de CHF

143

Part du capital total
5,4 %

Engagement
financier net
en millions de CHF

724

Fonds propres
en millions de CHF

1'273

Part du capital total
48,5 %

Cash-flow
d'activités de
l'entreprise
en millions de CHF

86

Investissements en
immobilisations
corporelles/logiciels
en millions de CHF

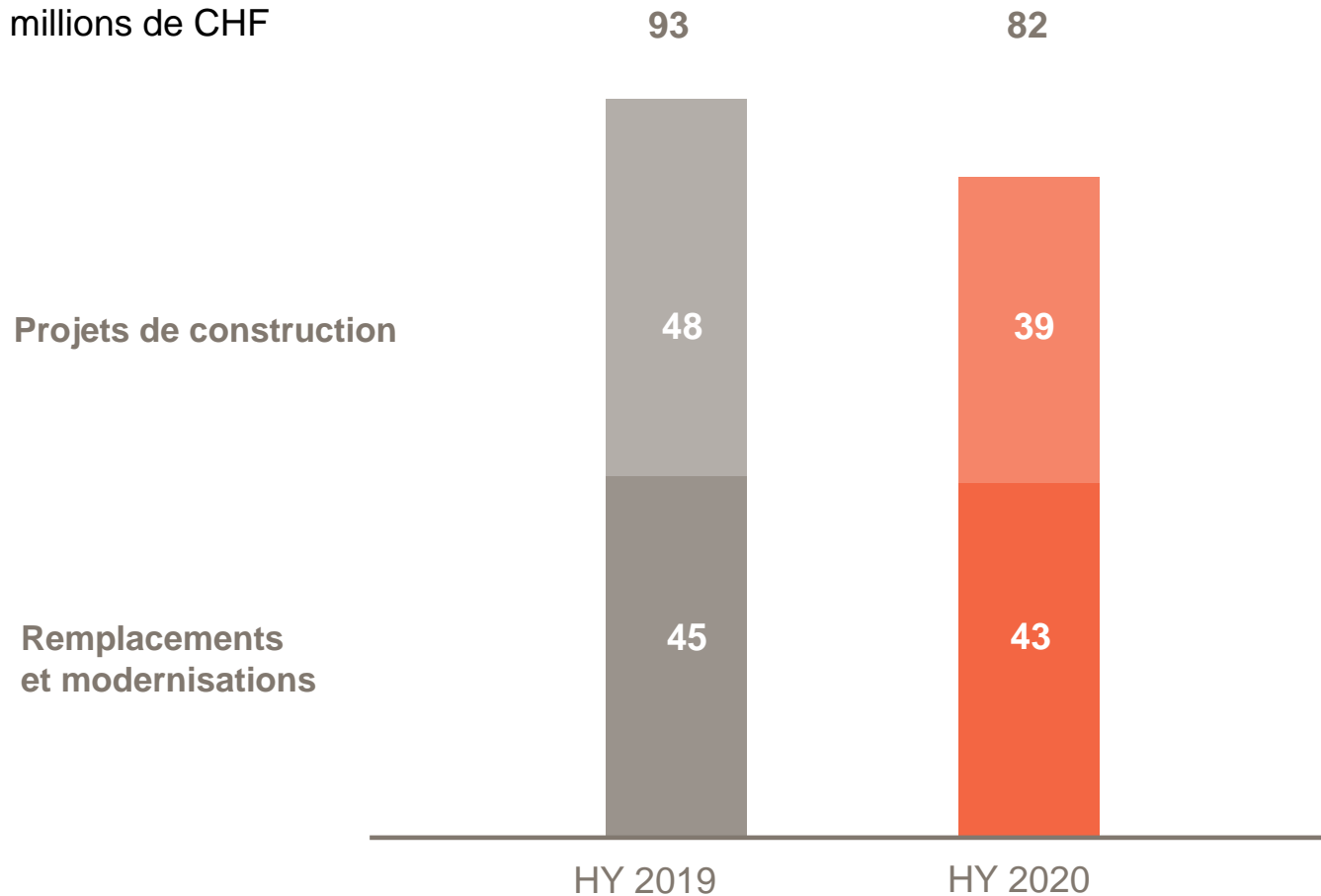
82

-11,9 %

- Bilan sans modifications majeures par rapport à fin 2019
- Concentration sur la sécurisation des liquidités de toutes les sociétés du groupe
- A raison de 48,5 %, quote-part de fonds propres très robuste et engagements financiers nets stables
- Avec ses assises financières très solides, Bell Food Group est bien armé pour l'avenir

Investissements

Capex en actifs immobilisés/logiciels en millions de CHF



- Réduction des investissements en raison du coronavirus, dans la mesure du possible sans impact négatif majeur
- Les investissements en immobilisations corporelles prévus pour 2020 se situent dans la fourchette inférieure du niveau annoncé d'env. CHF 200 à 250 millions

Evolution des domaines d'activité.

