

## Communiqué de presse

Bâle, le 11 février 2022

Communiqué ad hoc selon l'article 53 RC

### Activités centrales solides : Bell Food Group a de nouveau réalisé un excellent exercice

- En 2021, Bell Food Group a réalisé le meilleur résultat de son histoire. Le chiffre d'affaires ajusté a augmenté de 3.2 % à CHF 4.2 milliards, l'EBIT de 2.5 % à CHF 164.5 millions et le bénéfice annuel de 10.0 % à CHF 129.5 millions. Une augmentation du dividende de CHF 0.50 à CHF 7.00 par action est proposée à l'assemblée générale.
- Ces bons résultats ont principalement été obtenus grâce à la solidité du secteur d'activité central des produits carnés et du prêt à consommer dans le commerce de détail en Suisse. Une fois de plus, la diversité parmi les catégories de l'offre et les canaux de distribution s'est révélée un avantage stratégique qui demeurera très important à l'avenir.
- Tous les domaines d'activité ont contribué au bon résultat : chez Bell Suisse, le secteur Seafood a encore nettement développé sa position de leader du marché. Bell International a progressé dans tous les domaines, mais surtout dans celui de la volaille bio. Dans le domaine d'activité Convenience, ce sont les produits végétariens et les pâtes fraîches qui ont enregistré la plus forte croissance.
- D'ici 2025, Bell Food Group investira massivement dans le développement et la modernisation de son infrastructure de production en Suisse. L'entreprise veut ainsi renforcer sa compétitivité et assurer à long terme sa position dominante sur le marché intérieur suisse.

En 2021, Bell Food Group a prolongé la bonne performance de l'exercice précédent et augmenté le chiffre d'affaires ajusté de 3.2 % (+CHF 132.3 millions) à CHF 4.2 milliards. Le CEO Lorenz Wyss exprime sa satisfaction : « Je constate avec beaucoup de plaisir que malgré les conditions-cadres exigeantes, nous avons réussi à dépasser les excellents résultats de l'exercice précédent. » Tous les domaines d'activité de Bell Food Group ont contribué à la bonne marche des affaires. Une part importante en revient toutefois au commerce de détail en Suisse pour les produits carnés et prêts à consommer. Après le recul de l'année précédente en raison de la pandémie, des tendances au redressement se sont exprimées dans les segments des services alimentaires et de la vente à l'emporter.

#### Meilleur résultat de l'histoire de l'entreprise

À raison de CHF 129.5 millions, le bénéfice de l'exercice ajusté est en hausse de CHF 11.8 millions (+ 10.0 %) par rapport à l'exercice précédent. L'EBIT corrigé des effets extraordinaires s'élève à CHF 164.5 millions. Le résultat opérationnel de Bell Food Group est ainsi en hausse de CHF 4.1 millions

ou 2.5 % par rapport à l'exercice précédent. Les valeurs exprimées ont été corrigées d'un montant de CHF 2.1 millions en raison des effets extraordinaires liés à la réorganisation du site d'Eisberg à Villigen.

La solide substance de Bell Food Group se reflète également dans le bilan. La quote-part de fonds propres a atteint 50.5 %, en hausse de 0.8 point de pourcentage par rapport à l'exercice précédent. Par rapport à 2020, un déplacement d'un montant d'environ CHF 190 millions est intervenu entre les engagements financiers à long et à court termes. Il est principalement à rapporter à un emprunt obligataire de CHF 175 millions qui arrivera à échéance en mai 2022. Bell Food Group a l'intention de renouveler cet emprunt afin de financer les investissements stratégiques prévus. Les engagements financiers nets s'élèvent à CHF 681 millions (année précédente CHF 688 millions), si bien que le ratio d'endettement net de 2.1 est en deçà du cadre visé de 2.5.

