



Le groupe Bell maintient le cap en 2013

Bell, le plus grand transformateur de viande en Suisse, maintient le cap dans un marché exigeant. Le chiffre d'affaires a augmenté de 2,9 %, passant à CHF 1,27 milliard. Le bénéfice semestriel a reculé de 0,5 million, passant à CHF 24,5 millions.

Au cours de l'exercice 2013, le groupe Bell maintient toujours le cap. Avec quelque 107'600 tonnes, le volume de vente est demeuré stable. Le chiffre d'affaires, de CHF 1,27 milliard, est en hausse de 2,9 % par rapport à l'année dernière. Principalement conditionnée par les prix, cette évolution est à dû à une hausse moyenne des prix des matières premières. Le bénéfice brut de CHF 399 millions est en recul d'env. 2 millions par rapport à l'année précédente. Au niveau EBITDA, le résultat opérationnel de CHF 78,9 millions se situe au niveau de l'exercice précédent. A raison de CHF 24,5 millions, le bénéfice de l'entreprise est en baisse de 0,5 million par rapport à l'année précédente.

Solide résultat pour Bell Suisse

Le chiffre d'affaires de Bell Suisse a augmenté de 3,5 % pour atteindre CHF 893,4 millions. A raison d'env. 60'800 tonnes, le volume de vente est au niveau de l'année dernière. Alors qu'ils étaient restés longtemps stables en Suisse, les prix des matières premières ont maintenant nettement augmenté ici aussi. Les augmentations des prix des matières premières, atteignant jusqu'à 30 %, exercent une forte pression sur les marges. De plus, les ventes étaient maussades dans le segment des grillades au premier semestre en raison de la météo. Ceci a surtout influencé les résultats du secteur d'activité Charcuterie, où l'écoulement d'env. 13'000 tonnes marque un recul de 1,7 % par rapport à l'exercice précédent. Le secteur d'activité Volaille a en revanche enregistré une hausse de 680 tonnes (+4,4 %).

L'organisation de Bell Suisse a été modifiée au 1^{er} avril 2013. Les quatre unités commerciales Viande fraîche, Volaille, Charcuterie et Seafood se concentrent sur la production y afférente, ainsi que sur l'acquisition des matières premières (animaux d'abattage, viande, volaille et poisson). Les secteurs d'activité Approvisionnement/SCM ainsi que Vente/Marketing ont été détachés des anciens domaines et réorganisés. Le but central de ces changements organisationnels est l'exploitation de potentiels de synergies en vue de rendre les processus internes encore plus efficaces.

Optimisation de la distribution chez Bell Allemagne

Le chiffre d'affaires des marchandises de Bell Allemagne (y. c. l'usine en Espagne) a baissé de 1 % à CHF 234,5 millions. Le volume de vente de tout juste 30'600 tonnes est en recul de 7,2 % par rapport à l'exercice précédent. Le marché global a baissé entre 3 et 6 % suivant les groupes de produits durant la même période. Malgré une mauvaise saison des asperges conditionnée par la météo, les ventes de jambon cru ont augmenté. L'écoulement des autres gammes de produits – produits de charcuterie échaudés, saucisses sèches et Convenience – est inférieur à l'année dernière. En plus d'aspects liés à la météo, cette évolution est due à des mesures de rationalisation de l'assortiment initiées l'an passé et poursuivies en 2013.

Depuis le 1^{er} septembre 2012, le groupe Bell a réuni toutes ses activités commerciales en Allemagne au sein de Bell Deutschland GmbH & Co. KG à Seevetal. En mars 2013, le site administratif de Bochum a été fermé et la réorganisation de tous les services centraux réalisée au site de Seevetal.

