

**BELL
FOOD
GROUP**



Bell Food Group 1^{er} semestre 2021

Cap stratégique maintenu, succès opérationnel

Présentation pour les analystes financiers

12.08.2021 | Bell Food Group 1^{er} semestre 2021

Vue d'ensemble du 1^{er} semestre 2021.

Statement

Lorenz Wyss, CEO

« Ce résultat semestriel est très réjouissant et confirme que nous avons choisi les bonnes orientations stratégiques. »



L'essentiel en bref et événements majeurs
Résultats du 1^{er} semestre 2021

2054

+ 2,7%

Chiffre d'affaires*
en millions de CHF

65,7

+ 10,5%

EBIT*
en millions de CHF

51,0

+ 46,1%

Bénéfice semestriel*
en millions de CHF

63

=

Sites

12045

- 0,8%

Effectif du personnel
en équivalents plein
temps au 30.06

35%

Proportion de labels/bio
dans la production de
viande

* Chiffres ajustés selon la publication « Paramètres de performance alternatifs »

L'essentiel en bref et événements majeurs

Bon résultat au premier semestre 2021



- Le Bell Food Group poursuit sur la bonne lancée de l'exercice 2020 et a de nouveau nettement amélioré son résultat au premier semestre 2021.
- La solide marche des affaires dans le secteur d'activité central de la viande et des produits carnés pour le commerce de détail en Suisse était le facteur majeur, mais tous les domaines d'activité ont contribué au bon résultat.
- Un redressement est intervenu au premier trimestre dans les secteurs des services alimentaires et du Convenience après les chiffres très bas de l'an passé et grâce à l'assouplissement progressif des mesures anti-COVID 19 depuis mai 2021.
- Le modèle commercial largement étayé et un niveau d'efficacité élevé ont permis de bien maîtriser les répercussions de la pandémie et des conditions-cadres difficiles.
- Ce résultat semestriel confirme que le Bell Food Group a choisi les bonnes orientations stratégiques.

Progrès opérationnels
au niveau de l'EBIT

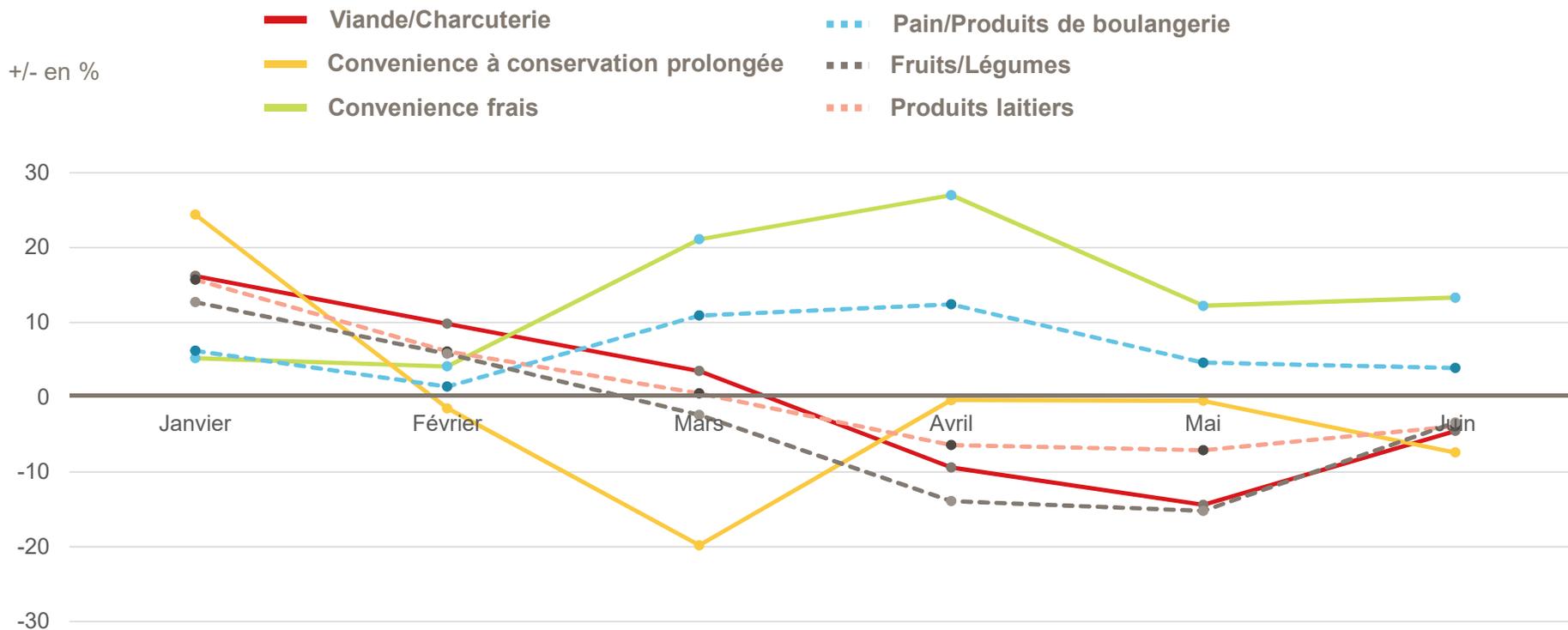
+10,5%



L'essentiel en bref et événements majeurs

Pandémie de coronavirus – changements significatifs de la demande selon les groupes de produits

