
1er semestre 2022

Le Bell Food Group poursuit sa croissance

présentation d'analystes financiers

11.08.2022 | Le Bell Food Group 1^{er} semestre 2022



Le présent document ne constitue ni une offre de vente ni une invitation à acquérir des titres. Il ne s'agit pas d'une offre, d'un appel public à l'épargne ou d'un prospectus au sens des articles 3 et 35 ss. de la loi fédérale sur les services financiers (LSFin) ni d'un prospectus de cotation au sens du règlement de cotation de SIX Swiss Exchange. Des copies de ce document ne peuvent être envoyées depuis ou vers des juridictions ni distribuées de toute autre manière, où cela est restreint ou interdit par la loi.

S'il devait apparaître que ce document constitue une offre, un appel public à l'épargne, un prospectus, une fiche d'information de base ou une communication similaire au sens de la LSFin, il conviendrait de relever que Bell Food Group SA a évalué, résumé et présenté les informations à sa disposition avec toute la minutie requise. Le présent document contient par ailleurs certaines déclarations prospectives. **Les déclarations, plans, objectifs, estimations et stratégies ayant un caractère prospectif sont soumis à des risques connus et inconnus, à des incertitudes et à d'autres facteurs susceptibles d'influencer les résultats effectifs, la situation financière, l'évolution ou d'autres aspects de l'entreprise intéressant les investisseurs et d'entraîner des écarts, potentiellement importants, par rapport à ce qui était, explicitement ou implicitement, envisagé et/ou exposé dans ces déclarations, plans, objectifs, estimations et stratégies. Compte tenu de ces incertitudes, l'on ne peut ni ne doit se fier à des déclarations, plans, objectifs, estimations et stratégies ayant un caractère prospectif.**

Bell Food Group SA n'assume aucune responsabilité et ne s'engage pas non plus à actualiser des déclarations prospectives, des plans, objectifs, estimations et stratégies à l'intention des investisseurs ou du public en général, ni à les adapter à des événements ou développements futurs.

Vue d'ensemble du 1^{er} semestre 2022

**« Compte tenu des défis majeurs
tout au long de la chaîne
d'approvisionnement et de
création de valeur, nous sommes
satisfaits du résultat. »**



