



---

## **Bell Food Group 1<sup>er</sup> semestre 2021**

Cap stratégique maintenu, succès opérationnel

Présentation pour les analystes financiers

12.08.2021 | Bell Food Group 1<sup>er</sup> semestre 2021

# Vue d'ensemble du 1<sup>er</sup> semestre 2021.

Statement

**Lorenz Wyss, CEO**

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



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 »

## 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'efficience 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.

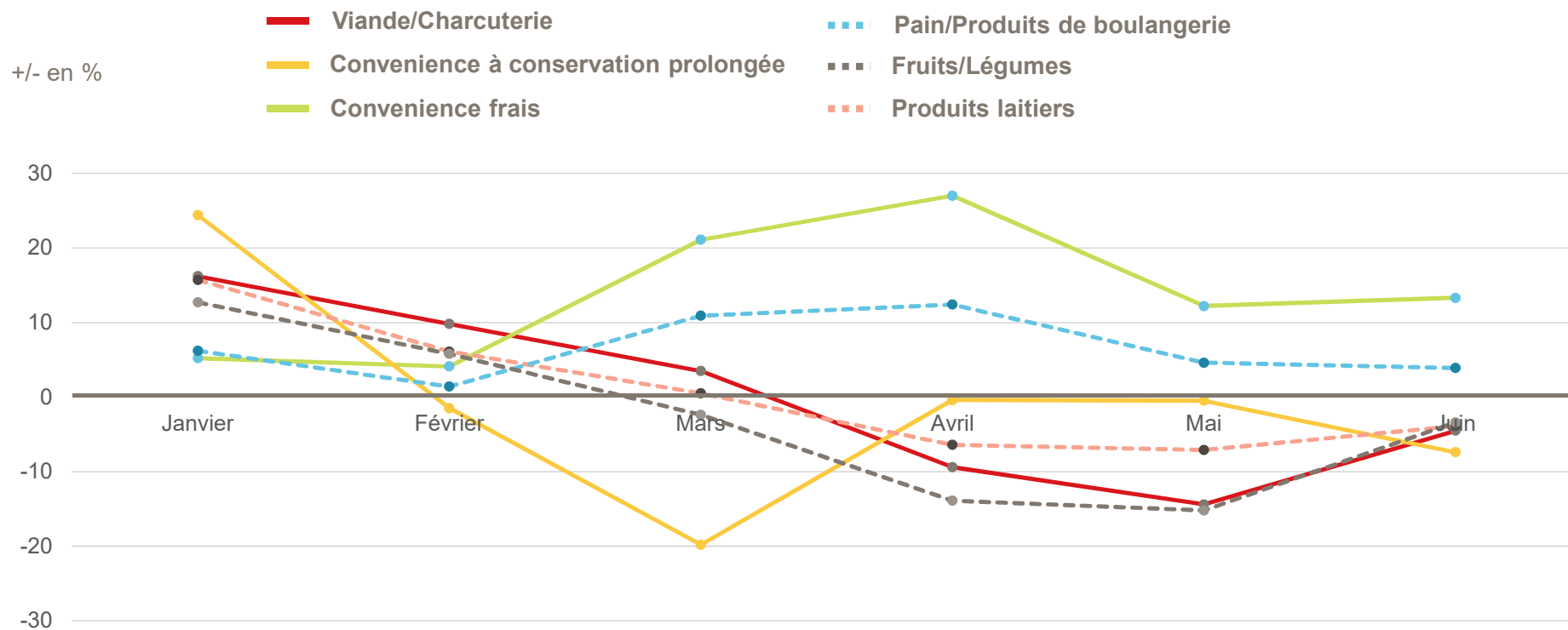
Progrès opérationnels  
au niveau de l'EBIT

