



---

# **Résultats de Bell Food Group au premier semestre 2019**

Présentation pour les analystes financiers

14 août 2019 | Bell Food Group

# L'essentiel en bref.

### Résultats du 1er semestre 2019

- Renchérissement massif des matières premières en Europe
- Évolution morose des ventes pour la saison des grillades en raison de la météo défavorable en avril et en mai
- Inclusion de coûts uniques

### Nouvelle progression dans les segments Volaille et Convenience

- Nouvelle croissance organique obtenue dans les domaines d'activité Volaille et Convenience
- Mise en service d'une nouvelle usine pour la gamme Convenience à Marchtrenk/AT
- Mise en service d'une nouvelle usine pour la production de jambon cru à Fuensalida/ES

### Transformation organisationnelle de Bell Allemagne

- Abandon des activités dans le domaine des produits de charcuterie échaudés
- Concentration future sur la solide position dans le segment du jambon cru
- Bases ainsi établies en vue d'améliorer le résultat



Chiffre d'affaires  
en millions de CHF

**2023,0**

+ 0,0 % (corrigé)

Ventes  
en millions de kg

**266,7**

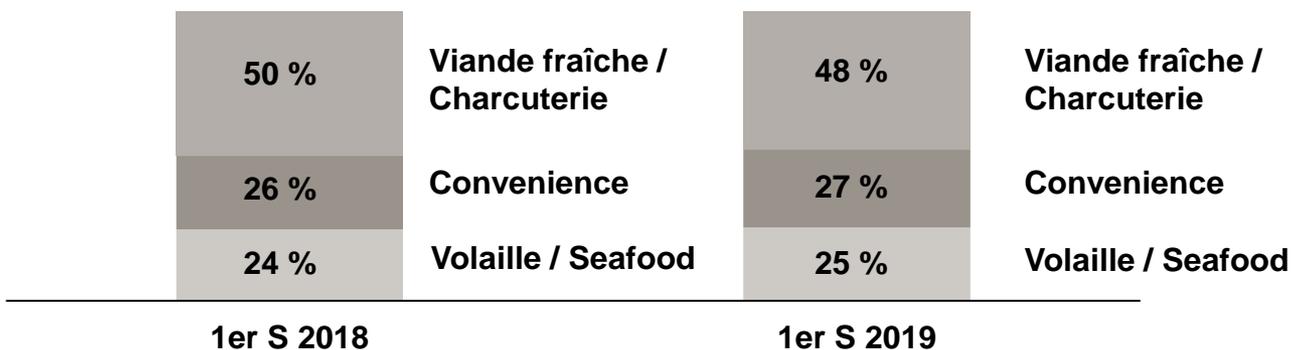
+ 2,2 % (corrigé)

Produit net  
en millions de CHF

**1985,7**

+ 0,2 % (corrigé)

