

Communiqué aux médias

Bâle, le 13 février 2019

Publicité ad hoc

Forte croissance de Bell Food Group en 2018 avec un bénéfice annuel inférieur ; le domaine d'activité Convenience réalise pour la première fois un quart du chiffre d'affaires total

En 2018, le chiffre d'affaires de Bell Food Group a augmenté de 15,4 % à CHF 4,1 milliards, tandis que le volume des ventes a progressé de 19,6 % à 542,9 millions de kilos. Au niveau de l'EBITDA, l'augmentation est de 8,8 % pour atteindre CHF 305 millions. Un premier semestre faible, le poids accru des amortissements et d'effets de change ont entraîné une diminution du bénéfice annuel. A raison de CHF 89,3 millions, celui-ci marque un recul de 16,1 % par rapport à l'exercice précédent. Après correction des effets de change, la diminution du bénéfice est encore de 2,8 %.

Au cours de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires de Bell Food Group a augmenté de 15,4 % ou CHF 554,1 millions à CHF 4,1 milliards. Le volume des ventes a progressé de 19,6 % à 542,9 millions de kilos (+89,1 millions). La croissance est principalement intervenue dans le domaine d'activité Convenience. Les acquisitions de Hügli et de Sylvain & CO, ainsi que des progrès opérationnels, ont permis de renforcer nettement la position du groupe sur ce marché attrayant et en plein essor. Désormais, le domaine d'activité Convenience représente déjà environ un quart du chiffre d'affaires du groupe. Dans son secteur d'activité principal des produits carnés et charcutiers, de la volaille et des poissons et fruits de mer, Bell Food Group a également enregistré une croissance organique.

A raison de CHF 1,6 milliard, le résultat brut d'exploitation est en hausse de CHF 256,6 millions par rapport à l'exercice précédent. La marge bénéficiaire brute a gagné 1,5 point de pourcentage pour passer à 38,6 %. La représentation accrue des produits à forte valeur ajoutée du segment du Convenience ainsi que des effets liés aux changes et aux acquisitions sont à l'origine de cette hausse.

En plus des effets de change et des acquisitions, les coûts d'exploitation sont également influencés par l'augmentation des volumes et des coûts de personnel en hausse dans le secteur international de la volaille. Globalement, l'EBITDA a progressé de CHF 24,8 millions à CHF 305,4 millions. En raison des acquisitions, les amortissements ont augmenté de CHF 164,7 millions par rapport à l'exercice précédent. Il en résulte un EBIT de CHF 140,6 millions (-6,1 %, CHF -9,1 millions). Des effets de change négatifs apparaissent au passif du bilan financier de Bell Food Group. À raison de CHF 89,3 millions, le bénéfice de l'exercice a baissé de 16,1% ou CHF 17,2 millions par rapport à l'exercice précédent. Après correction des effets de change dans le résultat financier, le recul est encore de 2,8 %. Les mesures introduites après un premier semestre faible ont produit leurs effets au deuxième semestre 2018. Elles ont permis de stopper le recul du résultat, mais pas de le compenser totalement jusqu'à la fin de l'exercice en raison d'activités de Noël décevantes.

Evolution dans les segments

D'une façon générale, le marché de **Bell Suisse** était stable dans l'exercice sous revue pour la viande et la charcuterie et les hausses du chiffre d'affaires et du volume des ventes expriment ainsi des gains en parts du marché. Alors que le commerce de détail demeurait sous pression, l'évolution des ventes était positive dans le domaine des services alimentaires. Le recul du premier semestre a pu être stoppé au second grâce aux mesures correctrices introduites immédiatement. Des activités de Noël moroses ont toutefois à nouveau absorbé une partie des progrès enregistrés.

En Allemagne, le marché des produits charcutiers était en léger recul. Dans ce contexte général, **Bell Allemagne** a augmenté son chiffre d'affaires et a gagné des parts de marché. La société nationale en Espagne, rattachée à la division Bell Allemagne sur le plan de l'organisation, a évolué de manière réjouissante.

La division **Bell International** a une fois de plus augmenté son chiffre d'affaires et le volume des ventes au cours de l'exercice 2018. Toutes ses unités commerciales ont contribué à cette croissance. En raison de coûts de personnel en hausse et de renchérissements sur le fourrage, le secteur de la volaille n'a par contre pas atteint les objectifs en Autriche et en Allemagne. Dans ce dernier pays, les ventes dans le secteur de la volaille biologique étaient inférieures aux prévisions. Au cours du deuxième semestre, les mesures correctrices introduites ont permis de stopper partiellement le recul. Sur le front de la vente, les hausses de prix visées n'ont notamment pu être réalisées qu'à partir de novembre 2018.