**+10,5%**



## 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



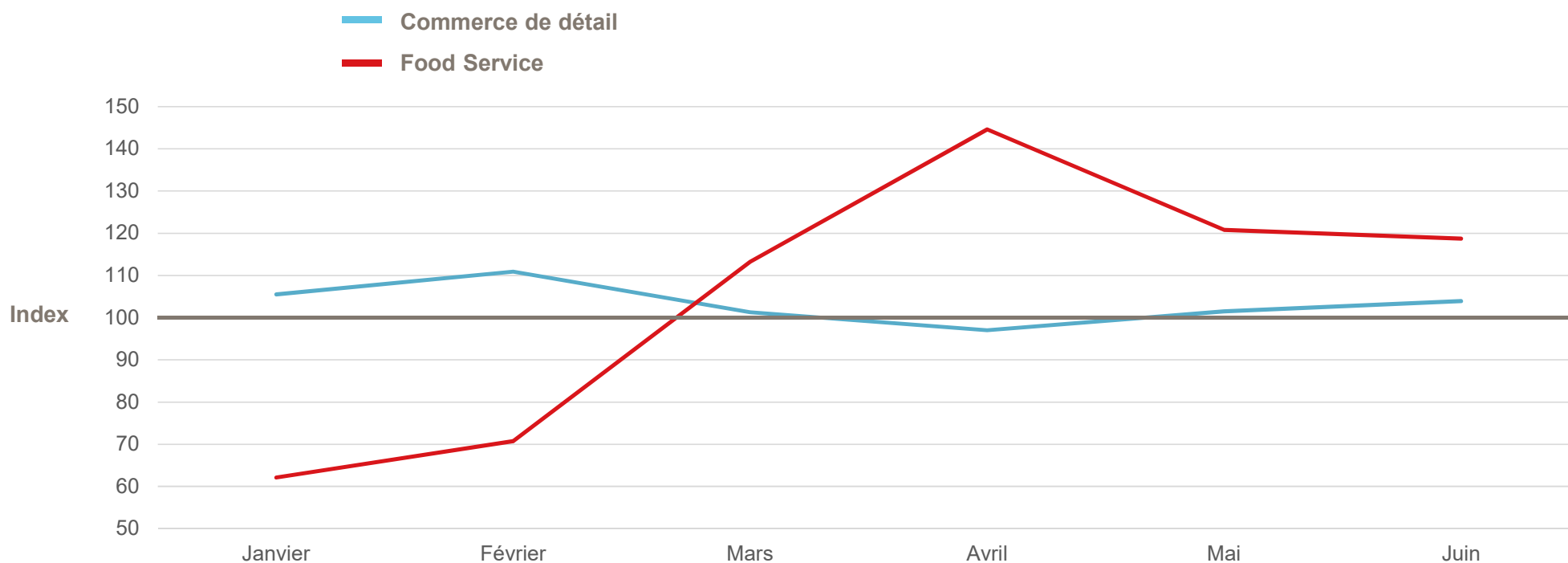
L'essentiel en bref et événements majeurs

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

BELL  
FOOD  
GROUP



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



# Commentaires sur le 1<sup>er</sup> semestre 2021.



« Au 1<sup>er</sup> 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. »