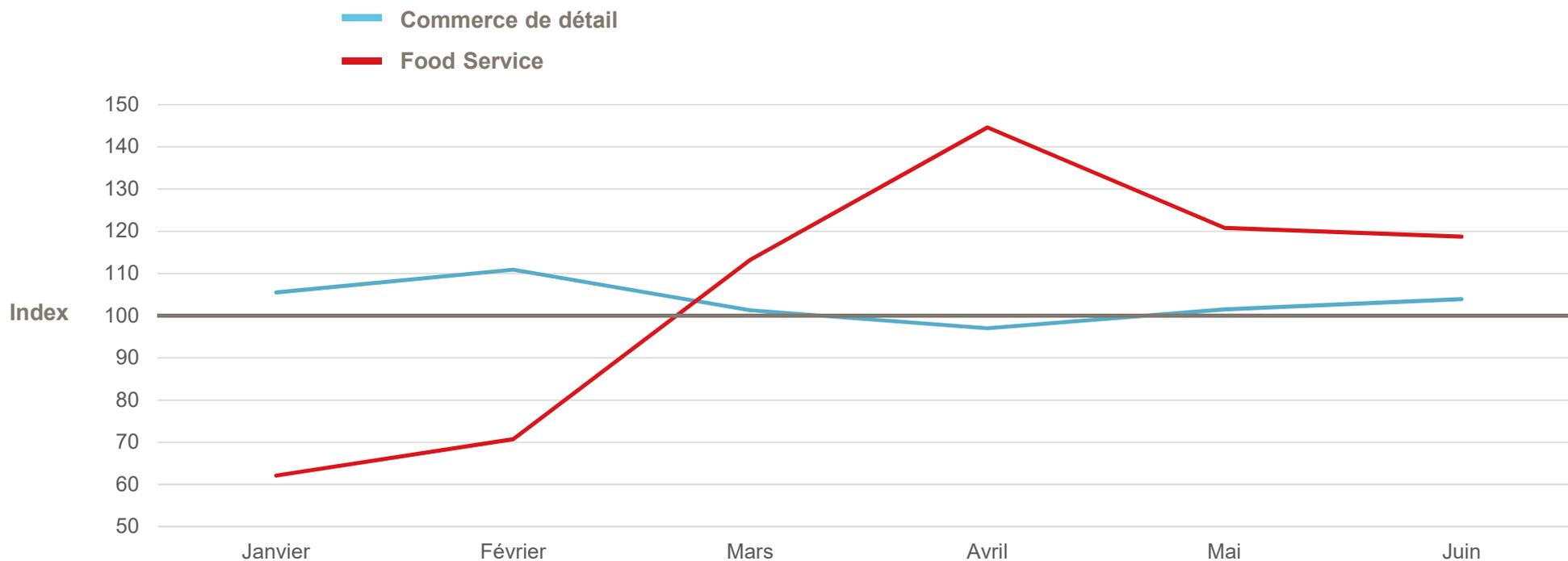
Évolution par rapport à l'exercice précédent : groupes de produits dans le commerce de détail en Suisse



L'essentiel en bref et événements majeurs

Pandémie de coronavirus – répercussions majeures dans le commerce de détail et les services alimentaires

Évolution par rapport à l'exercice précédent : canaux du commerce de détail et des services alimentaires



Commentaires sur le 1^{er} semestre 2021.

« Au 1^{er} semestre 2021, nous avons enregistré un solide résultat opérationnel et progressé à tous les niveaux par rapport à l'exercice précédent.

Des influences externes ont aussi joué un rôle, comme par exemple l'évolution favorable sur le plan des changes.