2 111

+ 6.2 %

Produit net
en millions de CHF

63.0

- 4.0 %

EBIT
en millions de CHF

Croissance organique

+6.2 %

12 859

+ 4.0 %

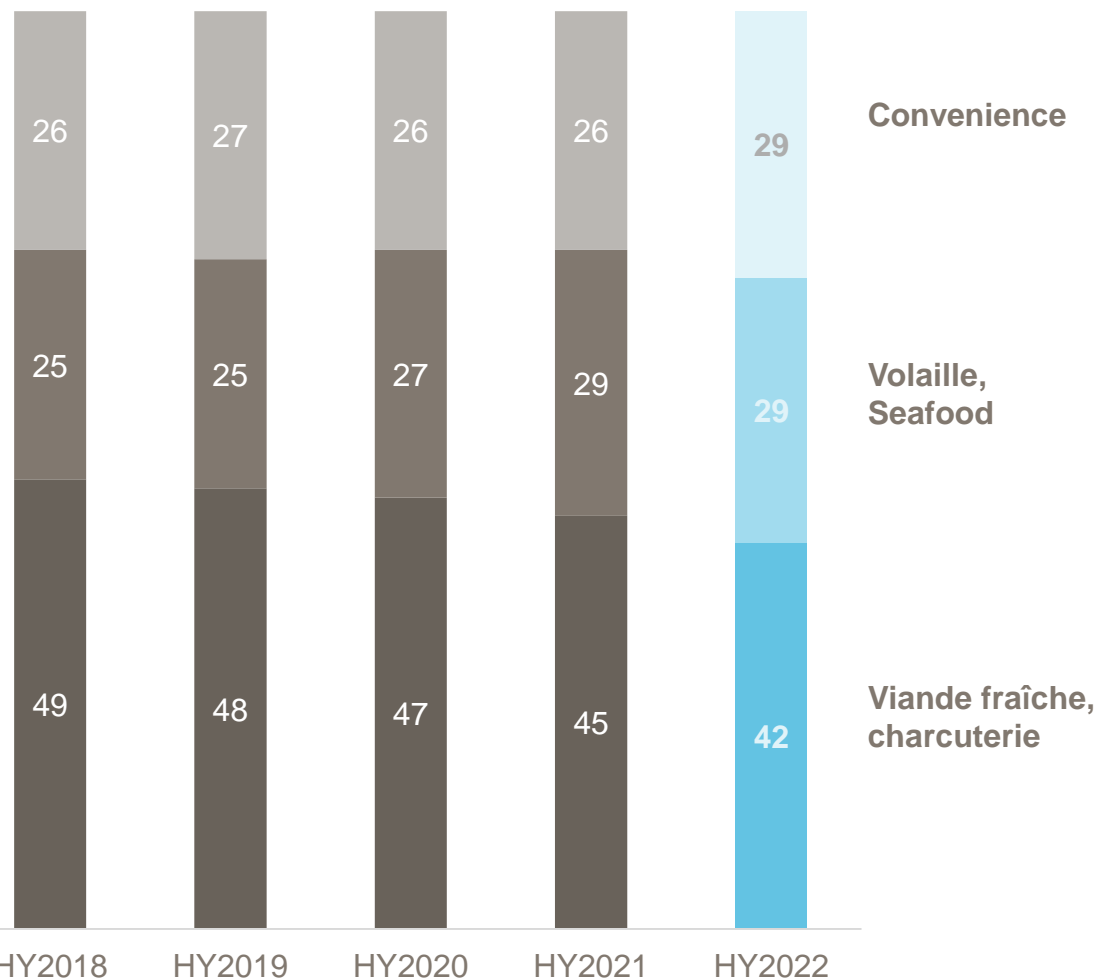
Effectif du personnel
en équivalents plein temps au 30.06

Chiffres ajustés selon la publication « Indicateurs alternatifs de performance »

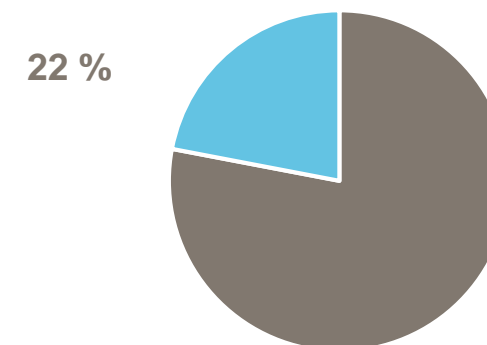


Croissance organique du chiffre d'affaires dans l'environnement porteur du prêt à consommer

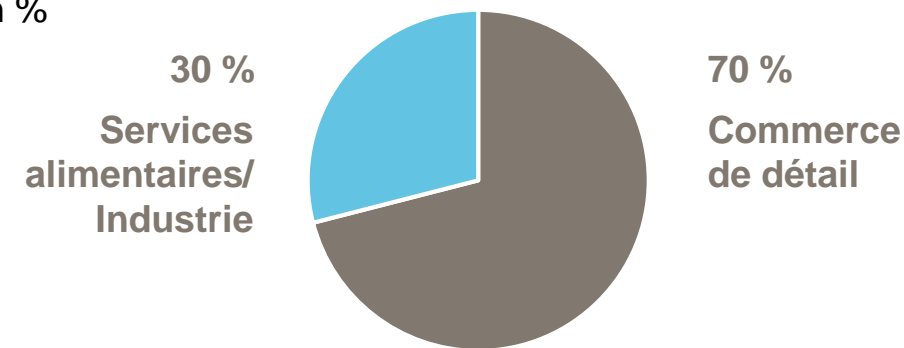
Répartition du chiffre d'affaires par groupes de produits en %