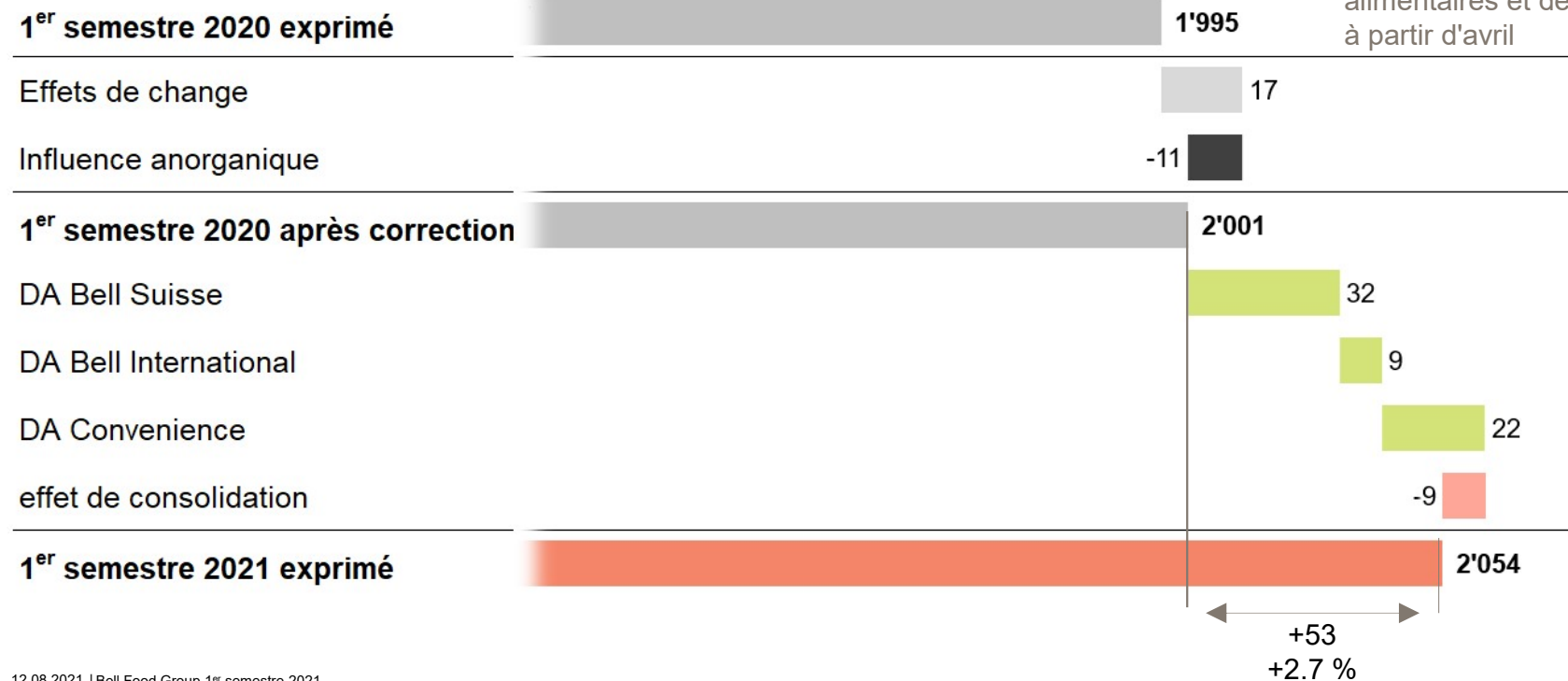


## Évolution du chiffre d'affaires

### Chiffre d'affaires

en millions de CHF

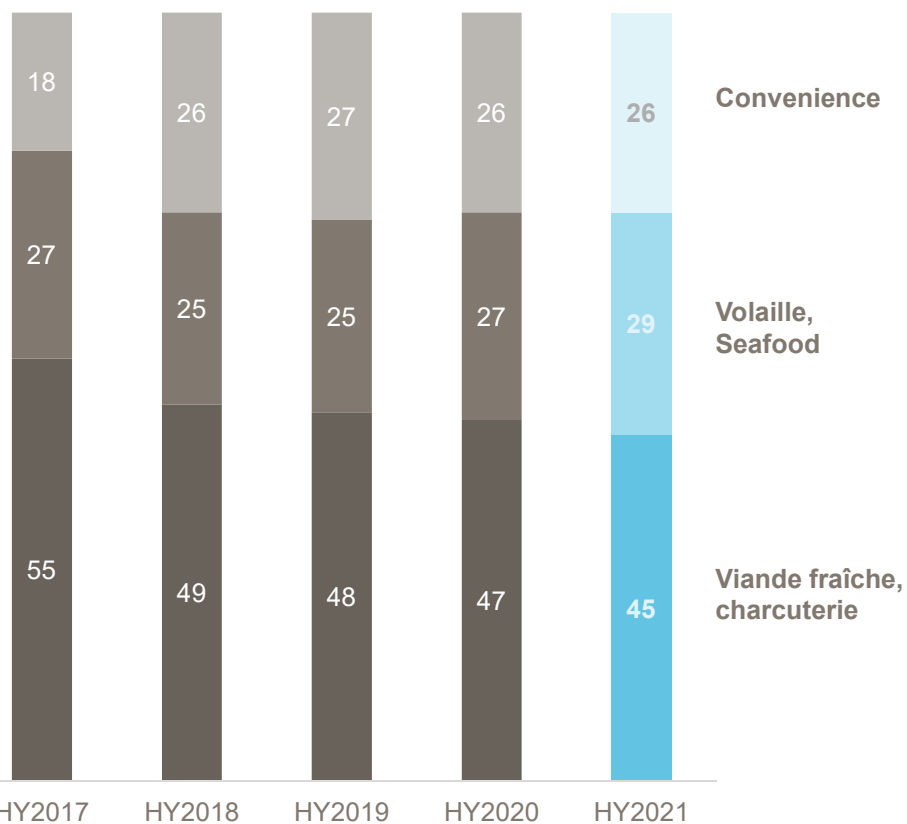
- Solide marche des affaires dans le commerce de détail en Suisse pour la viande et les produits carnés
- Redressement des services alimentaires et de la vente à l'emporter à partir d'avril