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

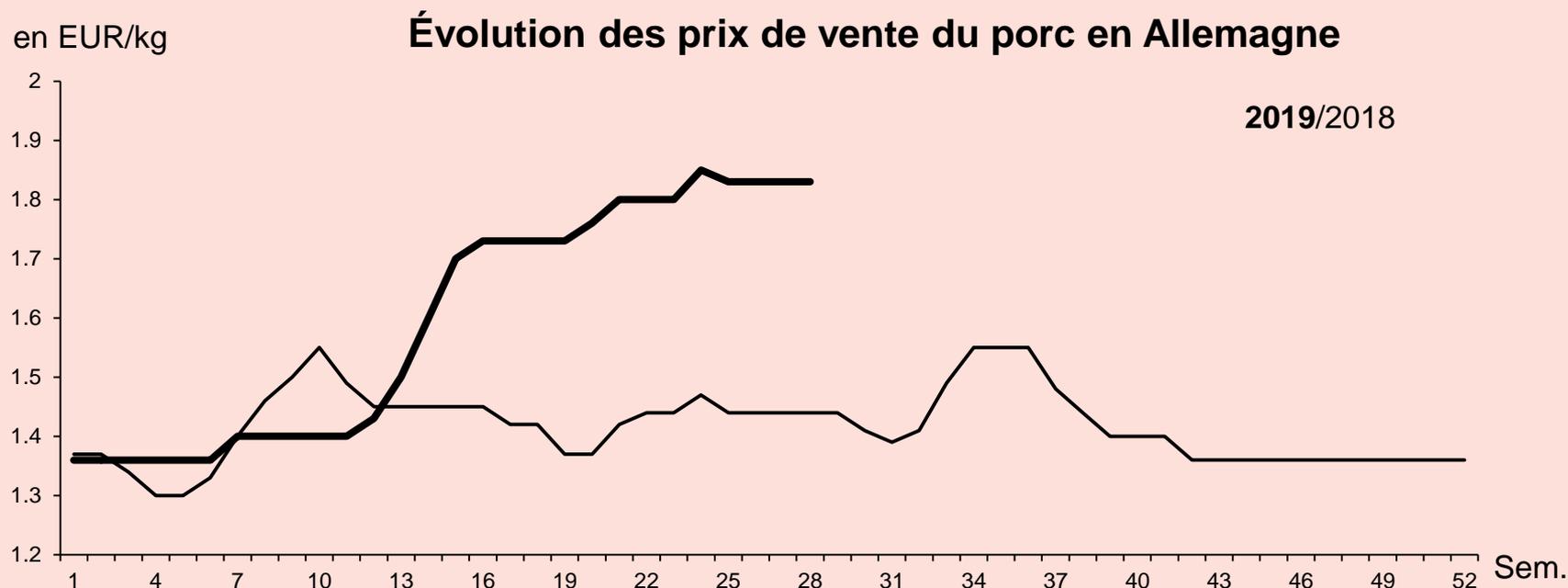


	1er S 2019 Valeurs exprimées	1er S 2019 Valeurs corrigées	1er S 2018 Valeurs exprimées
<b>EBITDA</b>	116,8	126,8	136,6
<b>EBIT</b>	11,0	46,0	55,2
<b>Résultat</b>	- 9,6	27,4	32,5
<b>Influences majeures</b>	<p><b>Effets extraordinaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix des matières premières</li> <li>• Coûts supplémentaires constructions/transformati ons</li> <li>• Faible saison des grillades</li> </ul> <p><b>Total effets &gt; CHF 12 millions</b></p>	<p><b>Coûts uniques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vente activités produits de charcuterie échaudés en Allemagne</li> <li>• Répercussions réforme fiscale</li> </ul> <p><b>Total effets CHF 37 millions</b></p>	

## Renchérissement des matières premières en Europe

### Peste porcine africaine

La propagation de la peste porcine africaine en Chine a entraîné une augmentation des exportations de l'UE et un renchérissement des matières premières pour la viande porcine en Europe de plus de 30 %.