→ *Les résultats détaillés et des commentaires sur l'exercice 2021 peuvent être consultés dans le rapport de gestion 2021 ainsi que dans la publication séparée « Indicateurs alternatifs de performance ».*

### **L'effet coronavirus demeure**

Suite à l'assouplissement des mesures anti-Covid au printemps et en été, le chiffre d'affaires du domaine Food Service s'est progressivement rétabli. Les volumes réalisés dans le commerce de détail ont en revanche reculé, mais pas dans l'ampleur escomptée. De l'incertitude et une certaine retenue demeuraient néanmoins perceptibles sur les marchés. Une hausse des prix des matières premières végétales, du matériel d'emballage, des matières auxiliaires et de l'énergie est devenue perceptible au deuxième semestre. D'une façon générale, la situation de la demande était volatile tout au long de l'exercice sous revue, ce qui s'est encore accentué avec le déclenchement de la vague Omicron au dernier trimestre 2021. Le modèle commercial largement étayé de Bell Food Group, avec des catégories d'offre et des canaux de distribution diversifiés, a fait ses preuves et s'est avéré un avantage stratégique.

### **Évolution réjouissante dans les domaines d'activité**

Malgré le redressement dans le canal des services alimentaires, les volumes réalisés dans le commerce de détail sont restés à un niveau élevé, surtout au premier semestre. C'était particulièrement vrai en Suisse. Le domaine **Bell Suisse** a ainsi poursuivi sur la bonne lancée de l'exercice précédent. Les catégories de produits Volaille et surtout Seafood ont connu une évolution particulièrement réjouissante, avec une croissance de plus de 10 % qui renforce encore nettement leur position de leader sur le marché suisse. Les secteurs de la volaille et du Seafood enregistrent tous deux une solide croissance depuis des années et contribuent ainsi de manière déterminante à la rentabilité de tout le domaine d'activité. Dans le domaine d'activité **Bell International**, la concentration stratégique sur les compétences centrales dans les segments du jambon cru et de la volaille biologique a de nouveau porté ses fruits. C'est la catégorie de la volaille biologique qui a enregistré la plus forte croissance, avec une progression du chiffre d'affaires de plus de 15 %. Grâce à la bonne performance dans toutes les divisions, Bell International a de nouveau augmenté sa rentabilité. Le domaine d'activité **Convenience** a progressé dans les segments des services alimentaires et des assortiments à l'emporter et constaté des tendances de redressement après les reculs conditionnés par le coronavirus en 2020. Bell Food Group est aussi un acteur central face à la tendance des produits végétariens et végétaliens, notamment avec sa propre marque The Green Mountain : le segment des alternatives végétales à la viande a enregistré une croissance réjouissante de 25 %.

## **Distribution en hausse**

En raison de la bonne marche des affaires, une augmentation de la distribution de CHF 0.50 à CHF 7.00 sera proposée à l'assemblée générale de Bell Food Group. 50 % de la distribution seront à prélever sur les réserves issues d'apports de capital et 50 % sur le résultat annuel de Bell Food Group.

- *Comme déjà l'an passé, l'assemblée générale de Bell Food Group se déroulera le 22 mars 2022 sans présence physique des actionnaires en raison de la situation sur le front de la pandémie. Les droits de vote ne pourront de ce fait être exercés que par l'octroi d'une procuration avec instructions au représentant indépendant.*

## **Investissements d'avenir**

La Suisse demeure le pilier du portefeuille d'activités de Bell Food Group. Adapter la compétitivité en Suisse de manière prospective aux futurs contextes des marchés et besoins des clients est par conséquent d'une importance stratégique centrale. L'entreprise investira de ce fait environ CHF 800 millions dans le développement et la modernisation de l'infrastructure de production en Suisse, avec un horizon de planification jusqu'en 2025. Lorenz Wyss l'explique ainsi : « Cela nous permet d'assurer notre compétitivité et la création de valeur à long terme ». En Suisse, le programme d'investissements comprend les projets suivants :