## Évolution du chiffre d'affaires

### Répartition du chiffre d'affaires par groupes de produits

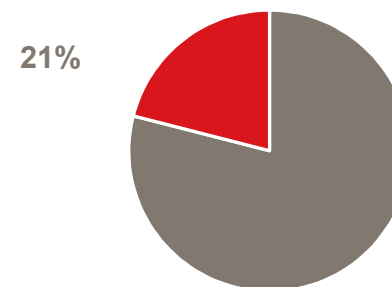
en %



12.08.2021 | Bell Food Group 1<sup>er</sup> semestre 2021

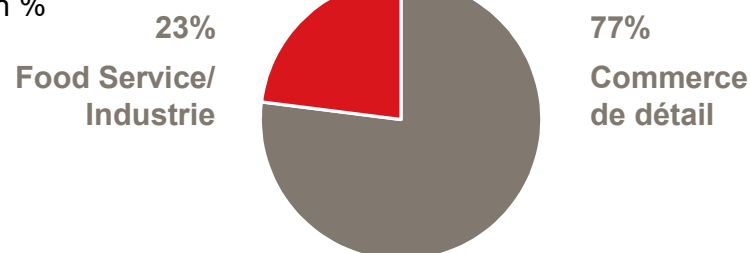
### Part des produits végétariens au chiffre d'affaires