# Orientations stratégiques de Bell Food Group

**1** Consolidation de la position dominante dans le segment traditionnel viande, volaille et charcuterie

**2** Augmentation des parts de marché dans le segment rentable et en croissance du Convenience

**3** Consolidation significative du canal Food Service

**4** Développement de la présence en Europe

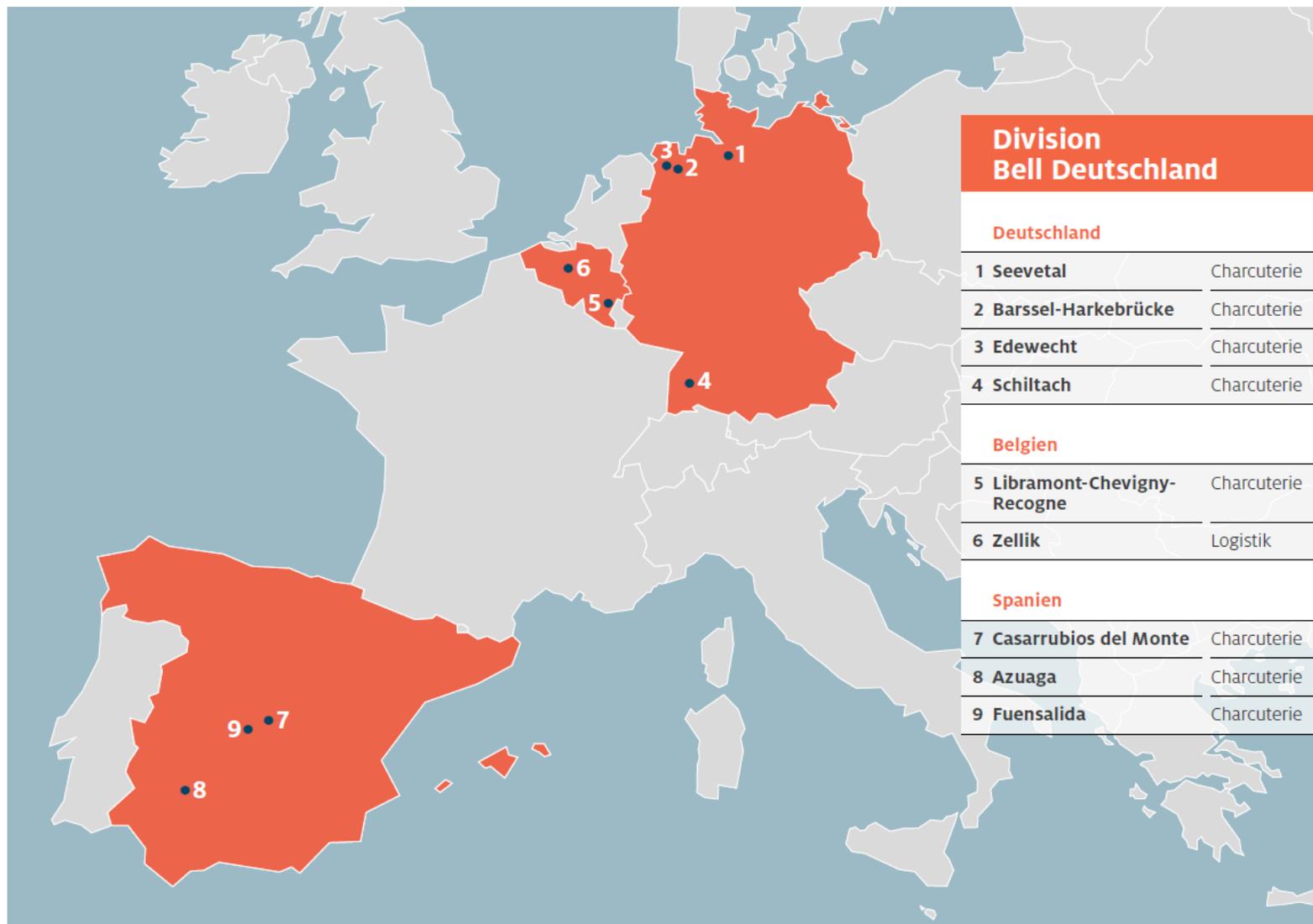


## Concentration stratégique sur le jambon cru en Allemagne

- Vente des activités sur les produits de charcuterie échaudés avec les usines de Börger et Suhl
- Acquéreur idéal, du fait qu'il reprend les usines avec leur personnel
- Restructuration des services généraux de Bell Allemagne
- Réaffectation du site de Bad Wünnenberg pour la production d'articles du segment du Convenience frais
- Concentration stratégique sur la solide position sur le marché du jambon cru
- Évolution positive du marché du jambon cru en Allemagne (+1,8 % S2019 versus S2018; source : IRI)



**1** Position dominante



## Mise en service d'une nouvelle usine pour le jambon espagnol Serrano

- Mise en service selon les prévisions du nouveau site de Fuensalida ; premières livraisons au T2/2020 ; pleine exploitation des capacités de production d'ici fin 2019
- Investissement d'env. EUR 40 millions ; surface de production 26 000 m<sup>2</sup> avec 64 chambres de séchage pour une capacité de production de 1 million de jambons par an ; l'un des plus grands projets d'investissement des dernières années sur le marché de la charcuterie espagnole
- Gains de plus-value par l'internalisation de volumes de production externalisés par le passé
- Avec les usines existantes de Casarrubios del Monte (Serrano) et Azuaga (Iberico), nouvelle valorisation du marché de la charcuterie espagnole, en croissance aux niveaux national et international



## Mise en service du site de production de Marchtrenk pour la gamme Convenience

- L'usine la plus moderne du genre en Europe ; la moitié environ des surfaces de production étaient mises en service à fin juin 2019
- 24 000 m<sup>2</sup> de surface de production à l'état final ; quatre halles de 6000 m<sup>2</sup> avec 19 lignes de production au total, 250 nouveaux postes de travail dans des qualifications variées
- Degré d'automatisation maximal et recours à des installations et une robotique de pointe ainsi qu'à un concept spécifique en matière d'hygiène
- La deuxième halle de production pour les salades et le segment du Convenience sera mise en service au second semestre 2019 et la troisième pour les articles à base de volaille en 2020; abandon de la production peu rentable de boulettes de viande de porc ou de bœuf



