



Solide amélioration du résultat malgré un renchérissement des matières premières

Au cours du premier semestre 2017, le chiffre d'affaires de Bell Food Group a augmenté de 7,3 % à CHF 1,73 milliard. À raison de CHF 130 millions, l'EBITDA est en hausse de 8,5 % par rapport à l'exercice précédent. Après déduction des participations minoritaires, le bénéfice de l'entreprise a progressé de 9,1 % à CHF 39,5 millions.

Au cours du premier semestre 2017, le chiffre d'affaires de Bell Food Group a augmenté de 7,3 % ou CHF 118 millions à CHF 1,73 milliard. Cette croissance s'explique principalement par les acquisitions de Hubers, Eisberg, Geiser et Cher-Mignon l'année dernière. Au total, le volume des ventes de Bell Food Group s'est élevé à 223'770 tonnes, avec une augmentation plus que proportionnelle par rapport au chiffre d'affaires (+16,6 %, +31'842 t).

À raison de CHF 65,4 millions, l'EBIT a augmenté d'env. CHF 4,4 millions par rapport à l'exercice précédent. Ce solide résultat semestriel est réjouissant dans le contexte d'un net renchérissement de la viande porcine en Allemagne, en France et en Europe de l'Est.

Le bénéfice de l'entreprise, après déduction des participations minoritaires, a progressé de 9,1 % par rapport à l'exercice précédent (CHF +3,3 millions) et s'élève à CHF 39,5 millions. Annoncée au premier semestre, la reprise complète du groupe Hilcona n'apparaît pas encore dans le bouclage. En revanche, la vente du réseau de succursales en République tchèque ainsi que la déconsolidation parallèle de ZIMBO Czechia s.r.o. à fin mars 2017 sont déjà prises en compte.

Bell Suisse : début d'année mitigé suivi d'un bon démarrage de la saison des grillades

Bell Suisse a réussi à augmenter son chiffre d'affaires des marchandises de CHF 29,0 millions à CHF 962,7 millions (+3,1 %). Cette croissance est principalement attribuable aux rachats des sociétés Geiser et Cher-Mignon l'année précédente. Après correction des effets liés aux acquisitions, la progression du chiffre d'affaires des marchandises est de 0,3 %.

Au premier semestre 2017, le volume des ventes s'est élevé à 63'056 tonnes (+1,4 %, +896 t). Après correction des effets liés aux acquisitions, ce volume est en léger recul. Cette évolution s'explique principalement par un début d'année morose et un déroulement insatisfaisant des ventes de Pâques. Grâce à une météo favorable au printemps, le bon démarrage de la saison des grillades a permis de compenser une grande partie du recul.

Bell Allemagne : renchérissement des matières premières pas compensé par la hausse des ventes

Dans la division Bell Allemagne, le volume des ventes a augmenté de 4,1 % ou 1'349 tonnes à 33'900 tonnes. Le chiffre d'affaires des marchandises a également progressé, de CHF 2,5 millions (+ 1,2 %) à CHF 215,0 millions au total. Grâce à des actions ciblées au niveau des ventes, l'impact du net renchérissement des matières premières a pu être atténué, mais pas totalement compensé. Des effets négatifs demeuraient perceptibles surtout dans le domaine de la charcuterie.

Afin de consolider encore le segment du jambon cru, la première pierre d'une nouvelle usine pour les spécialités espagnoles dans les environs de Madrid a pu être posée au premier semestre 2017. Début avril 2017, Bell Food Group a par ailleurs repris les installations de production d'un spécialiste de la charcuterie ibérique.

Bell International : croissance grâce aux acquisitions et à des ventes en hausse

Bell International a pu augmenter le volume des ventes de 24'172 tonnes ou 44,4 % à 78'648 tonnes. Cette évolution est principalement à rapporter au rachat de l'entreprise autrichienne Hubers en 2016, spécialisée dans la volaille, ainsi qu'à la nette augmentation des produits vendus en Pologne. À raison de CHF 292,8 millions, le chiffre d'affaires des marchandises a progressé de CHF 69,4 millions ou 31,0 % par rapport à l'exercice précédent. Ces chiffres tiennent déjà compte de la vente du réseau de succursales en République tchèque à fin mars 2017.

Le net renchérissement des matières premières a péjoré la situation de la division Bell International sur tous les marchés traités dans le segment de la charcuterie. En France, les mesures de réorganisation décidées sont toujours implémentées avec rigueur. Hubers évolue de manière très réjouissante et a pu développer encore sa position sur les marchés autrichien et du sud de l'Allemagne. L'agrandissement de l'usine de dindes en Bavière est pratiquement achevé et sera opérationnel au troisième trimestre 2017. L'entreprise poursuit ainsi la stratégie de croissance dans le segment de la production de viande de dinde.

Hilcona : évolution toujours positive dans le segment du Convenience

La reprise complète du groupe Hilcona a été annoncée à fin mai 2017. La nouvelle structure simplifie l'organisation de direction et crée les bases nécessaires à la future croissance sur le marché du Convenience. Le résultat semestriel 2017 n'est pas influencé par ce rachat, du fait que les autorités de surveillance de la concurrence doivent encore avaliser la transaction.

Grâce au rachat d'Eisberg l'année précédente et de Frostag Food-Centrum AG début 2017, le chiffre d'affaires des marchandises dans le domaine du Convenience a augmenté de CHF 26,5 millions ou 9,6 % à CHF 302,0 millions. Les deux domaines d'activité Hilcona et Eisberg évoluent ainsi conformément aux attentes ambitieuses.

Dans les environs de Linz en Autriche, Bell Food Group s'apprête à investir EUR 30 millions dans un nouveau site de production pour les produits de la gamme Convenience. Les travaux devraient débuter en septembre de cette année et la mise en service est prévue pour l'automne 2018. Bell Food Group vise à exploiter en Autriche le grand potentiel de ce marché grâce au nouveau site de production.

Perspectives

Bell Food Group ne s'attend pas encore à une baisse significative des prix des matières premières pour la viande de porc en Europe au deuxième semestre. La mise en œuvre de la stratégie initiée au niveau des ventes ainsi que des mesures de réduction des coûts sera poursuivie avec détermination.

Au deuxième semestre 2017, l'approbation du rachat complet ainsi que l'intégration du groupe Hilcona seront également au centre des priorités. Bell Food Group est d'avis que le marché du Convenience continuera de progresser en Europe et maintient donc sa stratégie dans ce domaine.

La concrétisation du projet de constructions et transformations aux sites suisses de Bâle et d'Oensingen se poursuivra. La stratégie d'investissement de Bell Suisse SA est axée sur l'avenir, afin d'assurer à l'entreprise une action efficiente sur le marché à long terme.