en %



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

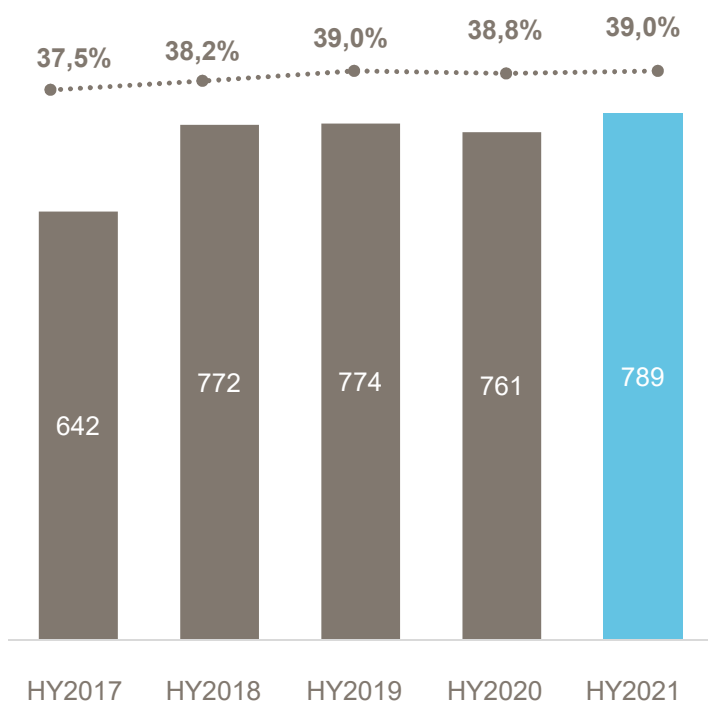
en %



## Évolution du résultat brut et de l'EBIT

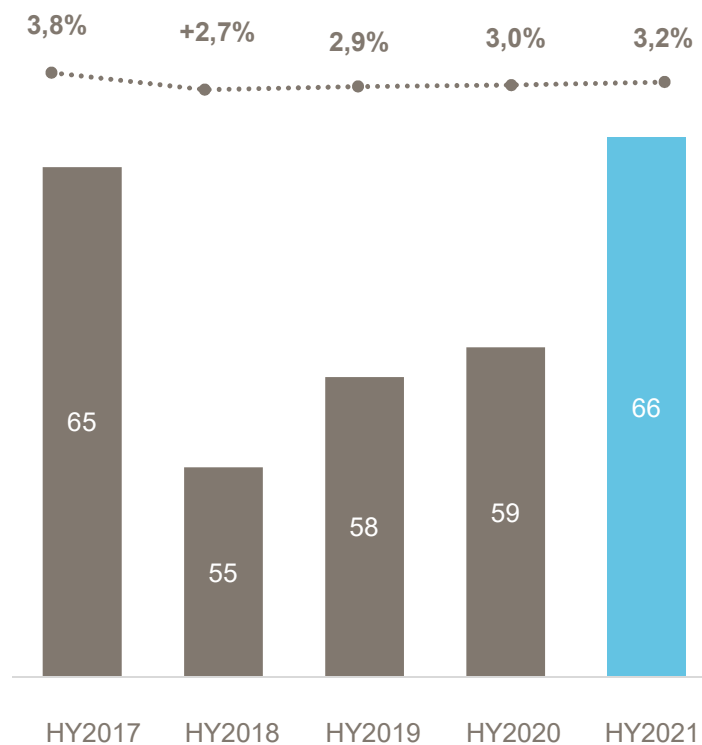
### Résultat brut d'exploitation

en millions de CHF et en % du produit net



### EBIT\*

en millions de CHF et en % du produit net



## Compte de résultat

	2020	2021			
	exprimé	exprimé	corrigé	Δ	%
Bénéfice brut	760.8	788.8	788.8	+28.0	+3.7%
EBITDA	137.8	145.7	145.7	+7.9	+5.8%
<b>EBIT</b>	<b>59.4</b>	<b>64.7</b>	<b>65.7</b>	<b>+6.2</b>	<b>+10.5%</b>
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		
<b>Résultat semestriel</b>	<b>34.9</b>	<b>50.0</b>	<b>51.0</b>	<b>+16.1</b>	<b>+46.1%</b>

## 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<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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.