## Réorientation de l'usine de Bad Wünnenberg

- Réorientation envisagée vers le Convenience frais ; à l'avenir, production de muesli frais, salades de menu et plats cuisinés
- Exploitation d'opportunités de croissance dans un segment attractif à forte valeur ajoutée
- Premiers entretiens prometteurs menés avec des clients en vue de référencements
- En plus d'investissements en immobilisations corporelles, des coûts de transformation de CHF 8 millions sont prévus pour l'ensemble de l'année ; au premier semestre 2019, CHF 2 millions ont déjà été investis à ce titre
- Démarrage de la production et premières livraisons probablement au T1/2020 (retard du chantier d'env. 8 semaines)

## Intégration de Hügli

- Chiffres d'affaires supplémentaires générés par des effets de synergie légèrement supérieurs aux propres prévisions ; bénéfices financiers dès 2020
- Évolution réjouissante des chiffres d'affaires dans les canaux B2B et B2C



## Alternatives à la viande

- Lancement réussi d'un hamburger végétarien de la dernière génération pour le canal du Food Service
- Commercialisation sous la marque « The Green Mountain »
- Potentiel de canaux de vente supplémentaires



## Smart Cuisine

- « **Micropast** »  
Acquisition du brevet pour la technologie ; installations de production commandées et prévues pour le site de Bad Wünnenberg
- « **Sous-vide** »  
Acquisition de deux nouvelles installations pour l'élargissement de l'assortiment ; diverses options de segments de clients supplémentaires



## 4 Développement de la présence en Europe

### Développement Hilcona et Eisberg dans les pays de l'espace germanophone (CH/DE/AT)



- ① **Marchtrenk**
- Convenience frais et ultrafrais
  - Convenience volaille

Marchés Autriche et sud de l'Allemagne

- ② **Schaan / Landquart**
- Convenience frais
  - Plats cuisinés
  - Plats végétariens et végétaliens (végans)

Marchés Suisse, Allemagne

- ③ **Bad Wünnenberg**
- Convenience frais
  - Plats cuisinés

Marché Allemagne

- ④ **Essert-sous-Champvent / Orbe**
- Convenience frais et ultrafrais

Marché Suisse

# Commentaire sur les principaux résultats.

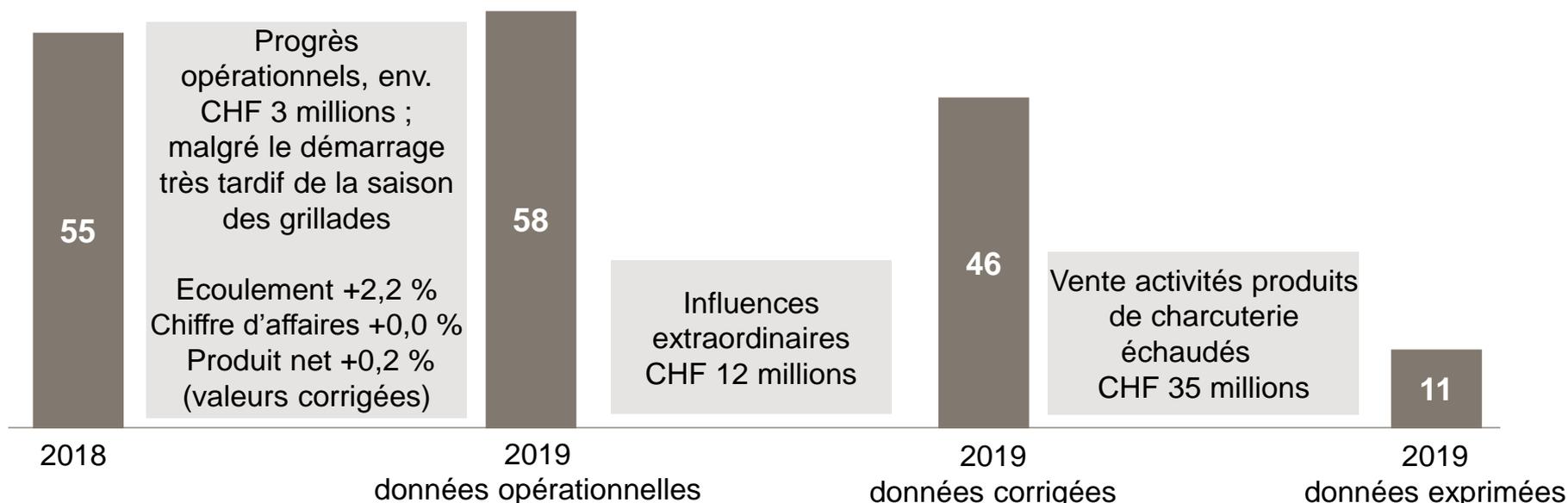
## Chiffres-clés du premier semestre 2019