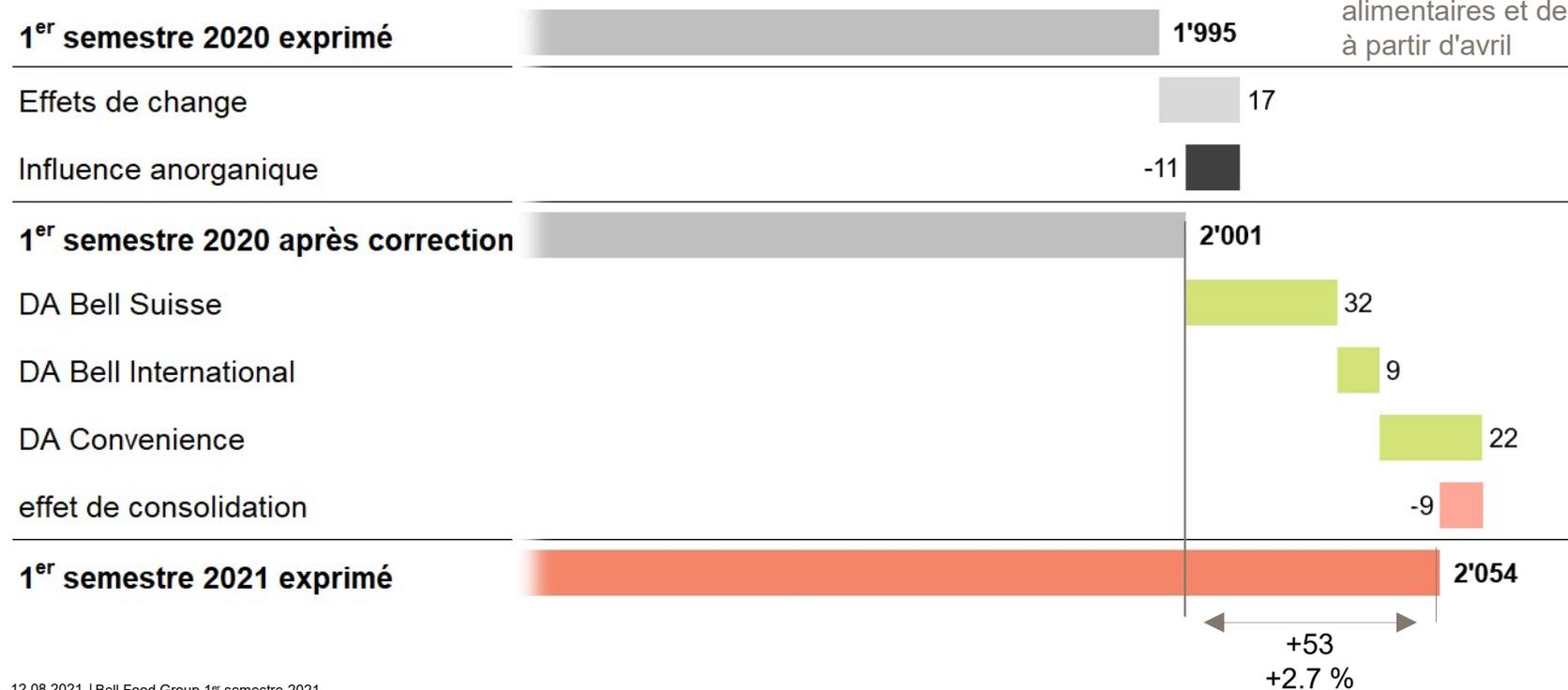
D'une façon générale, la structure du Bell Food Group est parfaitement saine et cette base solide nous permet d'aborder les futurs défis avec confiance. »



Commentaires sur le 1^{er} semestre 2021
Évolution du chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires
 en millions de CHF

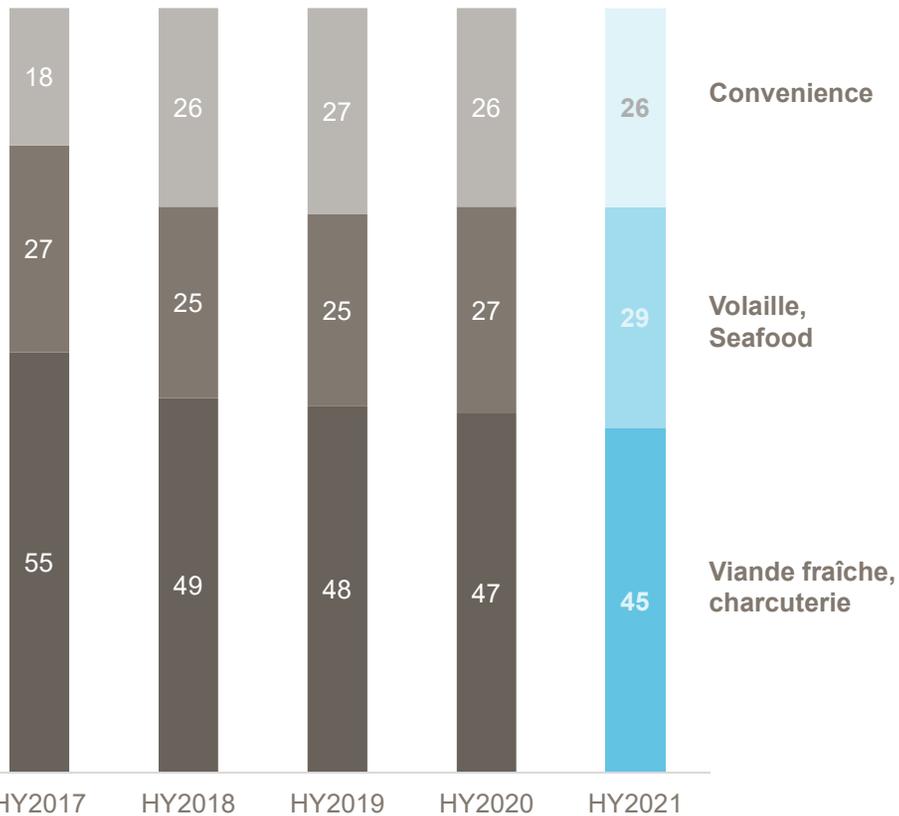
- Solide marche des affaires dans le commerce de détail en Suisse pour la viande et les produits carnés
- Redressement des services alimentaires et de la vente à l'emporter à partir d'avril