Domaine d'activité Bell Suisse

- Manques à gagner dans les services alimentaires compensés par des hausses significatives des chiffres d'affaires dans le commerce de détail
- Productivité élevée malgré une adaptation rapide de la composition des assortiments et canaux de vente
- Disponibilité de livraison assurée à tout moment
- Secteur d'activité central très solide et résultat opérationnel supérieur à l'exercice précédent

Chiffre d'affaires des
marchandises
en millions de CHF

1'020
+ 3,8 %

Volume des ventes
en millions de kg

62,6
+ 1,6 %

Investissements nets
en immobilisations
corporelles/software
en millions de CHF

22,1
+ 22,8 %

Bell Suisse



Sites

13

Personnel

3'400



Assortiment

**Viande fraîche, Volaille, Charcuterie,
Seafood**



Domaine d'activité Bell International

- Les trois divisions du domaine d'activité ont contribué aux progrès opérationnels et à une amélioration du résultat
- Forte croissance organique du segment de la volaille et chez Bell Allemagne générée par le commerce de détail
- La cession des activités sur les produits de charcuterie échaudés a nettement réduit l'exposition dans le canal des services alimentaires et, par conséquent, les répercussions de la pandémie de coronavirus
- Légère détente au niveau des prix des matières premières, réalisation réjouissante de l'adaptation des prix de vente qui s'imposait depuis longtemps
- Les mesures initiées l'an passé pour améliorer l'efficacité dans le secteur de la volaille ont porté leurs fruits

Bell International



Sites

25

Personnel

3'800



Assortiment

Volaille, Charcuterie

Chiffre d'affaires des
marchandises
en millions de CHF

482
+ 8,1 % corrigé*

Volume des ventes
en millions de kg

102,4
+ 2,0 % corrigé*

Investissements nets
en immobilisations
corporelles/software
en millions de CHF

17,4
- 43,3 %



*après correction des influences de change et acquisition/désinvestissement

Domaine d'activité Convenience

- Les gammes à emporter et Convenience frais, moteurs de croissance d'ordinaire dans les services alimentaires et le commerce de détail, ont particulièrement souffert des répercussions de la pandémie de coronavirus
- Contrairement à Bell Schweiz et Bell international, les manques à gagner n'ont pas pu être compensés dans les services alimentaires
- Les nouveaux sites de production à Marchtrenk et Bad Wünnenberg ont souffert de ces répercussions et n'ont pas pu atteindre les volumes prévus
- Programme d'assortiment et niveau de coûts immédiatement adaptés au nouveau contexte, mais le recul du résultat n'a pas pu être empêché

Convenience



Sites

27

Personnel

5'000



Assortiment

Produits prêts à consommer longue
conservation, frais et ultra-frais

Chiffre d'affaires des
marchandises
en millions de CHF

515
- 3,6% corrigé*

Volume des ventes
en millions de kg

96,9
- 2,5 % corrigé*

Investissements nets
en immobilisations
corporelles/software
en millions de CHF

42,8
- 4,3 %

*après correction des influences de change et acquisition/désinvestissement



Perspectives.

Bell Food Group

- Futures répercussions de la pandémie de coronavirus difficiles à évaluer ; une gestion de risque attentive reste en place pour limiter les conséquences potentielles
- Rétablissement progressif dans les services alimentaires, parallèlement au retour à un niveau comparable à l'avant-Covid dans le commerce de détail
- Atteindre des progrès opérationnels supplémentaires dans tous les domaines d'activité

Domaine d'activité Bell Suisse

- Rentabilité assurée grâce à la réactivité et au niveau d'efficience
- Mise en œuvre des projets stratégiques

Domaine d'activité Bell International

- La situation restera tendue sur le plan des prix des matières premières en raison d'une volatilité élevée
- Concentration maintenue sur le jambon cru et la volaille, initiatives couronnées de succès au niveau des gains d'efficience et de compétitivité

Domaine d'activité Convenience

- Profiter du rétablissement prévu dans les segments des services alimentaires et de la restauration hors domicile grâce à l'orientation stratégique et une capacité d'innovation élevée
- Proposer aux clients d'autres sources de valeur ajoutée en apportant des innovations dans l'assortiment et les solutions alimentaires



Bell Food Group

Le premier semestre 2020 marqué par la pandémie a montré que le modèle commercial robuste et durable de Bell Food Group ainsi qu'un niveau de performance élevé font leurs preuves même dans les situations extraordinaires. Grâce à un secteur central très solide, avec la viande et les produits carnés d'une part et des produits innovants à fort potentiel dans le segment du Convenience d'autre part, le groupe est capable de maîtriser de tels défis.



Bell Food Group 1^{er} semestre 2020

Bon résultat opérationnel grâce à un modèle commercial largement étayé et un niveau d'efficience élevé

Présentation pour les analystes financiers