Evolution positive de Bell Europe de l'Est/Benelux

Globalement, le chiffre d'affaires de Bell Europe de l'Est/Benelux de CHF 92,3 millions est en hausse de 5,6 % par rapport à l'année précédente. L'écoulement total s'est élevé à près de 10'000 tonnes. L'exploitation de Bell en Pologne est très bien occupée et a derrière elle un premier semestre positif. L'exploitation en Hongrie continue à lutter contre une conjoncture faible. Une amélioration de la marche des affaires est néanmoins en vue. Le réseau de boucheries exploité sous le nom de Novak continue à présenter une évolution positive. Novak a une présence de 101 sites en République tchèque, Slovaquie et Roumanie. L'évolution de Bell Benelux est de plus en plus favorable. La nouvelle stratégie de vente, concentrée sur les produits d'usines du groupe et de partenaires stratégiques, est en cours d'application.



Position renforcée de Bell France grâce à la nouvelle stratégie de marque

En France, l'évolution des ventes des assortiments de saucissons secs et jambons était réjouissante au premier semestre, avec une croissance de 3 % à env. 6200 tonnes. Le chiffre d'affaires a progressé de 7,7 % à CHF 50,1 millions. Une stratégie de marque a été développée pour Bell France. Les articles de marque de la production française sont désormais tous vendus sous la marque « M^ossieur Polette ». Le marché a bien accueilli la nouvelle stratégie ; beaucoup de nouveaux référencements ont pu être obtenus et la position sur le marché français s'en trouve renforcée.

Perspectives

De nets progrès opérationnels ont été enregistrés à l'étranger au cours du premier semestre ; les diverses mesures qui ont été entamées avec succès au niveau de l'organisation dans les divisions porteront leurs fruits dans le courant du deuxième semestre 2013. Au cours du deuxième semestre, Bell continuera à travailler résolument à l'exploitation de potentiels de synergie dans tout le groupe afin de jeter ainsi les bases d'une croissance profitable. Dans l'hypothèse d'un contexte de marché stable, Bell prévoit une nouvelle amélioration de ses activités internationales. En Suisse, la marche des affaires dépend fortement de la future évolution des prix des matières premières. D'une façon générale, Bell prévoit pour 2013 un résultat opérationnel dans le cadre de l'exercice précédent.

Chiffres clés du groupe Bell – 1 ^{er} semestre	2013	2012	+/-
Chiffre d'affaires en 1000 CHF	1'270'268	1'234'019	+2,9 %
- Suisse	893'424	863'324	
- Europe	376'844	370'695	
Volumes des ventes en tonnes	107'574	109'557	-1,8 %
- Suisse	60'842	60'882	
- Europe	46'732	48'675	
EBITDA	78'868	78'902	-
en % du produit net	6,3 %	6,5 %	
EBIT	36'193	36'235	-0,1 %
en % du produit net	2,9 %	3,0 %	
Bénéfice semestriel	24'545	25'085	-2,2 %
en % du produit net	3,0 %	2,9 %	
Investissements en actifs immobilisés en 1'000 CHF	34'445	39'653	-13,1 %
Effectif du personnel (FTE)	6'193	6'259	
- Suisse	3'318	3'247	
- Europe	2'875	3'012	

Ce communiqué de presse peut être téléchargé sur

<http://www.bell.ch/fr/medias/communications-aux-medias.aspx>.

Les comptes annuels complets sont disponibles sur <http://www.bell.ch/fr/investisseurs/rapports-annuels.aspx>.

Vous trouverez de plus amples informations sur le groupe Bell ainsi que des photos sur www.bell.ch.

A propos de Bell

Le groupe Bell compte parmi les principaux transformateurs de viande en Europe. L'offre comprend de la viande, de la volaille, de la charcuterie ainsi que des produits de la mer et des plats cuisinés. Les marques Bell, Abraham, ZIMBO, M^ossieur Polette et Hoppe couvrent une demande diversifiée. Le cercle de clients réunit des grossistes et le commerce de détail, l'hôtellerie-restauration et l'industrie alimentaire. Quelque 6'500 collaborateurs ont réalisé en 2012 un chiffre d'affaires consolidé de CHF 2,53 milliards. L'entreprise est cotée à la Bourse suisse.

Pour tout renseignement complémentaire : Davide Elia, responsable Corporate Marketing/Communication
Tél. +41 58 326 2212 ; davide.elia@bell.ch
Bell SA, case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse