

**BELL
FOOD
GROUP**



Bell Food Group

Progrès opérationnels dans l'exercice 2019 ;
impact des effets extraordinaires sur le résultat

Conférence de presse du bilan/présentation des analystes financiers
Exercice 2019

13 février 2020 | Bell Food Group SA

L'essentiel en bref.

Chiffre d'affaires
des marchandises
en millions de CHF

4'078

- 1,6 %

Bénéfice de
l'exercice
en millions de CHF

49,6

- 44,5 %

Après correction des
influences
extraordinaires
+ 15,9 %

Dividende*
en CHF par action

5.50

=

*2019 proposition

Sites

65

- 4



Effectif du
personnel
en équivalents plein temps
au 31.12

12'195

- 2,0 %



Émissions de CO2
en kg/tonne vendue

131

- 5,1 %



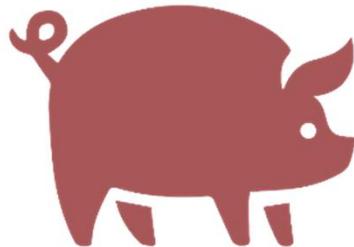
Innovation
nouveau par an

> 2'000



Événements majeurs

- L'augmentation massive du prix de la viande de porc européenne pèse sur les résultats de Bell International
- La hausse a été déclenchée par la propagation de la peste porcine africaine (PPA) en Asie, qui à elle seule a décimé près de 40 % des élevages de porc en Chine ; ce déficit est compensé par des achats, notamment en Europe, ce qui raréfie l'offre
- Les adaptations de prix correspondantes dans le commerce de détail n'ont été possibles que de manière partielle et tardive à l'issue de plusieurs négociations



Le jambon cru en ligne de mire

- En conséquence des rendements insuffisants et de la dépendance par rapport au prix des matières premières, la décision de se retirer du secteur allemand des produits de charcuterie a été prise puis exécutée
- Bell se concentre sur son portefeuille de spécialités de jambon cru de sa propre production dans différents pays
- Consolidation de la forte position sur le marché du jambon cru par la mise en service d'une nouvelle usine de production pour le jambon Serrano



- Développement marquant des capacités pour les produits Convenience dans l'espace DACH (DE/AT/CH)
- Ouverture d'une usine ultramoderne pour la gamme Convenience en Europe à Marchtrenk/AT ; fabrication de différents produits de l'assortiment Convenience pour les marchés autrichien et allemand
- Réaffectation de l'ancien site de Bad Wünnenberg/DE en usine de fabrication de produits Convenience frais destinés au marché allemand



Durabilité et consommation.

Nous assumons nos responsabilités.



Nous nous engageons en faveur de produits conformes à notre sens des responsabilités en matière d'écologie, de bien-être animal et à l'égard de la société.



Nous prenons soin de l'environnement et ménageons les ressources.



Nous sommes un employeur attrayant qui s'engage au profit de son personnel et de la société.



Émissions de CO₂

en kg/tonne vendue

2017		136 ¹
2018		138 ¹
2019		131

¹ Avec la consommation de gaz naturel d'Eisberg, basée sur un nouveau calcul et consolidée.



Consommation d'eau

en m³/tonne vendue

2017		11,0
2018		11,6
2019		11,5



Consommation d'électricité

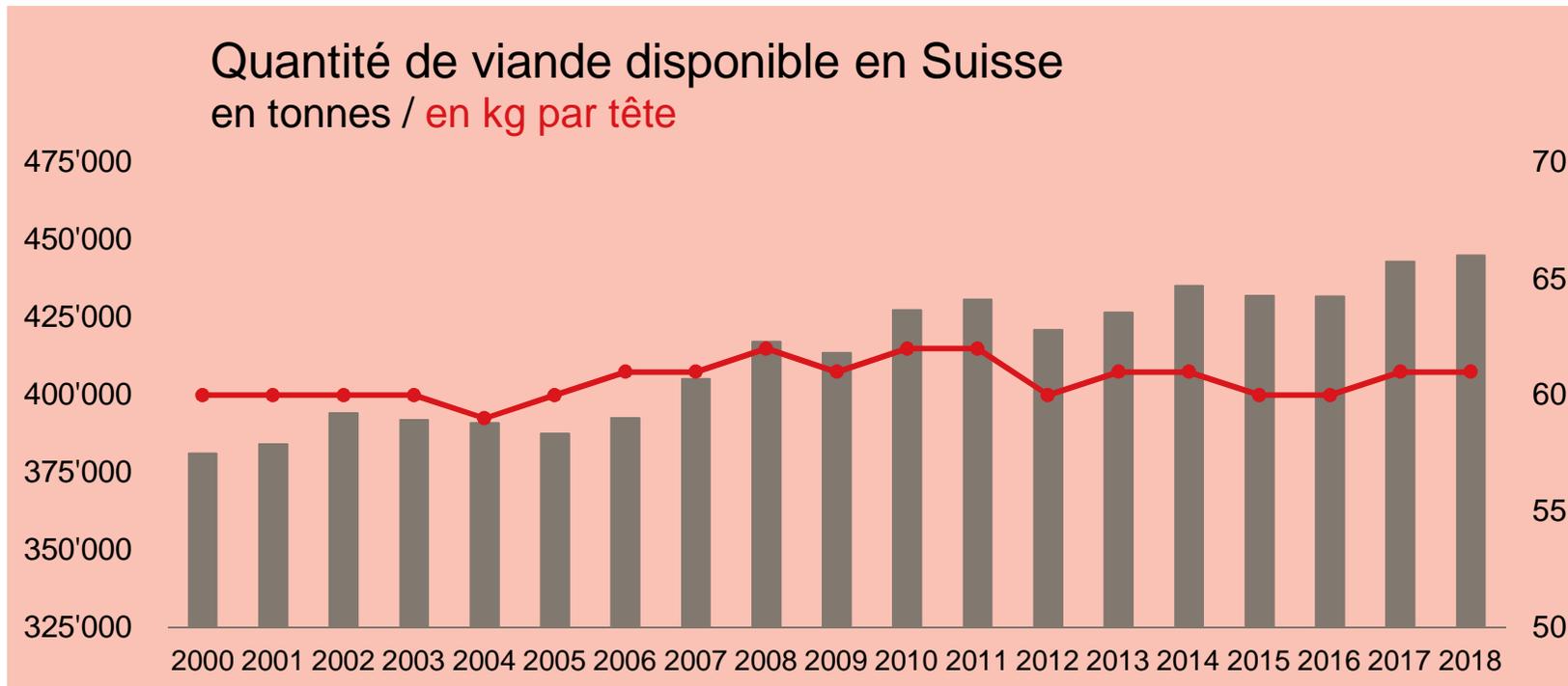
en kWh/tonne vendue

2017		581
2018		521
2019		493

Évolution de la consommation de viande



- > Quantité de viande disponible indicateur de la consommation de viande de la population suisse
- > Estimation de Bell pour 2019 : environ -1 %
- > Tourisme d'achat non intégré à l'ensemble des chiffres



Source : Proviande

Évolution des domaines d'activité

Évolution des domaines d'activité

Domaines d'activité de Bell Food Group

Bell Food Group

Chiffre d'affaires en milliards de CHF

4,1

Sites

65

Personnel

12'200

Bell Suisse



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

2,0

Sites

13

Personnel

3'400

Assortiment
Viande fraîche, Volaille, Charcuterie,
Seafood

Bell International



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

1,0

Sites

25

Personnel

3'800

Assortiment
Volaille, Charcuterie

Convenience



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

1,1

Sites

27

Personnel

5'000

Assortiment
Produits prêts à consommer longue
conservation, frais et ultra-frais



Domaine d'activité Bell Suisse

- Marché de la viande et de la charcuterie en léger recul en 2019, tant dans le commerce de détail que dans les services alimentaires
 - Malgré un contexte de marché difficile, le rendement s'est nettement amélioré
 - Évolution positive de la composition de l'assortiment ; nouvelle hausse des ventes de produits à forte valeur ajoutée
 - Impact positif de la gestion efficace des coûts et des mesures d'optimisation des processus
 - Printemps 2020 : début des travaux du nouvel entrepôt frigorifique d'Oensingen ; mise en service prévue pour mi-2021
- > internalisation de capacités de stockage et meilleure efficacité économique