**Consolider  
notre  
secteur d'activité  
central**



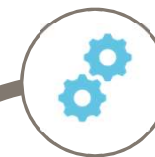
Davantage de valeur  
ajoutée



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



Davantage de  
croissance et de valeur  
ajoutée

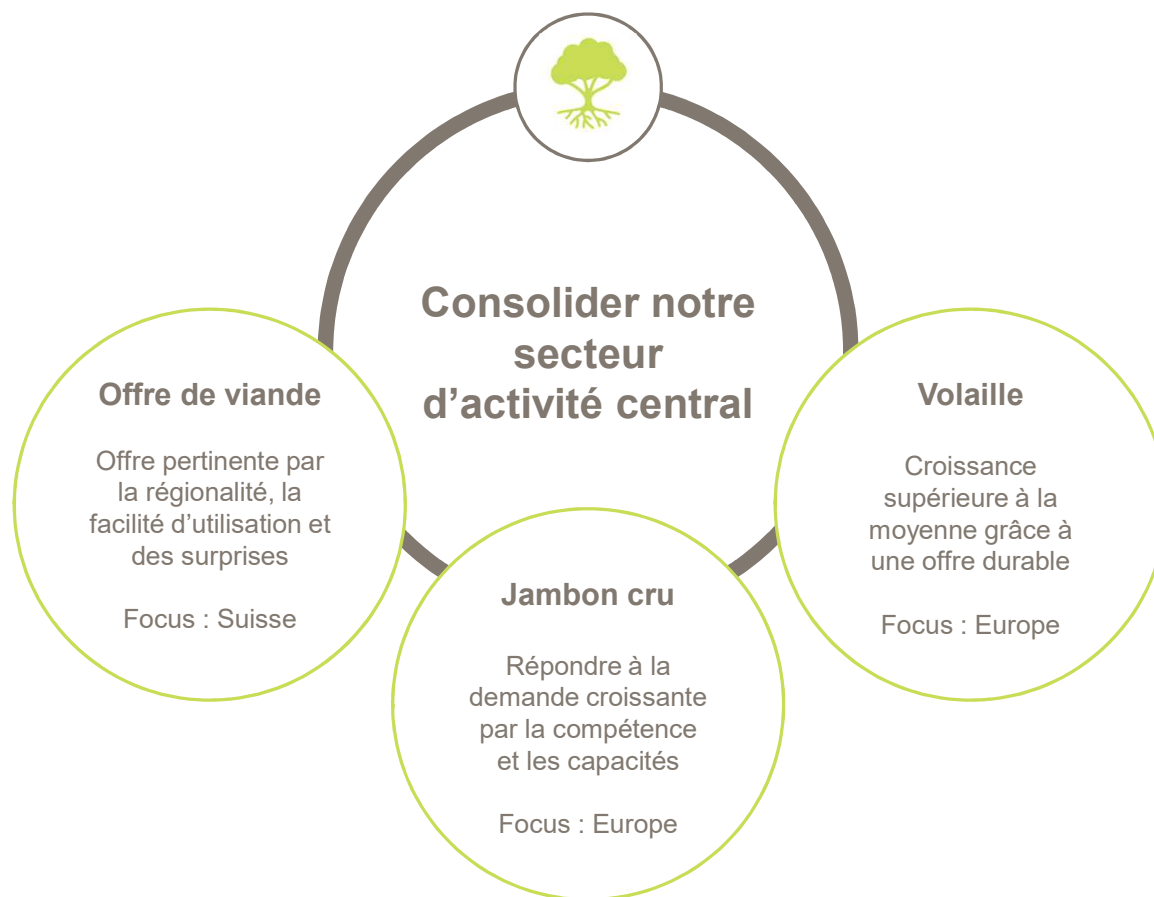


**Investir dans  
l'efficacité et la  
compétitivité**



Davantage de  
compétitivité et de  
productivité

## Les trois piliers dans l'orientation « Consolider notre secteur d'activité central »



## Offre de viande pertinente

Consolider  