Réunies au sein du domaine **Convenience**, les activités d'Eisberg, de Hilcona et de Hügli ont évolué de manière réjouissante dans l'exercice sous revue. En plus des acquisitions de Hügli et de Sylvain & CO, la progression du chiffre d'affaires et du volume des ventes est également à rapporter à des progrès opérationnels. Hilcona a connu un bon exercice et a enregistré des progressions tant dans le commerce de détail que dans le secteur des services alimentaires et c'est principalement aussi dans ce secteur que les chiffres d'affaires d'Eisberg ont évolué positivement. L'intégration de Hügli au sein de Bell Food Group s'est effectuée conformément aux planifications et aux attentes, même si des activités de fin d'année inhabituellement faibles ont finalement comprimé le résultat.

Distribution en hausse

Une augmentation de capital avait été effectuée en juin 2018 en vue du financement de l'acquisition de Hügli, d'autres projets d'investissement ainsi que d'éventuelles étapes de croissance stratégique futures. Un dividende de CHF 5.50 par action est proposé à l'assemblée générale pour 2018. En raison de l'augmentation du nombre d'actions, le montant total versé à ce titre est en hausse d'env. CHF 2,5 millions par rapport à l'exercice précédent. La distribution devrait être intégralement prélevée sur les réserves d'apport en capital.

Perspectives 2019

L'intégration de Hügli et de Sylvain & CO s'achèvera en 2019. Les bases en vue d'exploiter des potentiels de synergie ont été mises en place chez Hügli dans le courant de l'exercice 2018 et devraient permettre, en 2019 et dans les années suivantes, d'apporter une contribution substantielle aux résultats du segment Convenience. En même temps, Bell Food Group poursuit sa croissance stratégique dans le domaine d'activité Convenience par la mise en service d'une nouvelle usine dédiée à ce segment à Marchtrenk en Autriche. Les mesures introduites dans l'exercice sous revue devraient par ailleurs déployer pleinement leurs effets sur le résultat de l'exercice 2019.

Chiffres clés Bell Food Group	2018	2017	+/-
Chiffre d'affaires en millions de CHF	4'143,2	3'589,0	+15,4 %
Produits nets d'exploitation en millions de CHF	4'059,4	3'537,3	+14,8 %
Volumes des ventes en millions de kg	542,9	453,8	+19,6 %
Résultat brut d'exploitation en millions de CHF en % des produits nets	1'567,2 38,6 %	1'310,7 37,1 %	+19,6 %
EBITDA en millions de CHF en % des produits nets	305,4 7,5 %	280,6 7,9 %	+8,8 %
EBIT en millions de CHF en % des produits nets	140,6 3,5 %	149,7 4,2 %	-6,1 %
Bénéfice de l'exercice en millions de CHF en % des produits nets	89,3 2,2 %	106,5 3,0 %	-16,1 %
<i>Bénéfice de l'exercice après correction des effets de change en millions de CHF</i>	<i>93,9</i>	<i>96,6</i>	<i>-2,8 %</i>
Effectif du personnel en équivalents plein temps au 31.12	12'442	10'578	+17,6 %

Segments

Chiffre d'affaires en millions de CHF			
- Bell Suisse*	1'981,5	1'960,5	+1,1 %
- Bell Allemagne*	501,1	477,2	+5,0 %
- Bell International*	662,4	610,4	+8,5 %
- Convenience*	1'074,1	618,5	+73,7 %
- Consolidation	-76,0	-77,5	

* y c. chiffre d'affaires avec d'autres divisions

Volumes des ventes en millions de kg			
- Bell Suisse*	125,7	125,5	+0,2 %
- Bell Allemagne*	72,6	72,4	+0,2 %
- Bell International*	164,2	159,3	+3,1 %
- Convenience*	190,4	107,9	+76,5 %
- Consolidation	-10,0		-11,3

* y c. ventes avec d'autres divisions

A propos de Bell Food Group

Bell Food Group compte parmi les principaux transformateurs européens de viande et de produits Convenience. L'offre comprend de la viande, de la volaille, de la charcuterie ainsi que des produits des gammes Seafood et Convenience. Les marques Bell, Eisberg, Hilcona et Hügli permettent au groupe de répondre aux attentes diverses des clients. Ceux-ci représentent notamment le commerce de détail, le Food Service ainsi que l'industrie alimentaire. Un effectif d'environ 12'500 personnes a réalisé un chiffre d'affaires de plus de CHF 4 milliards. Bell Food Group est coté à la Bourse suisse.