Bell Suisse



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

2,0

Sites

13

Personnel

3'400

Assortiment

**Viande fraîche, Volaille, Charcuterie,
Seafood**



Domaine d'activité Bell International

- Marché européen de la charcuterie marqué en 2019 par la forte hausse des prix des matières premières et la baisse du commerce de détail
- Du fait de la vente des activités liées aux produits de charcuterie en Allemagne, baisse de la dépendance par rapport aux prix des matières premières
- Consolidation de la bonne position dans le segment du jambon cru grâce à des produits et à des emballages innovants
- Marché de la volaille en progression en Autriche, mais stable en Allemagne en raison de la disponibilité limitée de la dinde
- Poursuite de la tendance positive chez Hubers ; les mesures d'amélioration de l'efficacité et les investissements dans l'infrastructure produisent l'effet souhaité
- Croissance des ventes réjouissante dans les assortiments appliquant de meilleures normes en matière de bien-être animal, notamment pour les labels bio

Bell International



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

1,0

Sites

25

Personnel

3'800

Assortiment

Volaille, Charcuterie



Domaine d'activité Convenience

- Tandis que le marché suisse reste stable dans le segment Convenience, ce dernier est en nette croissance en Europe
- Les divisions Eisberg, Hilcona et Hügli ont poursuivi leur progression et gagné des parts de marché ; les rendements restent réjouissants
- La création de valeur a augmenté grâce à des produits innovants présentant un niveau supérieur de confort et de fraîcheur
- Les investissements dans de nouvelles capacité de production à Marchtrenk et à Bad Wünnenberg ainsi que dans de nouvelles technologies permettent de poursuivre l'exploitation de ce marché en croissance
- Lancement du burger à base végétale, « The Green Mountain Burger », dans le commerce de détail prévu pour le T1/2020
- D'autres synergies ont pu être dégagées à l'intérieur des domaines d'activité

Convenience



Chiffre d'affaires en milliards de CHF

1,1

Sites

27

Personnel

5'000

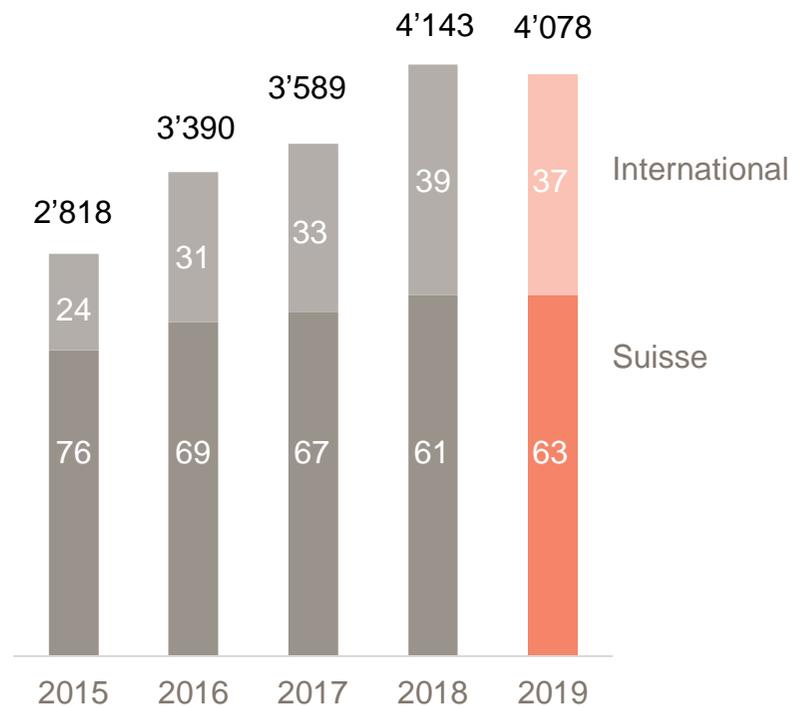
Assortiment

Produits prêts à consommer longue conservation, frais et ultra-frais

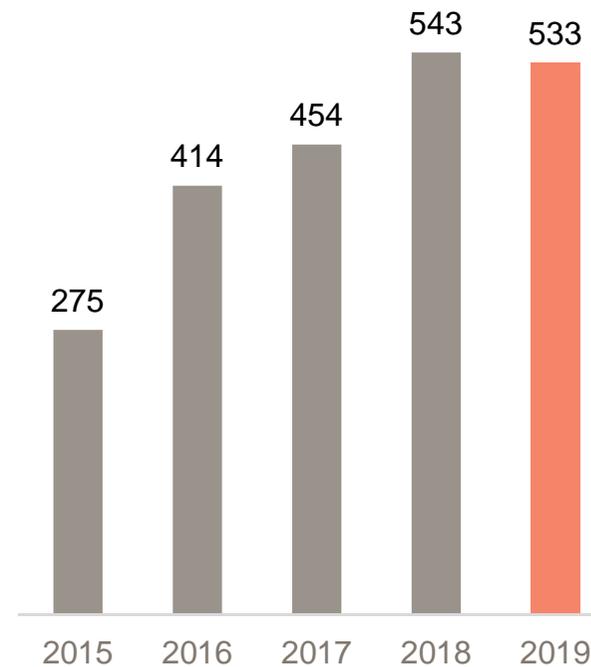


Explications relatives aux rapports financiers.

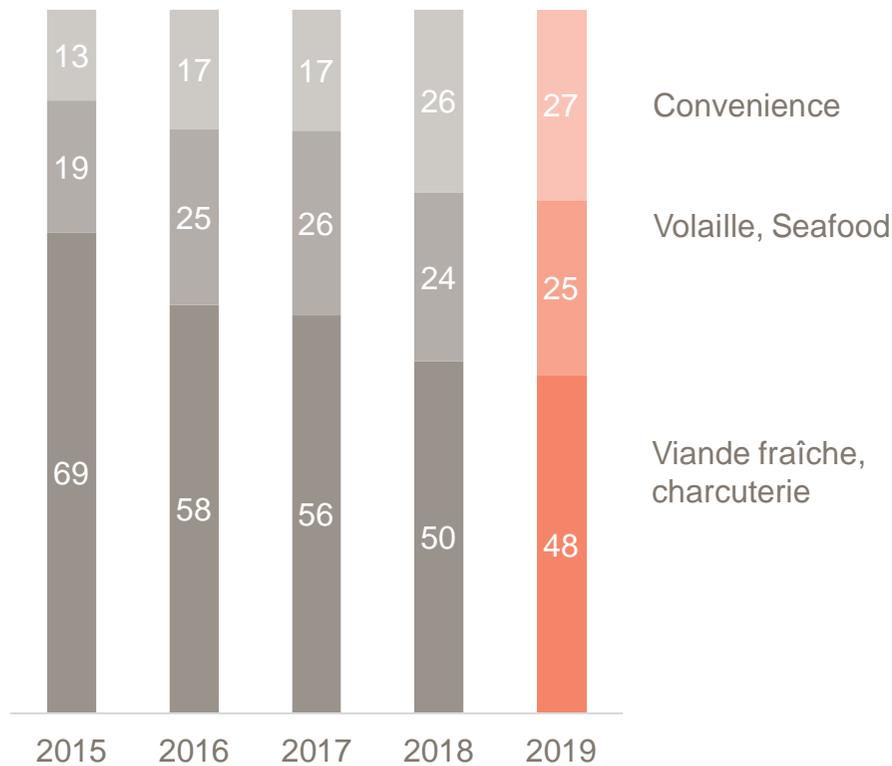
Chiffre d'affaires des marchandises en millions de CHF



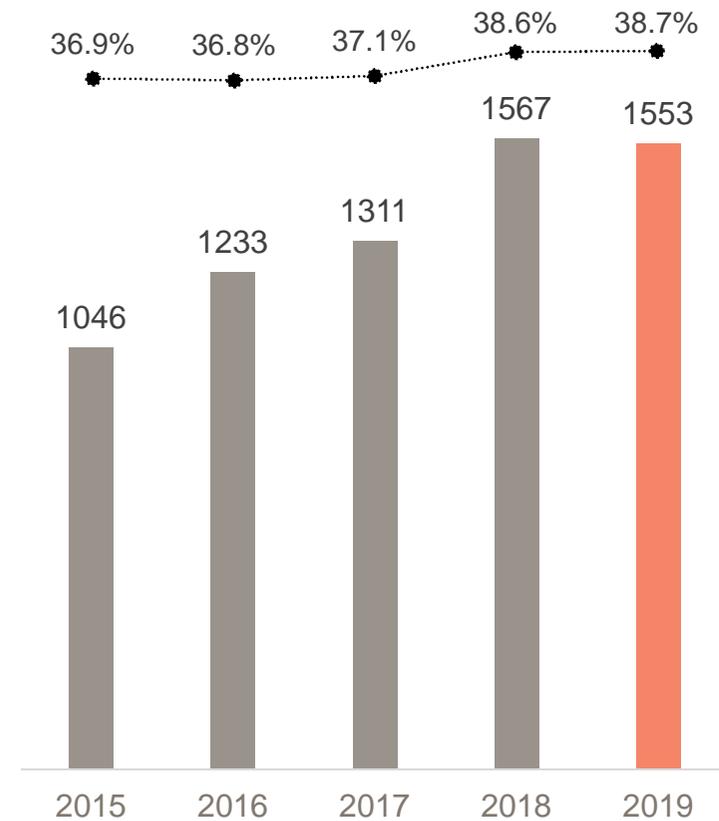
Volumes des ventes en millions de kg.



Répartition des ventes par groupes de produits en %



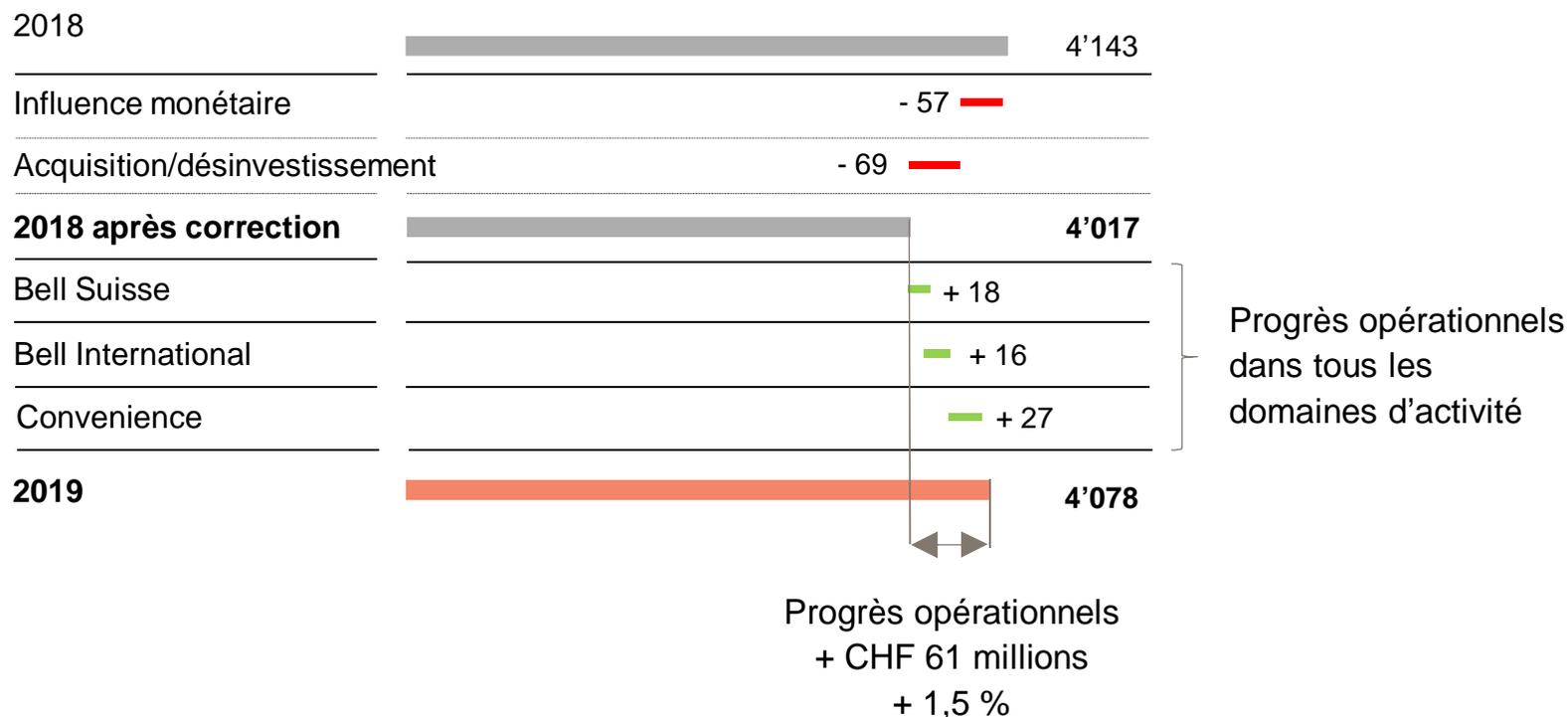
Résultat brut d'exploitation en millions de CHF & en % du produit net



Impact sur le chiffre d'affaires

Chiffres d'affaires

en millions de CHF



Acquisition/désinvestissement :

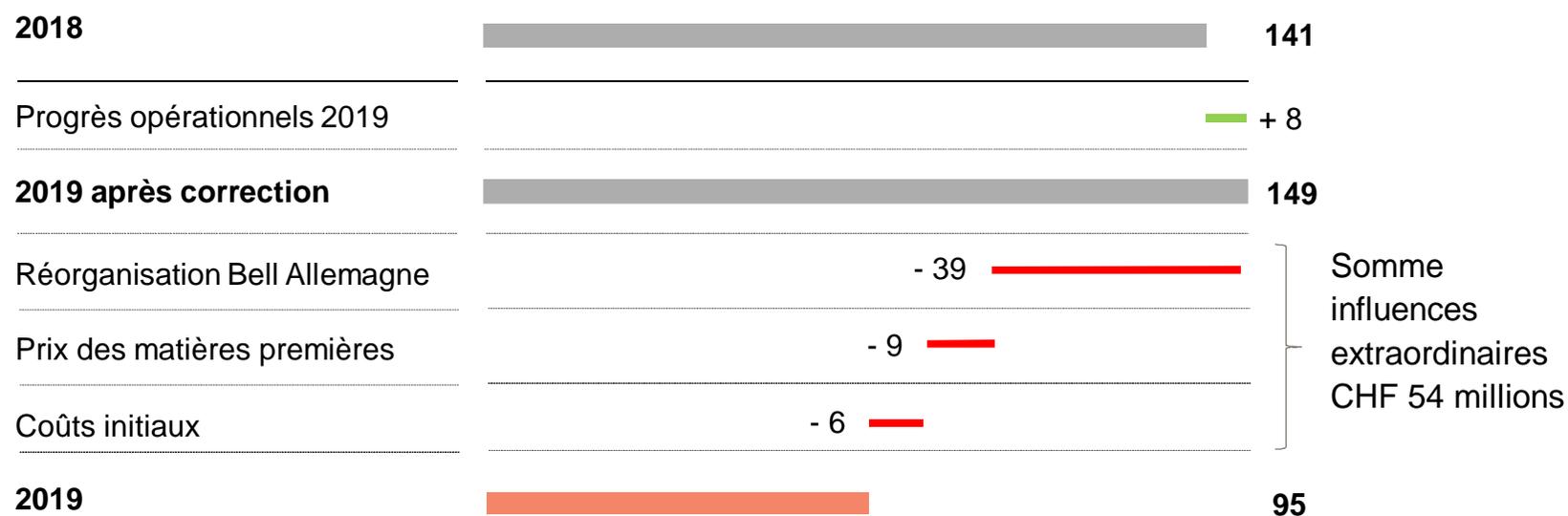
- vente des deux usines de production de charcuterie de Suhl et de Börger (au 31.07.2019)
- coûts d'immobilisation Bad Wünnenberg
- + consolidation sur toute l'année de Sylvain & CO (première consolidation au 01.05.2018)

Explications relatives aux rapports financiers

Progrès opérationnels

EBIT

en millions de CHF



Compte de résultat

	2019		2018
	Valeurs exprimées	Valeurs corrigées	Valeurs exprimées
en millions de CHF			
EBIT	95,3	149,1	140,6
Résultats financiers	-19,1	-19,1	-14,7
<i>dont pertes sur devises étrangères</i>	-9,6	-9,6	-4,6
<i>dont autres charges financières</i>	-9,4	-9,4	-10,1
Résultat des sociétés associées	3,0	3,0	1,8
Impôts	-29,7	-29,7	-34,6
Part de tiers au bénéfice	0,1	0,1	-3,9
Bénéfice de l'exercice	49,6	103,5	89,3

Détails sur les segments.

Faits majeurs

- Léger recul du volume des ventes en raison de la baisse des ventes dans le commerce de détail et du faible 1^{er} semestre
- Progression du chiffre d'affaires et du bénéfice brut grâce à une nouvelle augmentation de la production de viande réalisée en Suisse (notamment 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
- Investissement nets supérieurs pour la modernisation et l'automatisation des infrastructures

Chiffre d'affaires
des marchandises
en millions de CHF

1'999,4
+ 0,9 %

Volume des ventes
en millions de kg

124,0
- 1,4 %

Personnel
en postes à plein temps

3'383
- 3,1 %

Investissements nets
en immobilisations
corporelles
en millions de CHF

57,5
+ 32,8 %

Faits majeurs

- Le regroupement des activités internationales en un seul domaine a fait ses preuves
- Recul du chiffre d'affaires/des ventes à cause des changements survenus pour Bell Allemagne ; réorganisation de cette unité terminée
- Le secteur de la volaille Hubers s'est nettement redressé durant le deuxième semestre ; plus particulièrement, les ventes de coquelets élevés au maïs et de coquelets bio ont enregistré une nette progression
- En ce qui concerne Bell France, les mesures de restructuration et les modifications apportées à la composition de l'assortiment ont été à l'origine d'une amélioration du résultat opérationnel
- En Pologne et en Hongrie, les sociétés nationales ont poursuivi avec succès leur positionnement stratégique dans le segment des spécialités charcutières régionales.

Chiffre d'affaires
des marchandises
en millions de CHF

1'017,1

- 10,2 %

Volume des ventes
en millions de kg

213,0

- 8,1 %

Personnel
en postes à plein temps

3'775

- 13,7 %

Investissements nets
en immobilisations
corporelles
en millions de CHF

48,2

- 22,1 %

Faits majeurs

- Chiffre d'affaires en hausse sur la base d'une croissance organique et de la consolidation de Sylvain & CO sur toute l'année
- Le démarrage du nouveau site de production d'Eisberg à Marchtrenk/AT et la reprise de la production de Bad Wünnenberg ont entraîné un effectif de personnel et des investissements très importants
- La division Eisberg a enregistré un bon rendement grâce à des taux de croissance élevés en Pologne, en Hongrie et en Roumanie
- Hilcona consolide sa position face à une concurrence de plus en plus vive
- Intégration de Hügli conforme aux attentes ambitieuses et exploitation systématique des potentiels de synergie