notre secteur  
d'activité  
central

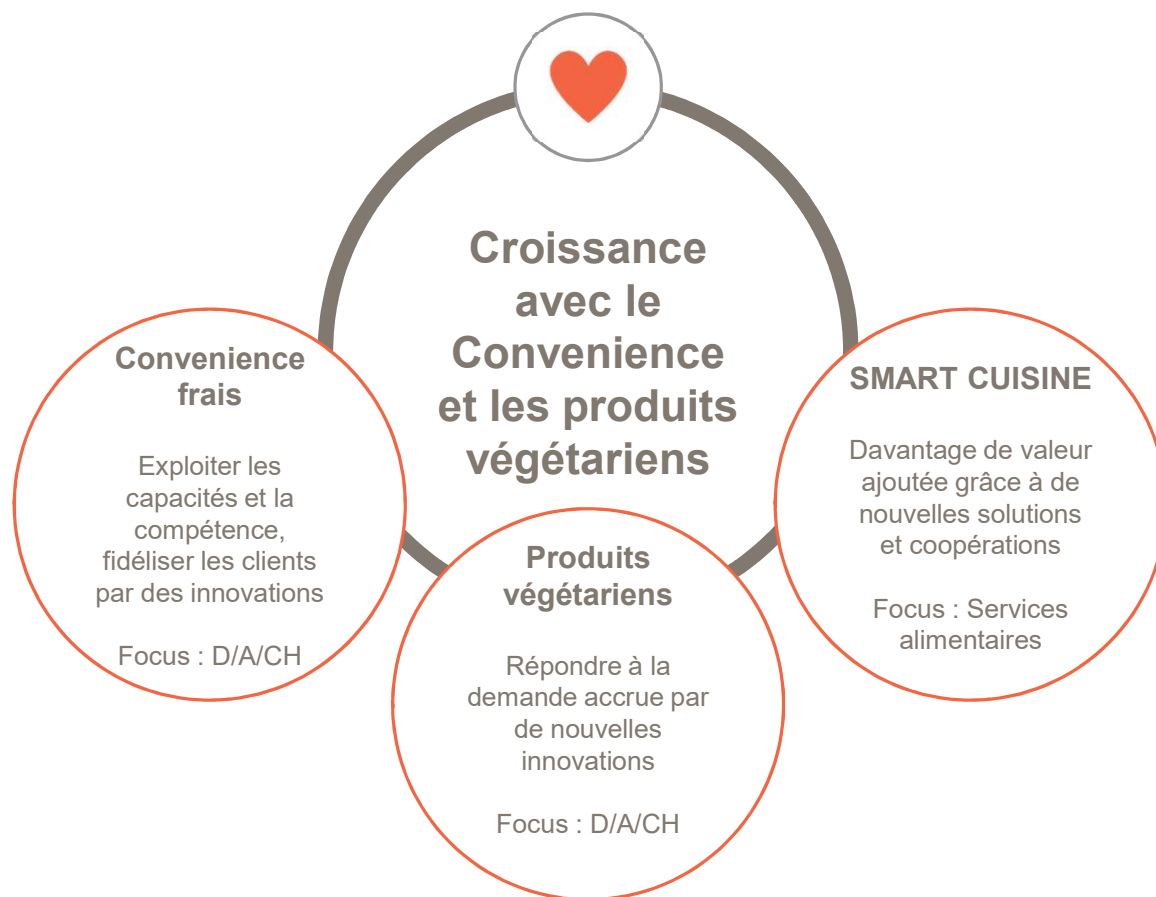
Offre  
pertinente

- 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

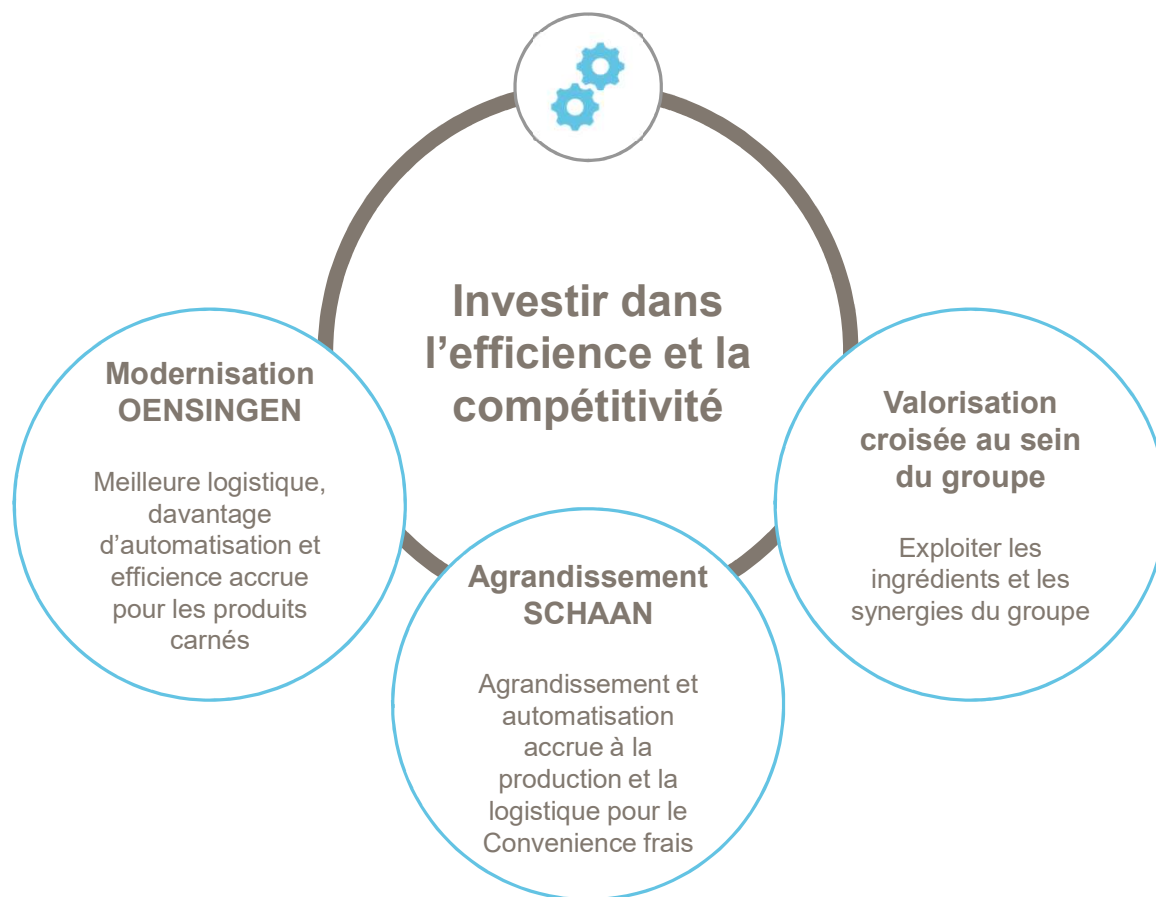


Croissance  
avec le  
Convenience  
et les produits  
végétariens

Varier  
les plaisirs  
végétariens

- L'assortiment d'alternatives végétariennes à la viande a été complété en Suisse par des saucisses et un steak végétans 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