Part des produits végétariens au chiffre d'affaires en %



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



Bon résultat dans un environnement de marché complexe

Le Bell Food Group

- La normalisation escomptée sur le front du coronavirus est intervenue. Dans le segment des services alimentaires, les marchés ont nettement progressé alors que les chiffres d'affaires du commerce de détail sont en recul ; dans ce contexte, une croissance organique réjouissante du chiffre d'affaires est enregistrée.
- Coûts d'approvisionnement en hausse en raison du renchérissement massif ; l'ampleur et le rythme ne sont pas prévisibles, les adaptations de prix rapidement mises en œuvre n'ont pas pu compenser pleinement la hausse des coûts.
- EBIT inférieur à l'année précédente conditionnée par la pandémie, mais supérieur à la valeur de comparaison d'avant la pandémie de l'année 2019.
- Bénéfice semestriel inférieur à l'année précédente ; principalement en raison d'effets de change.

Domaines d'activité

- Bell Suisse ressent le recul dans le commerce de détail ainsi que la reprise progressive du tourisme d'achat et n'a pas pu atteindre pleinement la performance extraordinaire de l'année précédente marquée par la pandémie.
- Succès de Bell International sur le marché et croissance organique réjouissante ; le renchérissement était toutefois très important surtout pour l'énergie et les aliments pour animaux.
- Eisberg est en progrès grâce à la bonne marche des affaires en Suisse et en Europe de l'Est ; la qualité et la disponibilité des matières premières représentaient le défi majeur.
- Hilcona exploite la dynamique de croissance sur le marché et ses résultats sont nettement supérieurs à l'exercice précédent, grâce à la progression parmi les services alimentaires, les pâtes et les sandwiches. Les capacités de production seront développées.
- Hügli profite du redressement dans les services alimentaires et gagne des parts de marché grâce à une prospection efficiente.



Domaines d'activité du Bell Food Group

Bell Suisse
L. Wyss i.P.

Bell International
Eisberg
M. Tschanz i.P.

Hilcona
M. Henck

Hügli
Th. Bodenmann

Finances/Services
X. Buro



Actualités des domaines d'activité.

Points forts

- La performance record de l'année précédente n'a pas pu être totalement reproduite suite à la normalisation prévue sur le front du coronavirus
- Recul des chiffres d'affaires dans le commerce de détail et reprise progressive du tourisme d'achat
- Net redressement dans le canal des services alimentaires
- La modification dans la composition des canaux et le renchérissement de divers facteurs de coûts ont pesé sur les marges
- Nouvelle amélioration de la productivité
- Bon résultat malgré des conditions-cadres difficiles, supérieur aux valeurs de comparaison d'avant la pandémie de l'année 2019



Succès de la campagne de marketing BBQ en 2022



Solide position dans l'assortiment tendance des plats mijotés

Points forts

- Croissance organique réjouissante sur un marché globalement en recul
- La croissance englobe des majorations de prix conditionnées par le renchérissement massif et majoritairement bien appliquées
- Le renchérissement et la hausse persistante des coûts, surtout pour l'énergie et les aliments pour la volaille, ont laissé des traces dans l'évolution du résultat
- Gagner des parts de marché dans la volaille et optimiser le portefeuille de clients
- L'orientation stratégique sur le jambon cru et la volaille issue d'une production durable a fait ses preuves ; niveau de rentabilité stable malgré les grands bouleversements sur le marché



Nouvel assortiment bio dans le segment du jambon cru



Gamme complète dans le domaine de la volaille durable

Points forts

- Bonne évolution commerciale en Suisse et en Europe de l'Est, les principaux marchés ; croissance organique réjouissante
- Toutes les sociétés nationales ont contribué à la croissance
- La nouvelle usine de production de Marchtrenk (AT) a nettement amélioré l'exploitation de ses capacités et apporté une contribution majeure à la croissance
- Approvisionnement en matières premières globalement très délicat ; conséquences limitées grâce aux solides compétences en la matière