Évolution du chiffre d'affaires

Répartition du chiffre d'affaires par groupes de produits

en %



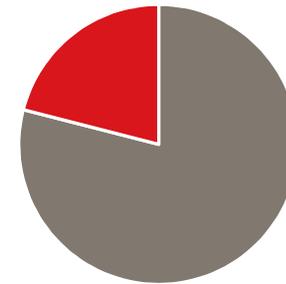
12.08.2021 | Bell Food Group 1^{er} semestre 2021



Part des produits végétariens au chiffre d'affaires

en %

21%



Parts du commerce de détail et des services alimentaires/industrie au chiffre d'affaires

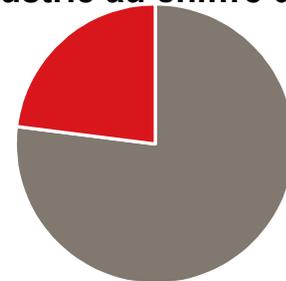
en %

23%

Food Service/
Industrie

77%

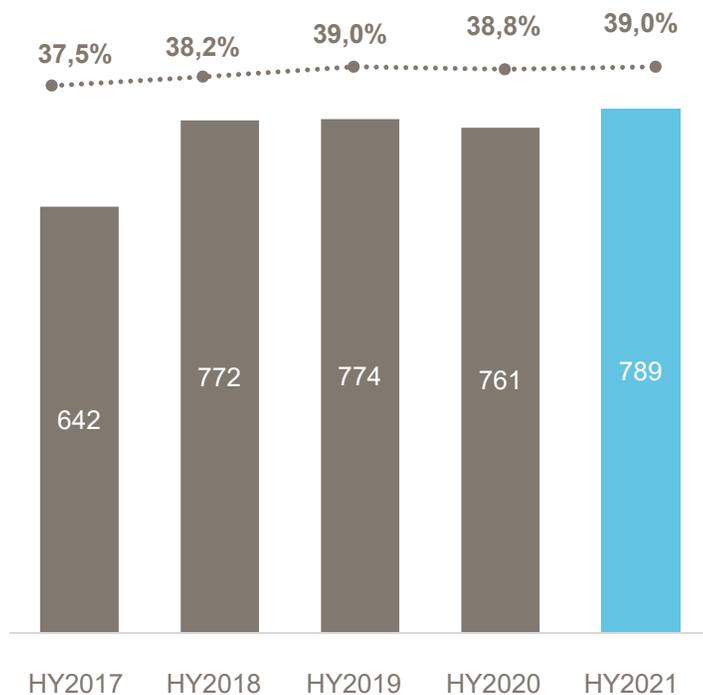
Commerce
de détail



Évolution du résultat brut et de l'EBIT

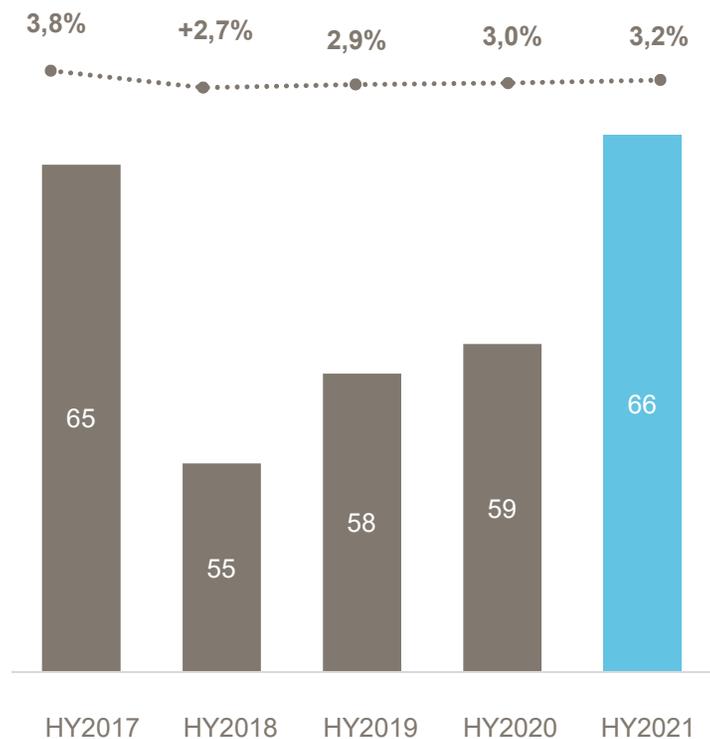
Résultat brut d'exploitation

en millions de CHF et en % du produit net



EBIT*

en millions de CHF et en % du produit net



Compte de résultat

	2020	2021		Δ	%
	exprimé	exprimé	corrigé		
Bénéfice brut	760.8	788.8	788.8	+28.0	+3.7%
EBITDA	137.8	145.7	145.7	+7.9	+5.8%
EBIT	59.4	64.7	65.7	+6.2	+10.5%
Résultats financiers	-9.9	-0.3	-0.3		
<i>dont intérêt</i>	-4.2	-4.0	-4.0		
<i>dont pertes de change</i>	-5.7	3.7	3.7	+9.4	
Résultat d'entreprises associées	1.0	1.2	1.2		
Impôts	-15.6	-15.5	-15.5		
Parts de tiers au bénéfice	-0.0	-0.0	-0.0		
Résultat semestriel	34.9	50.0	51.0	+16.1	+46.1%