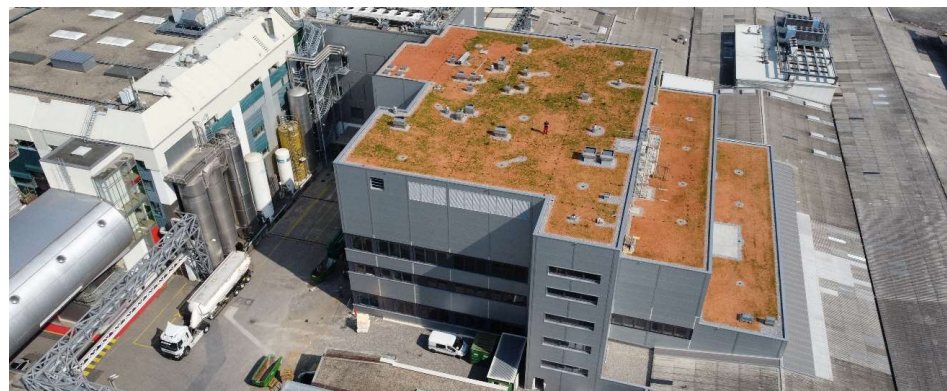
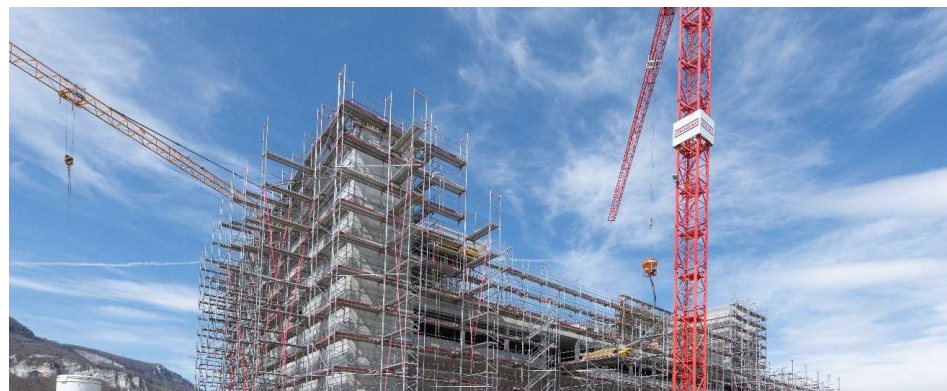
## Modernisation du site d'Oensingen

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

Investir dans  
l'efficacité et la  
compétitivité

Modernisation  
Oensingen

Valorisation  
croisée au sein  
du groupe

- 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

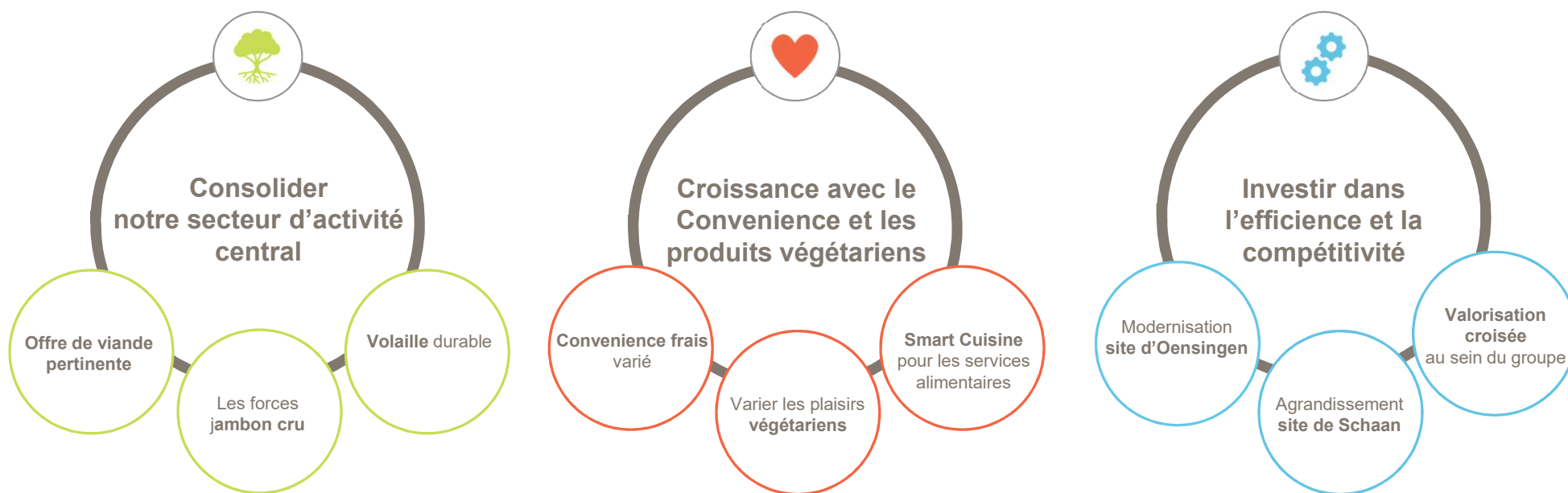
Assumer nos responsabilités face à l'environnement et à la société

- 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<sup>e</sup> 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<sup>er</sup> 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<sup>e</sup> 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.