Chiffre d'affaires en millions de CHF	2019	2018
Chiffre d'affaires	2023,0	2062,1
Effet FX	-	-27,3
Effet acquisitions/ restructuration	-	-12,4
<b>Chiffre d'affaires corrigé</b>	<b>2023,0</b>	<b>2022,4</b>

Ventes en millions de kg	2019	2018
Volume	266,7	268,3
Effet acquisitions/ restructuration	-	-7,2
<b>Ecoulement corrigé</b>	<b>266,7</b>	<b>261,1</b>

### EBIT

en millions de CHF



## Compte de résultat du 1er semestre 2019

	1er S 2019 Valeurs exprimées	1er S 2019 Valeurs corrigées	1er S 2018 Valeurs exprimées
<b>EBITDA</b>	116,8	126,8	136,6
<b>EBIT</b>	11,0	46,0	55,2
<b>Résultat</b>	- 9,6	27,4	32,5
<b>Influences majeures</b>	<p><b>Effets extraordinaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix des matières premières</li> <li>• Coûts supplémentaires constructions/transformati ons</li> <li>• Faible saison des grillades</li> </ul> <p><b>Total effets &gt; CHF 12 millions</b></p>	<p><b>Coûts uniques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vente activités produits de charcuterie échaudés en Allemagne</li> <li>• Répercussions réforme fiscale</li> </ul> <p><b>Total effets CHF 37 millions</b></p>	

Commentaire sur les principaux résultats

## Influences extraordinaires

	1er semestre	2e semestre (estimations)
Matières premières UE	6	selon l'évolution des prix des matières premières et les nouvelles négociations des prix de vente
Coûts de transformation		
Bad Wünnenberg	2	6
Coûts initiaux Marchtrenk	3	-
Ligne d'abattage Ampfing	1	-
<b>EBIT</b>	<b>12</b>	-
<b>Autres influences sur le résultat:</b>		
Adaptation impôts latents	2	-
Manques à gagner au premier semestre en raison de la météo		

en millions de CHF

## Compte de résultat du 1er semestre 2019

	2019 Données exprimées	Vente activités produits de charcuterie échaudés	Influences extraordinaires	2019 Données opérationnelles	2018	Δ
Produit net	1986	-	-	1986	2020	- 34 <sup>1</sup>
<b>Bénéfice brut</b>	<b>768</b>	-	<b>6</b>	<b>774</b>	<b>772</b>	<b>+ 3</b>
%	38,7			39,0	38,2	
<b>EBITDA</b>	<b>117</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>139</b>	<b>137</b>	<b>+ 2</b>
%	5,9			7,0	6,8	
<b>Amortissements</b>	<b>106</b>	<b>25</b>	-	<b>81</b>	<b>81</b>	
<b>EBIT</b>	<b>11</b>	<b>35</b>	<b>12</b>	<b>58</b>	<b>55</b>	<b>+ 3</b>
%	0,6			2,9	2,7	

<sup>1</sup> Conversion de Bad Wünnenberg, consolidation en année pleine Sylvain&Co, influences de change et progrès opérationnels

en millions de CHF

**Vente des usines pour les produits de charcuterie échaudés**

Produit net p.a. - CHF 85 millions  
Ventes p.a. - 16 millions de kg  
Personnel - 400 en équivalents plein temps

Réalisé au 01.08.2019

**Réduction des services généraux compte tenu de la nouvelle structure**

Personnel effectif en équivalents plein temps encore en suspens

En cours de réalisation

**Jambon cru**

Annonce de nouvelles adaptations des prix aux clients durant l'automne 2019

En cours de réalisation

**Influence unique 1er semestre**

EBITDA - CHF 10 millions  
Ajustement - CHF 25 millions  
Actifs immobilisés  
EBIT - CHF 35 millions