Chiffre d'affaires
des marchandises
en millions de CHF

1'105,0

+ 2,9 %

Volume des ventes
en millions de kg

199,9

+ 5,0%

Personnel
en postes à plein temps

5'037

+ 10,1 %

Investissements nets
en immobilisations
corporelles
en millions de CHF

126,8

+ 13,5 %

Commentaire sur le bilan, le cash-flow et les investissements

Bilan et cash-flow 2019

Liquidités
en millions de CHF

202,0

Part du capital total
7,5 %

Engagement
financier net
en millions de CHF

673,6

Degré d'engagement
financier net
2,4 x

Fonds propres
en millions de CHF

1'287,3

Part du capital total
47,5 %

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

251,6

- 22,3 %

Investissements
nets en
immobilisations
corporelles
en millions de CHF

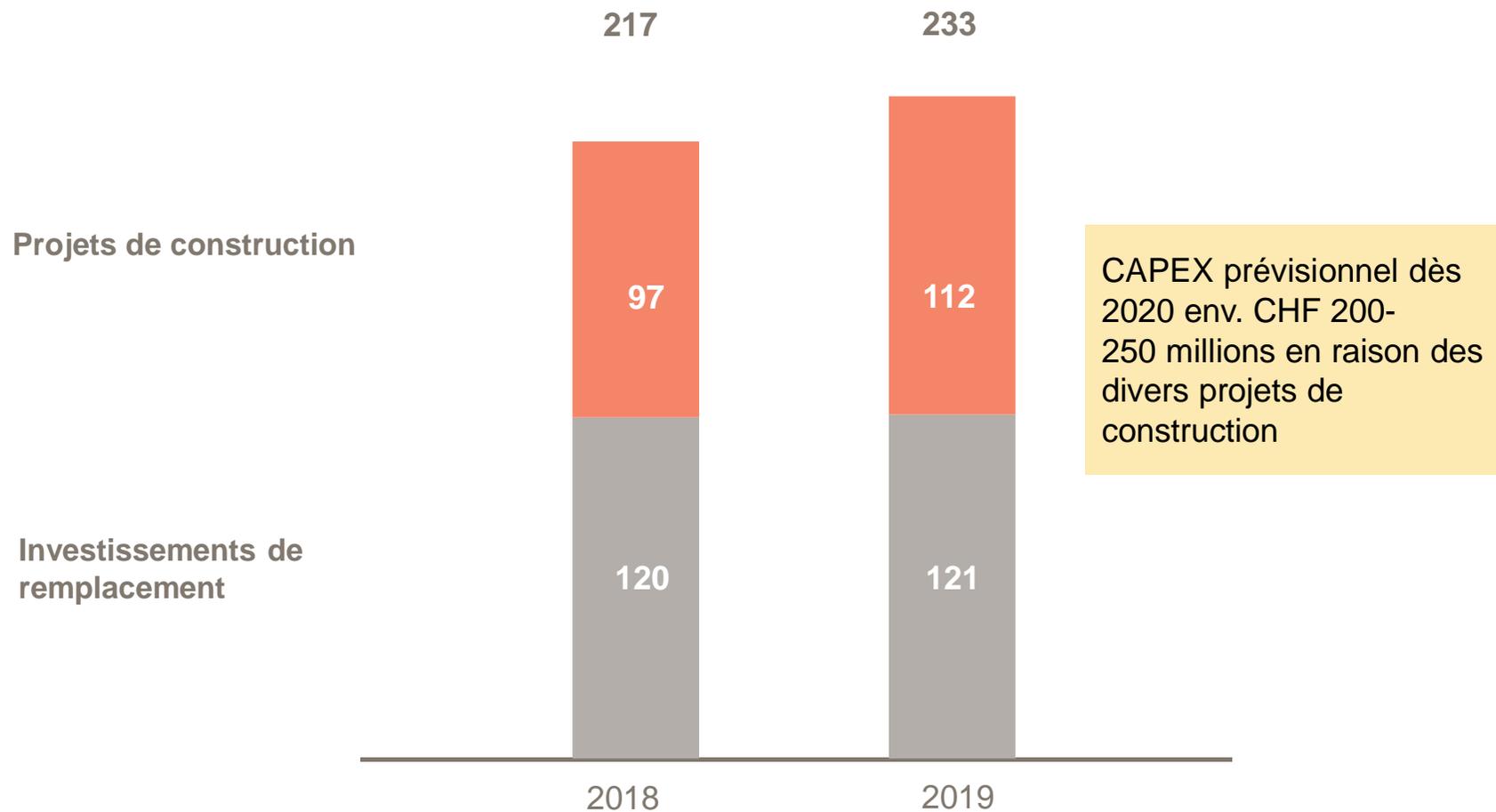
232,5

+ 7,2 %

Investissements

Capex en actifs immobilisés

en millions de CHF



Perspectives 2020 et orientations stratégiques de Bell Food Group.

Perspectives 2020 et orientations stratégiques de Bell Food Group

Priorités pour 2020

Bell Food Group

- Atteindre des progrès opérationnels dans tous les domaines d'activité

Domaine d'activité Bell Suisse

- Garantie du rendement malgré le contexte de marché exigeant
- Acquisition de nouveaux clients dans le commerce de détail et les services alimentaires

Domaine d'activité Bell International

- Nouvelle hausse du prix des matières premières escomptée ; efforts supplémentaires en vue de répercuter les renchérissements sur les prix de vente
- Croissance au niveau des lignes d'assortiment les plus rentables dans le segment du jambon cru
- Nouvelle intégration de la chaîne de création de valeur dans le secteur de la volaille

Domaine d'activité Convenience

- Poursuivre la progression grâce aux nouveaux moyens de production
- Proposer aux clients d'autres sources de valeur ajoutée en apportant des innovations dans l'assortiment et les solutions alimentaires



Perspectives 2020 et orientations stratégiques de Bell Food Group

Mise en œuvre rigoureuse de la stratégie du groupe

1

Consolidation de la position de leader dans l'activité principale viande/volaille/charcuterie/seafood



Investissements dans l'infrastructure et l'automatisation pour Bell Suisse et Bell International

2

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



Investissements dans l'infrastructure et les innovations

Mise en œuvre rigoureuse de la stratégie du groupe

3

Consolidation
significative du
canal de Food
Service



 **MICROPAST**° **Sous-vide**

Mise en œuvre de la « Smart Cuisine » et mise en place de nouvelles technologies

4

Ausbau der
geographischen
Präsenz



Amélioration de la présence sur le marché dans le segment Convenience dans l'espace DACH
et augmentation des exportations (notamment en Asie)

Disclaimer

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.