Bilan et cash-flow

148,4

Part du
capital total 5,4%

Liquidités
en millions de CHF

717,2

- 0,9%

Engagement
financier net*
en millions de CHF

1385.6

Part du
capital total 50,1%

Fonds propres*
en millions de CHF

16,3

- 22,7%

Cash-flow
opérationnel
disponible*
en millions de CHF

92,7

+ 12,6%

Investissements en
immobilisations
corporelles/logiciels
en millions de CHF

- Engagements financiers nets au niveau de l'exercice précédent
- Le ratio de fonds propres de >50% excède les objectifs du groupe de >40%
- Avec ses assises financières très solides, le Bell Food Group est bien armé pour l'avenir

Évolution des domaines d'activité.

Évolution des domaines d'activité

Domaine d'activité Bell Suisse

- Bonne performance de Bell Suisse ; croissance cumulée du chiffre d'affaires et des ventes supérieure au niveau élevé de l'exercice précédent
- Tendances à la normalisation concernant les effets de la pandémie vers la fin du premier semestre avec la réouverture des restaurants et des frontières
- Les groupes de produits Viande fraîche et Seafood, ainsi que le premier trimestre, ont principalement contribué à la croissance
- Activités saisonnières variables ; très bonnes affaires pour Pâques alors que la saison des grillades était insatisfaisante en raison de la météo

1051

+ 3,1%

Chiffre d'affaires
en millions de CHF

63,6

+ 1,5%

Volume des ventes
en millions de kg

34,2

+ 54,5%

Investissements en
immobilisations
corporelles/logiciels
en millions de CHF

Bell Suisse

Sites

13

Personnel

3640

Assortiment

**Viande, volaille,
charcuterie, Seafood**



Évolution des domaines d'activité

Domaine d'activité Bell International

- Toutes les trois divisions du domaine d'activité ont contribué à l'amélioration du résultat
- Bonne marche des affaires dans le secteur de la volaille en Autriche et en Allemagne
- Tendances de renchérissements parmi les matières premières et le matériel d'emballage
- Recul de tout le marché de la charcuterie en Allemagne en raison des chiffres exceptionnellement élevés de l'an passé ; le secteur central pour Bell du jambon cru s'est bien maintenu dans ce contexte, surtout le jambon en cubes et le jambon Serrano
- Nous avons gagné des parts sur nos marchés principaux aussi bien pour le jambon cru que pour la volaille
- Initiée l'année dernière, la rationalisation des sites de la division Europe de l'Ouest/de l'Est a déployé les effets escomptés et contribué à la stabilité du domaine d'activité

492

+ 1,8% ajusté*

Chiffre d'affaires
en millions de CHF

103,9

+ 4,9% ajusté*

Volume des ventes
en millions de kg

11,5

- 33,6%

Investissements en
immobilisations
corporelles/logiciels
en millions de CHF

* Après correction des influences liées aux changes et aux acquisitions

12.08.2021 | Bell Food Group 1^{er} semestre 2021

Bell International

Sites

23

Personnel

3465

Assortiment

Volaille, charcuterie



Évolution des domaines d'activité

Domaine d'activité Convenience

- Bonne évolution des produits frais prêts à consommer et végétariens dans le commerce de détail en Suisse ; gains de parts de marché dans les deux groupes de produits
- Meilleure rentabilité à partir de mai 2021 grâce à l'assouplissement croissant des mesures anti-COVID 19 et un moindre impact de la pandémie
- Les potentiels de la nouvelle usine de Marchtrenk (AT) n'ont pas encore pu être entièrement exploités en raison de la pandémie
- Évolution réjouissante des assortiments végétariens (alternatives à la viande, tofu et produits à tartiner/houmous)

542

+ 4,2% ajusté*

Chiffre d'affaires
en millions de CHF

99,8

+ 3,0% ajusté*

Volume des ventes
en millions de kg

47,0

+ 9,7%

Investissements en
immobilisations
corporelles/logiciels
en millions de CHF

* Après correction des influences liées aux changes et aux acquisitions

12.08.2021 | Bell Food Group 1^{er} semestre 2021

Convenience

Sites

27

Personnel

4940

Assortiment

**Produits Convenience ultrafrais, frais et
longue conservation**



Stratégie 2021-2025

Leading in food – nouvelle expansion stratégique de la position dominante.

Le Bell Food Group Leading in food



Nous avons le goût du plaisir.



Nous façonnons l'avenir.



Nous vivons la responsabilité.