Salades fraîches prêtes à consommer dans des bols réutilisables

Domaine d'activité Hilcona - forte croissance organique

Points forts

- Exploitation de la dynamique de croissance sur le marché et nette progression
- Croissance dans tous les secteurs d'assortiment, surtout parmi les sandwiches et les pâtes
- Net redressement dans le canal des services alimentaires
- Problèmes temporaires de capacités en raison de la forte croissance
- Hausse significative des coûts d'approvisionnement et disponibilité limitée pour d'importantes matières premières



Lancement réussi de la gamme de pâtes premium « La Pasteria »



Grand succès sur le marché des sandwiches frais du jour



Évolution réjouissante des alternatives végétariennes à la viande

Domaine d'activité Hügli - redémarrage réussi après la pandémie

Points forts

- Nette compensation des effets de la pandémie et croissance organique significative
- Le canal des services alimentaires est renforcé ; surtout la restauration traditionnelle, alors que les changements dans les habitudes de consommation ont encore des répercussions dans la restauration collective et événementielle
- Exploitation de la présence sur le marché et gain de parts de marché
- Recul conditionné par le marché dans le canal du commerce de détail
- Produits présentant un niveau de commodité accru et assortiment italien comme moteurs de croissance



Nouveau lancement de la marque bio « Natuco » pour le commerce de détail



Élargissement de l'offre dans le segment BBQ

Commentaires sur le 1^{er} semestre 2022.

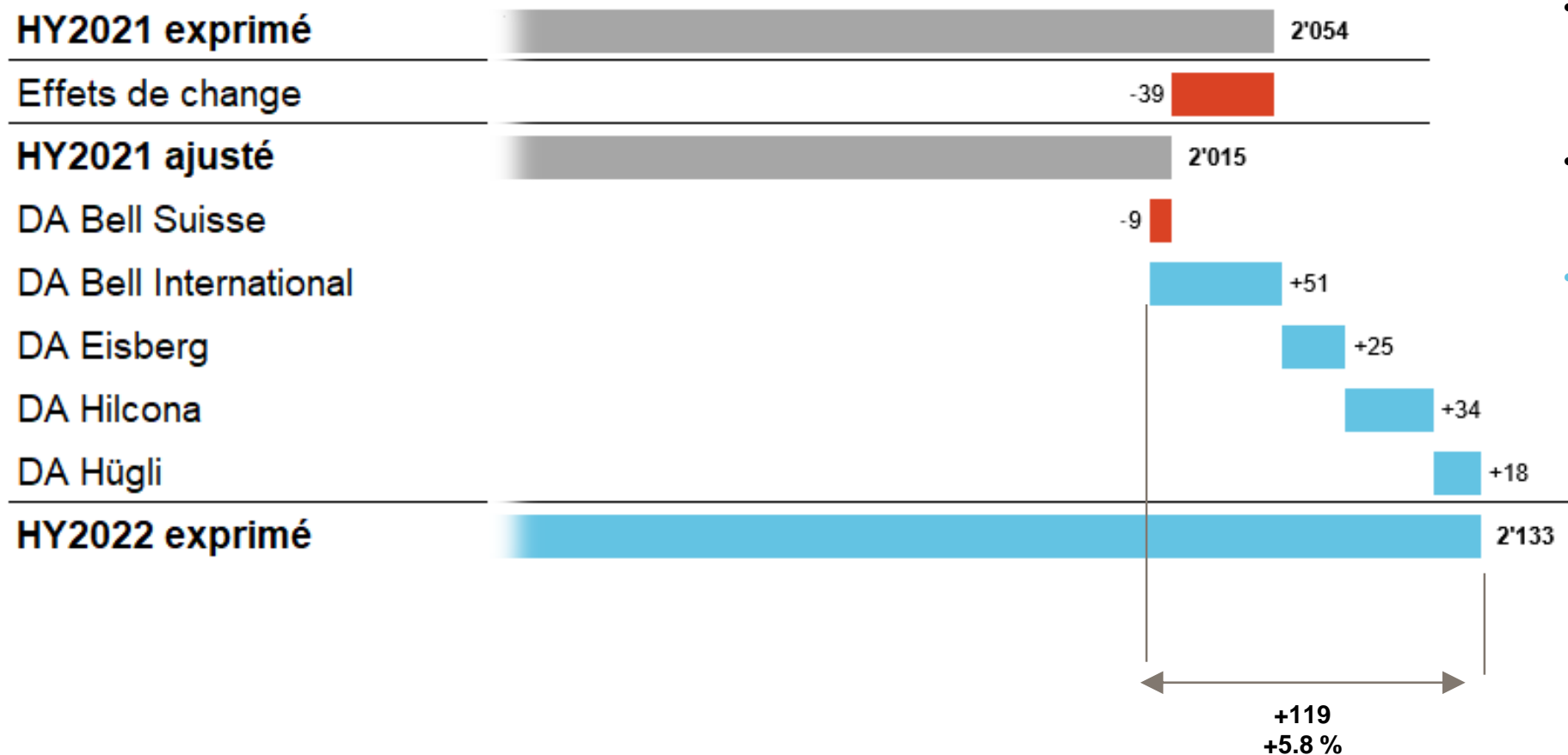
« Hausse significative des coûts dans tous les domaines d'activité en raison de l'ampleur et du rythme du renchérissement. Des adaptations de prix généralement vite appliquées n'ont pas permis de le compenser entièrement. »