**Impact futur valeurs annuelles**

Cash-flow et EBIT, env.  
+ CHF 10 millions

Liquidités  
en millions de CHF

**204,5**

Part du capital total  
7,6 %

Engagement  
financier net  
en millions de CHF

**696,9**

Fonds propres  
en millions de CHF

**1241,5**

Part du capital total  
46,4 %

Investissements nets  
en immobilisations  
corporelles  
en millions de CHF

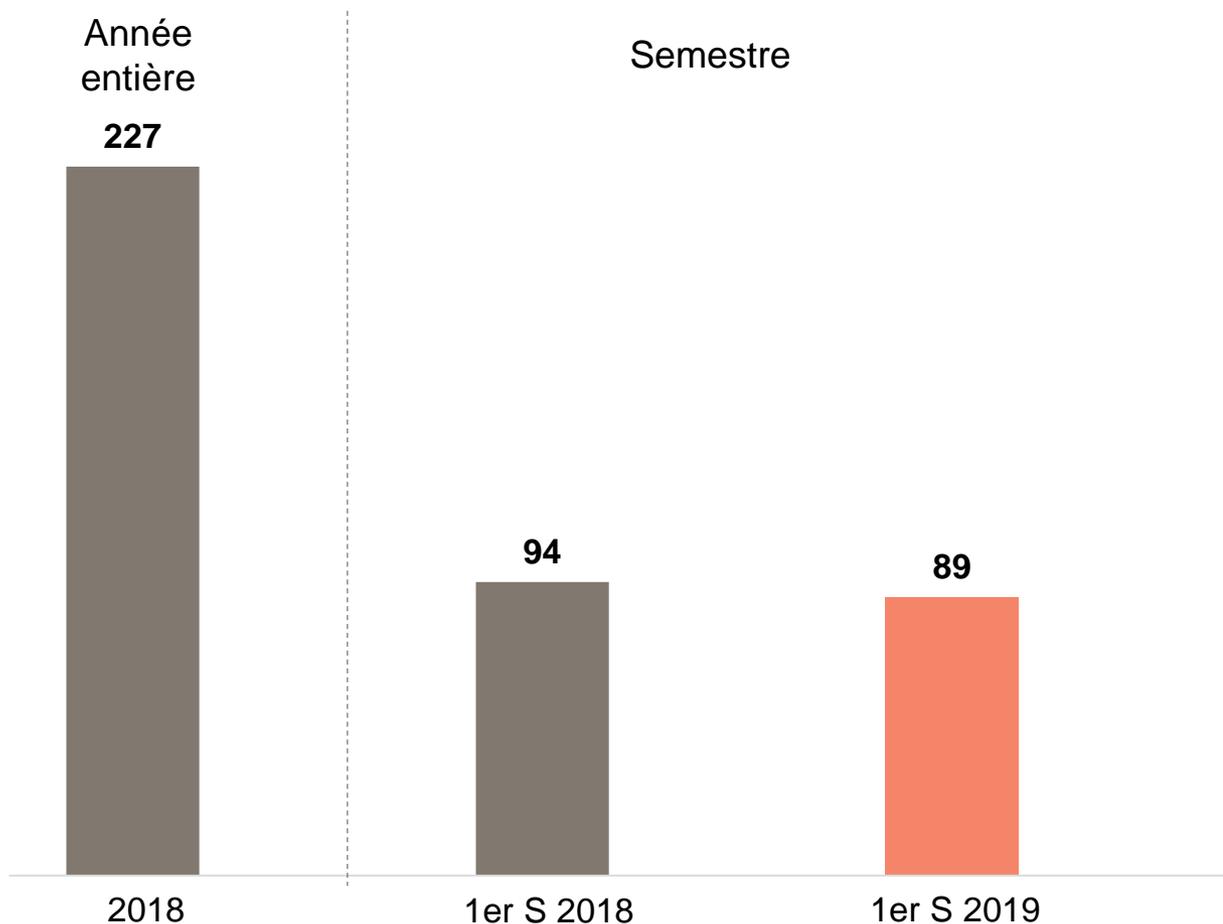
**89,3**

- 4,6 %

Cash-flow des  
activités de l'entreprise  
en millions de CHF

**94,0**

## Investissements nets en actifs immobilisés



- Total prévisionnel CAPEX 2019 env. CHF 220 millions
- CAPEX prévisionnel dès 2020 env. CHF 250 millions en raison de divers projets de construction

en millions de CHF

# Détails sur les segments 1er semestre 2019.

## Faits majeurs

- Léger recul du chiffre d'affaires en raison de volumes en baisse dans le commerce de détail et d'une saison des grillades freinée par la météo
- Progression du bénéfice brut grâce à une nouvelle augmentation de la production de viande réalisée en Suisse (surtout volaille) et une structure d'assortiment optimisée
- Associées à une gestion efficiente des coûts, les mesures initiées l'année précédente ont apporté de nettes améliorations du résultat