Les orientations stratégiques pour développer notre position dominante



**Consolider
notre
secteur d'activité
central**



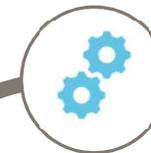
Davantage de valeur
ajoutée



**Croissance avec le
prêt à consommer
et les produits
végétariens**



Davantage de
croissance et de valeur
ajoutée



**Investir dans
l'efficience et la
compétitivité**



Davantage de
compétitivité et de
productivité



Offre de viande pertinente

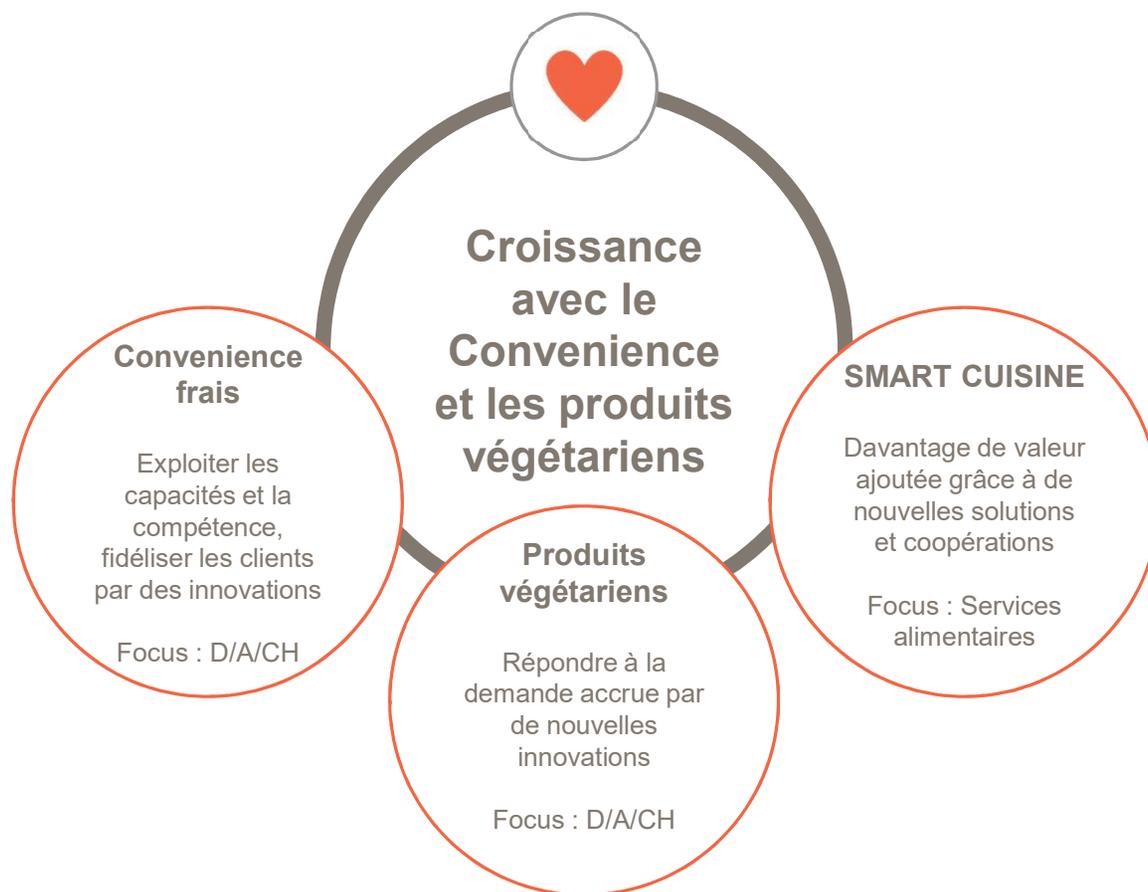
Consolider
notre secteur
d'activité
central

Offre
pertinente

- En Suisse, l'assortiment BBQ s'est enrichi de nouveautés innovantes accompagnées par une nouvelle campagne de marketing
- Le concept des emballages pliables écologiques couronné de succès en Allemagne a aussi été lancé en Suisse et en France avec des résultats prometteurs
- Mise en œuvre de la nouvelle technologie sous-vide pour les produits carnés prêts à consommer ; nouveaux produits pour le commerce de détail et les services alimentaires en cours de développement



Les trois piliers dans l'orientation « Croissance avec le prêt à consommer et les produits végétariens »



Croissance
avec le
Convenience
et les produits
végétariens

Convenience
frais
varié

- Mise en service du nouveau hall de production pour la volaille cuite et les légumes prêts à consommer sur le site de Marchtrenk en Autriche
- L'infrastructure de production prévue pour la nouvelle usine de Marchtrenk est maintenant entièrement opérationnelle
- En Suisse, le segment de l'ultrafrais a été nettement développé par le rachat de la production de sandwiches d'Aryzta et l'élargissement de la gamme de salades composées

