

Communiqué de presse

Bâle, le 13 août 2024
Annonce événementielle au
sens de l'art. 53 RC

Croissance organique réjouissante de 5 % pour le Bell Food Group

- Le Bell Food Group poursuit l'évolution positive des années précédentes avec un bon résultat opérationnel au premier semestre 2024. Le produit net a augmenté de 5.1 % à CHF 2.3 milliards après correction des effets liés aux changes et aux acquisitions.
- L'EBITDA est en hausse de CHF 3.6 millions (+2.4 %) à CHF 151.6 millions. La tendance positive des dernières années s'est ainsi poursuivie.
- L'EBIT a atteint CHF 63.8 millions, ce qui représente une progression de 0.3 % par rapport à la valeur de l'exercice précédent. Le bénéfice semestriel est resté stable à CHF 45.3 millions.
- Tous les domaines d'activité ont contribué à la progression du chiffre d'affaires malgré la tendance vers des produits plus avantageux.
- Une gestion ciblée des assortiments et des approches innovantes ont renforcé la compétitivité et apporté des gains de parts de marché.
- Le programme d'investissements en Suisse avance conformément aux prévisions.
- Le 1^{er} juin, Marco Tschanz a remplacé Lorenz Wyss à la tête du Bell Food Group.

Au premier semestre 2024, le Bell Food Group a enregistré un bon résultat opérationnel malgré des conditions-cadres exigeantes. À raison de CHF 2.3 milliards, le produit net est en hausse de CHF 113.0 millions (+5.1 %) par rapport à l'exercice précédent après correction des effets liés aux changes et aux acquisitions. « Les chiffres sont réjouissants », déclare le nouveau CEO Marco Tschanz, « grâce à la mise en œuvre systématique de notre stratégie commerciale, une solide performance opérationnelle et une gestion efficiente des coûts, nous avons pu gagner des parts de marché et poursuivre notre croissance organique à plus de 5 % ». L'EBIT a dépassé le niveau de l'année précédente de CHF 0.2 million ou 0.3 % pour atteindre CHF 63.8 millions. À raison de CHF 45.3 millions, le bénéfice semestriel est légèrement inférieur à la valeur de l'année précédente (CHF -1.2 million ; -2.6 %) ; après correction des écarts de change en recul, le résultat financier est stable au niveau de l'exercice précédent.

Compétitivité renforcée

Grâce à une présence accrue sur le marché, le Bell Food Group a augmenté ses volumes. Des frais généraux et de personnel en hausse sont à rapporter à cette évolution positive, à la croissance et au renchérissement. La demande des consommatrices et consommateurs en produits avantageux s'est maintenue et la compétitivité a pu être renforcée grâce à une gestion ciblée des assortiments et des approches innovantes. « La pression croissante sur les prix de vente, parallèlement à des coûts figés à un niveau élevé, constituait un défi », explique Marco Tschanz. « Notre performance et des assortiments différenciés nous en ont permis la maîtrise. »

Succès dans tous les domaines d'activité

Bell Suisse a augmenté ses volumes, malgré une saison des grillades plutôt maussade en raison de la météo, et enregistre de nouveau un solide résultat. **Bell International** a gagné des parts de marché supplémentaires et enregistre une croissance réjouissante malgré une évolution modérée du marché. Le domaine d'activité **Hubers/Sütag**, nouvellement autonome, a nettement augmenté le volume des ventes, surtout dans le segment du bio. Le domaine d'activité **Eisberg** a progressé sur tous les marchés. La nouvelle usine de Marchtrenk (AT) était le principal moteur de croissance et de nouveaux clients ont pu être gagnés grâce au lancement d'un assortiment dans le segment des fruits frais coupés. Le domaine d'activité **Hilcona** a enregistré un excellent résultat surtout en Suisse, son marché central. Le domaine d'activité **Hügli** a amélioré la situation des marges, malgré des coûts d'approvisionnement en hausse.

Programme d'investissements en bonne voie

Le programme d'investissements en Suisse avance conformément aux prévisions. Sur le site d'Oensingen (CH), le gros œuvre du centre de découpage, du centre logistique et de l'abattoir de bovins est achevé, les agencements intérieurs avancent à plein régime. La prochaine étape de la construction de l'entrepôt à hauts rayonnages chez Hilcona à Schaan (LI) a débuté par le montage du rayonnage en acier.

Perspectives : confiants pour le deuxième semestre

Compte tenu des influences politiques et économiques, l'évolution sur les différents marchés demeurera volatile. Le nouveau CEO fait le point : « L'évolution du renchérissement des coûts, le climat de consommation morose et l'intense concurrence sur le marché continueront d'influencer fortement la marche des affaires dans tous les domaines d'activité. » De plus, la mise en service des nouvelles usines à différents sites générera les coûts initiaux prévus et des amortissements. Le Bell Food Group dispose cependant d'une excellente position stratégique et saura répondre aux futurs défis grâce à une large gamme de produits dans toutes les catégories de prix. « Nous sommes donc confiants pour le deuxième semestre 2024 », a conclu Marco Tschanz.

À propos du Bell Food Group

Le Bell Food Group compte parmi les principaux transformateurs européens de viande et de produits prêts à consommer. 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. Environ 13 300 collaboratrices et collaborateurs réalisent un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4.5 milliards. Le Bell Food Group est coté à la Bourse suisse.