### *Modernisation Oensingen – assurer la compétitivité sur le marché de la viande en Suisse*

La production du site d'Oensingen sera modernisée et développée. La construction du nouvel entrepôt frigorifique, entièrement automatisé et équipé de technologies de congélation et décongélation de pointe, est déjà très avancée. Cela permettra de centraliser les capacités de stockage principalement externes actuellement et de diviser par deux la consommation d'énergie. Une plateforme logistique centrale ainsi qu'un centre de découpage sont aussi en chantier. Ces nouvelles constructions permettront d'accélérer nettement le rythme commande/livraison des produits frais avec des gains d'efficience, ce qui représentera un avantage concurrentiel déterminant pour l'avenir. La construction d'un nouvel abattoir bovin débutera en mars 2022. Il permettra de dépasser les standards actuels du marché en matière de bien-être animal, d'hygiène et de productivité. Les capacités de l'abattoir de bovins actuel étaient saturées depuis des années et, comme la durée d'exploitation prévue a été atteinte, il fallait le remplacer.

### *Agrandissement à Schaan et concentration des capacités de production chez Eisberg – pérenniser le marché du Convenience en Suisse*

Bell Food Group souhaite consolider encore ses assises dans le domaine du Convenience en Suisse. En plus de la modernisation de l'infrastructure, de nouvelles capacités seront créées pour des assortiments prometteurs comme les produits végétariens et végétariens. Le siège de Hilcona à Schaan sera modernisé dans le cadre d'un plan de développement portant sur plusieurs années. La première étape a été réalisée dans l'exercice sous revue, par la construction d'une extension pour la production de pâtes fraîches farcies. Les agrandissements tiennent compte de la future croissance et augmentent la compétitivité. Chez Eisberg, la production en Suisse sera concentrée sur les deux sites de Dällikon et d'Essert-sous-Champvent. Les usines de Villigen et de Dänikon seront fermées à moyen terme.

## **Bell Food Group vise une neutralité climatique**

La révision de la stratégie relative au développement durable était une priorité importante pour Bell Food Group en 2021. Approuvée en janvier 2022, cette nouvelle stratégie englobe huit champs thématiques avec des objectifs concrets. Sur le thème des émissions de gaz à effet de serre et de l'énergie, Bell Food Group veut atteindre la neutralité climatique dans l'entreprise (scope 1-2) d'ici 2035.

*-> Des informations plus détaillées sur la nouvelle stratégie et l'engagement de Bell Food Group dans ce domaine seront publiées au début de l'été 2022 dans le rapport de durabilité 2021.*

## **Perspectives**

Les marchés resteront volatils et difficilement prévisibles dans le proche avenir en raison des effets de la pandémie de coronavirus. Bell Food Group considère néanmoins que ces répercussions diminueront en 2022 et que la situation se normalisera lentement. La forme que prendra cette nouvelle normalité est en revanche difficile à anticiper. CEO Lorenz Wyss s'exprime à ce propos : « Parmi les changements dans les habitudes de consommation intervenus pendant la pandémie, il se pourrait que certains persistent et influencent durablement notre marche des affaires. »

Une normalisation croissante exercera une influence positive sur le domaine d'activité Convenience, lequel retrouvera ainsi son rôle de moteur de croissance du groupe. Le domaine d'activité Bell Suisse ne pourra en revanche pas répéter les excellentes performances des deux dernières années dans la même ampleur, et ce d'autant moins si le tourisme d'achat, qui a déjà en partie repris dans l'exercice sous revue, s'intensifie à nouveau. Ces activités centrales continueront néanmoins d'apporter une contribution déterminante au succès du groupe. À titre complémentaire, le domaine d'activité Bell International devrait enregistrer de nouveaux progrès et s'inscrire judicieusement dans la stratégie globale de Bell Food Group.

## **À 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, du Seafood ainsi que des produits prêts à consommer et végétariens. Les différentes marques du groupe, telles que Bell, Eisberg, Hilcona et Hügli, lui permettent de répondre aux attentes multiformes des clients. Ceux-ci représentent notamment le commerce de détail, les services et l'industrie alimentaires. Un effectif d'environ 12 000 personnes a réalisé un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4 milliards. Bell Food Group est coté à la Bourse suisse.