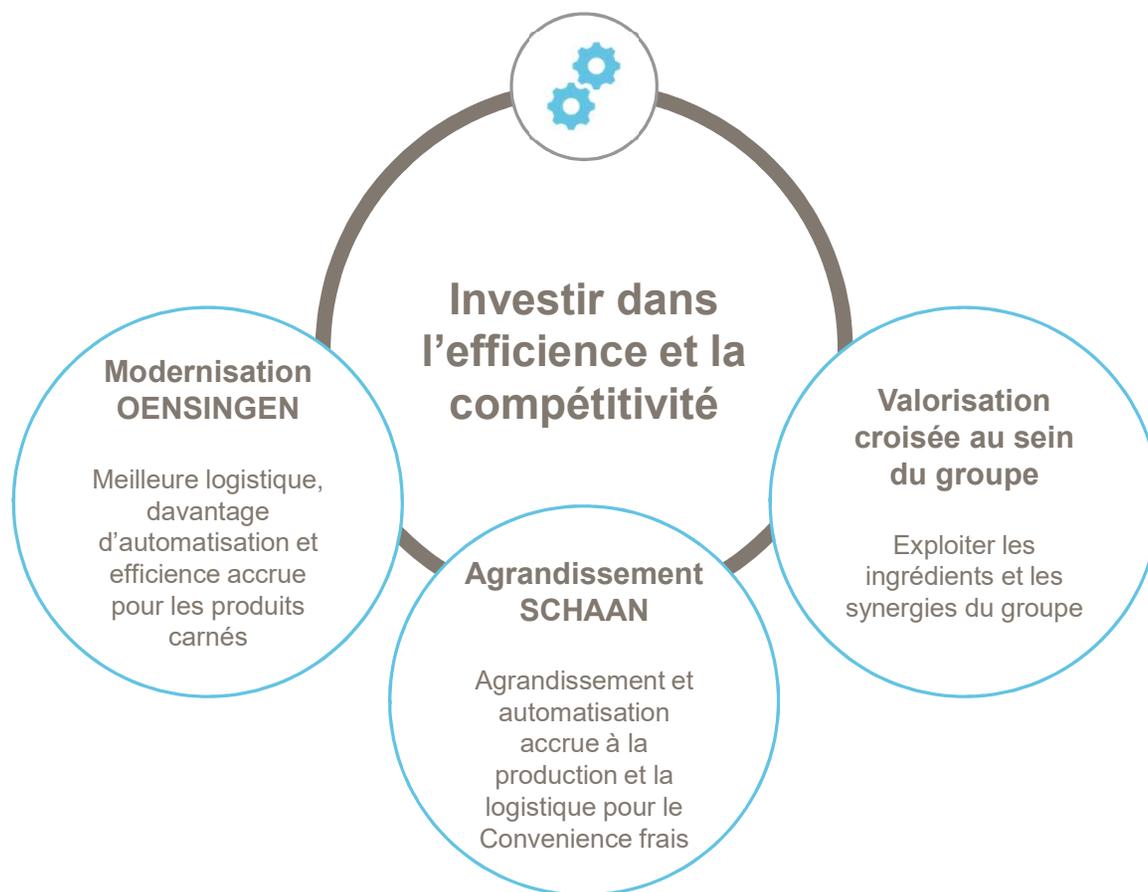


Croissance
avec le
Convenience
et les produits
végétariens

Varier
les plaisirs
végétariens

- L'assortiment d'alternatives végétariennes à la viande a été complété en Suisse par des saucisses et un steak végans juste à temps pour la saison des grillades
- Élargissement de la distribution en Allemagne ; succès des premiers référencements à titre d'essai
- Implication d'entreprises performantes du secteur de la restauration comme pionniers et stimulateurs
- D'autres nouveautés seront lancées prochainement (p. ex. escalope panée végétarienne)
- Mise en œuvre d'une technologie supplémentaire pour produire des alternatives au poulet et explorer ce segment





Modernisation du site d'Oensingen

Investir dans
l'efficience et la
compétitivité

Modernisation
Oensingen

Agrandissement
Schaan

- Agrandissement et modernisation de l'infrastructure au site d'Oensingen ; assurer durablement la compétitivité dans le secteur d'activité central des produits carnés en Suisse
- La construction d'un entrepôt frigorifique hautement automatisé avec réduction de la consommation d'énergie de 50% avance conformément aux prévisions
- Les premiers travaux d'agrandissement à Schaan avancent comme prévu
- Cela augmentera les capacités pour la production de pâtes fourrées fraîches
- Installations presque achevées et mise en service prévue dans le courant du T3 2021



Modernisation du site d'Oensingen



- Demande de permis de construire déposée pour le nouvel abattoir de bovins à Oensingen
- Consolider notre substance et notre position de leader sur le marché suisse de la viande bovine



- Eisberg Suisse investira dans les années à venir pour agrandir et moderniser les sites de Dällikon et d'Essert-sous-Champvent
- La production des deux sites de Villigen et de Dänikon cessera progressivement d'ici 2026
- Eisberg renforce ainsi sa position dominante comme prestataire de produits prêts à consommer en Suisse



Compétence

Qualité maximale et systématique, amélioration permanente

- 98% de l'ensemble des matières premières animales et 89% des matières premières végétales **sont d'origine européenne**
- 35% des quantités d'abattage portent des labels de **normes accrues en matière de bien-être animal y compris bio**