Évolution du chiffre d'affaires - croissance organique réjouissante





Chiffre d'affaires

en millions de CHF



- Le segment du prêt à consommer à nouveau consolidé comme moteur de croissance
- Hausse des prix en raison du fort renchérissement
- **Solide rétablissement dans les services alimentaires - normalisation dans le commerce de détail**

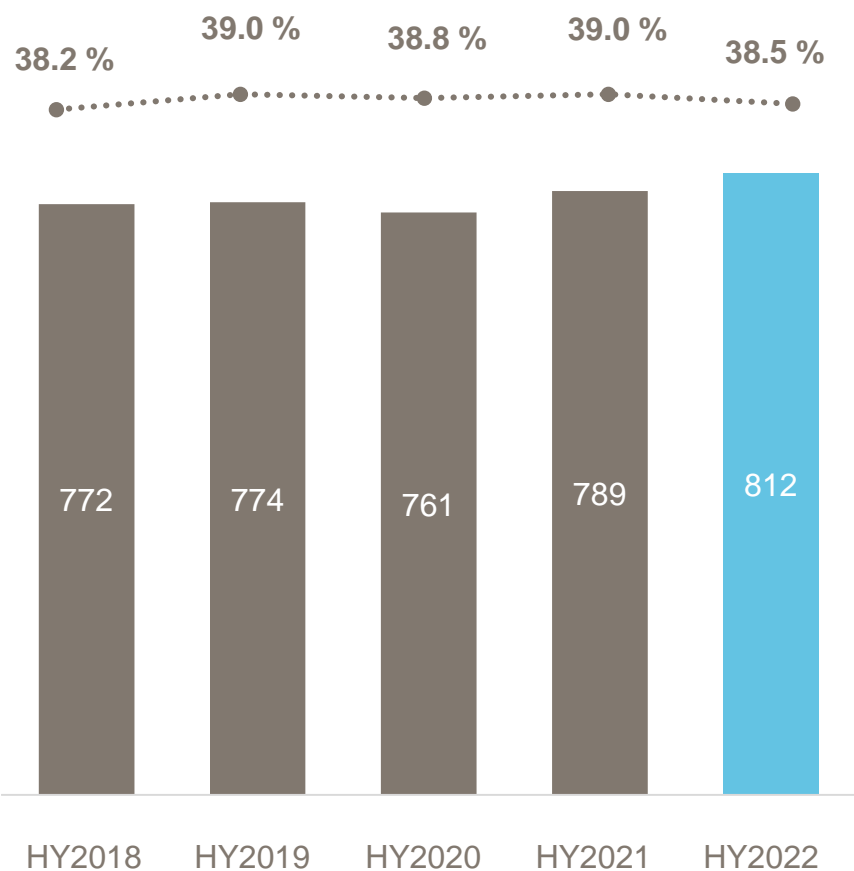
Domaines d'activité - la nouvelle structure d'organisation fait ses preuves