Volume des ventes  
en millions de kg

**61,7**  
- 3,3 %

Chiffre d'affaires des  
marchandises  
en millions de CHF

**982,0**  
- 1,4 %

Personnel  
en postes à plein temps

**3468**  
- 3,6 %

Investissements nets  
en immobilisations  
corporelles  
en millions de CHF

**16,3**  
- 26,6 %

## Faits majeurs

- Recul du chiffre d'affaires des marchandises en raison de la réaffectation du site de Bad Wünnenberg (S2018: CHF 27 millions et 9,7 millions de kg) et abandon délibéré d'assortiments peu rentables
- Commerce de détail en baisse généralisée
- Vente des activités des produits de charcuterie échaudés avec les usines de Börger et Suhl
- Concentration sur le développement de la position dans le segment du jambon cru de qualité supérieure, d'origine allemande et internationale
- Consolidation de la compétence dans ce segment grâce à la nouvelle usine de Fuensalida/ES

Chiffre d'affaires des  
marchandises  
en millions de CHF

**197,3**  
- 22,1 %

Volume des ventes  
en millions de kg

**25,9**  
- 30,6 %

Personnel  
en postes à plein temps

**1379**  
+ 0,3 %

Investissements nets  
en immobilisations  
corporelles  
en millions de CHF

**16,7**  
- 10,2 %

## Faits majeurs

- Hausses du chiffre d'affaires (corrigé des effets de change) et des ventes dans toutes les sociétés nationales, évolution particulièrement réjouissante en Pologne
- Hausse massive des coûts d'approvisionnement en raison des prix élevés de la viande porcine
- Efficacité des mesures en vue d'améliorer le résultat du secteur de la volaille de Hubers
- Coûts initiaux uniques pour la nouvelle ligne d'abattage chez Süttag (env. CHF 1 million)
- Météo défavorable à l'origine d'un tassement des ventes dans le segment rentable des produits pour le barbecue

Chiffre d'affaires des  
marchandises  
en millions de CHF

**329,0**  
+ 0,0 %

Volume des ventes  
en millions de kg

**83,5**  
+ 3,3 %

Personnel  
en postes à plein temps

**2657**  
+ 6,9 %

Investissements nets  
en immobilisations  
corporelles  
en millions de CHF

**13,1**  
=

## Convenience

### Faits majeurs

- Volumes d'écoulement en hausse sur la base d'une croissance organique et de la consolidation de Sylvain & Co sur toute l'année (CHF 18,5 millions)
- Démarrage du nouveau site de production d'Eisberg à Marchtrenk/AT dans le cadre des prévisions ; coûts initiaux supplémentaires d'env. CHF 3 millions
- Intégration de Hügli conforme aux attentes ambitieuses et exploitation systématique des potentiels de synergie

Chiffre d'affaires des  
marchandises  
en millions de CHF

**548,9**

+ 4,9 %

Volume des ventes  
en millions de kg

**99,4**

+ 8,4 %

Personnel  
en postes à plein temps

**4659**

+ 5,4 %

Investissements nets  
en immobilisations  
corporelles  
en millions de CHF

**43,2**

+ 8,8 %

# Perspectives 2019.

- Prévission de prix des matières premières durablement élevés ; nouveaux efforts en vue de répercuter les renchérissements sur les prix de vente
- Achèvement sans heurt de la mise en service des autres halles du nouveau site de production à Marchtrenk/AT
- Achèvement des travaux de transformation au site de Bad Wünnenberg
- Concrétisation de la vente des activités sur les produits de charcuterie échaudés en Allemagne et achèvement de la restructuration des services généraux de Bell Allemagne
- Atteindre des progrès opérationnels dans tous les domaines d'activité



# Questions.



---

# **Résultats de Bell Food Group au premier semestre 2019**

Présentation pour les analystes financiers

14 août 2019 | Bell Food Group