Sens des responsabilités

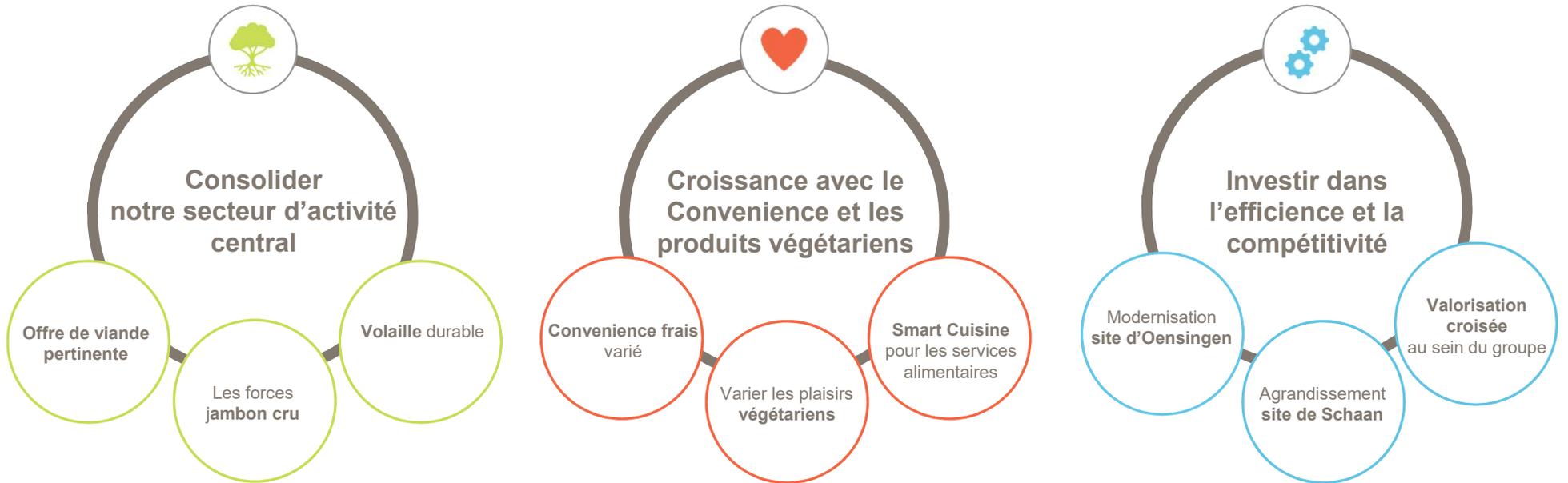
Assumer nos responsabilités face à l'environnement et à la société

- 97% des poissons et fruits de mer proviennent de **sources durables**
- 86% des déchets sont **recyclés**

Joie de vivre

Un employeur engagé et des employés satisfaits

- 77% des employés sont protégés par un **contrat collectif**
- 20 **formations initiales** différentes sont proposées chez le Bell Food Group



> Assurer la rentabilité et la compétitivité à long terme

Perspectives.

Le Bell Food Group

- Les tendances à la normalisation sur le front du coronavirus qui se sont dessinées au 2^e trimestre 2021 devraient se poursuivre
- La composition des clients et des assortiments évolue de nouveau du commerce de détail vers la restauration et l'industrie
- En Suisse, le tourisme d'achat augmentera de nouveau au second semestre en se rapprochant du niveau d'avant la pandémie
- Les domaines des services alimentaires et du Convenience frais profiteront de l'ouverture progressive
- Le bon résultat semestriel rend confiant pour la suite de l'année ; vitesse et ampleur des effets de la normalisation difficilement prévisibles

Domaine d'activité Bell Suisse

- La solide marche des affaires en 2020 et au 1^{er} semestre 2021 ne se poursuivra pas dans la même ampleur ; les conséquences du tourisme d'achat sont encore difficiles à anticiper

Domaine d'activité Bell International

- Poursuite de l'évolution positive au 2^e semestre 2021, à condition que la situation se normalise à nouveau concernant les prix d'achat des matières premières et du matériel

Domaine d'activité Convenience

- L'ouverture progressive donnera sûrement des impulsions supplémentaires à la marche des affaires



This document constitutes neither an offer to sell nor an invitation to buy securities. It is neither an offer, a public offering nor a prospectus within the meaning of Articles 3 and 35 et seq. of the Federal Law on Financial Services (FIDLEG) nor a listing prospectus within the meaning of the listing rules of SIX Swiss Exchange. Copies of this document may not be sent to or from jurisdictions or distributed in any other way where this is restricted or prohibited by law.

Should it be determined that this document constitutes an offer, a public offering, a prospectus, a basic information sheet or a similar communication pursuant to FIDLEG, please note that Bell Food Group AG has evaluated, summarised and presented the information available with the necessary care. This document also contains certain forward-looking statements. **Such forward-looking statements, plans, objectives, estimates and strategies are subject to known and unknown risks, uncertainties and other factors that may cause the actual results, financial condition, development or other aspects of the Company relevant to investors to differ (possibly materially) from those explicitly or implicitly assumed and/or presented in these statements, plans, objectives, estimates and strategies. In light of these uncertainties, such forward-looking statements plans, objectives, estimates and strategies should not and cannot be relied upon.**

Bell Food Group AG assumes no liability and no obligation whatsoever to update such forward-looking statements, plans, objectives, estimates and strategies vis-à-vis investors or the wider public or to adapt them to future events or developments.