	 Effectif du personnel en équivalents plein temps au 31.12	 Sites	 Chiffre d'affaires en millions de CHF	 Moteurs de croissance
Bell Suisse	3 663	13	1 044	-0.7 % Normalisation après la pandémie
Bell International	3 527	20	517	+11.0 % Hausses de prix
Eisberg	2 156	10	163	+17.6 % Nouvelle usine de Marchtrenk, hausses de prix
Hilcona	1 917	6	261	+15.1 % Sandwiches et pâtes, hausses de prix, services alimentaires
Hügli	1 597	14	191	+10.7 % Services alimentaires

Évolution du résultat brut et de l'EBIT - hausse des coûts d'approvisionnement

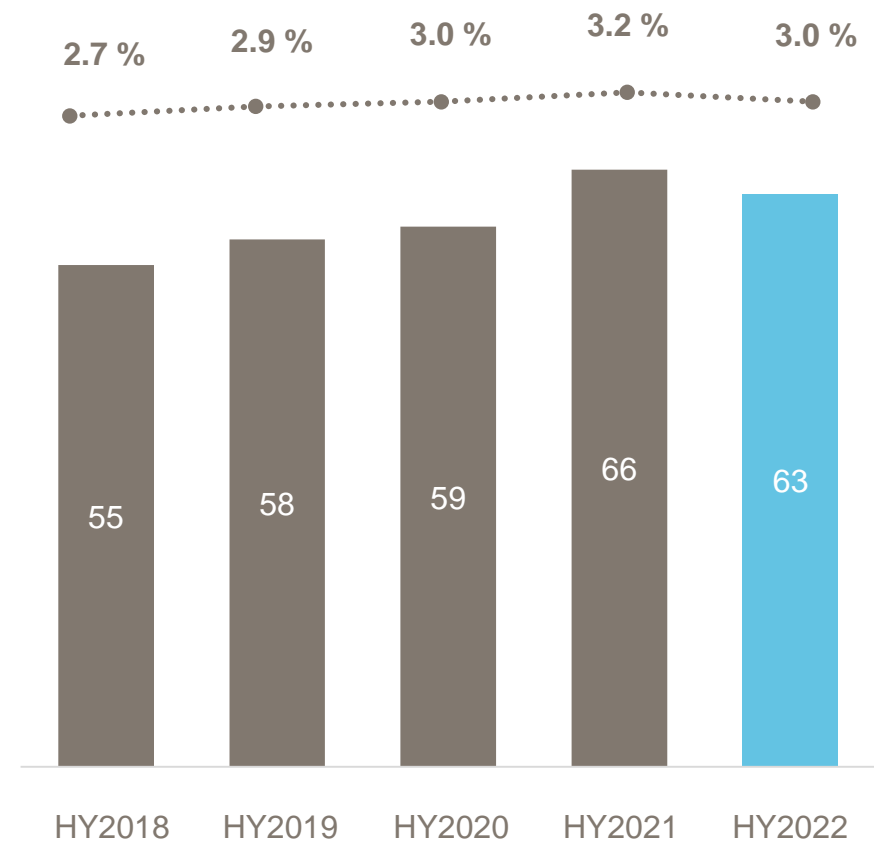
Résultat brut d'exploitation

en millions de CHF et en % du produit net



EBIT

en millions de CHF et en % du produit net



Chiffres ajustés selon la publication « Indicateurs alternatifs de performance »

Compte de résultat - résultat semestriel impacté par des effets de change

Mio. CHF	exprimé				ajusté			
	HY2021	HY2022	Δ	%	HY2021	HY2022	Δ	%
Bénéfice brut	788.8	812.2	+23.4	3.0%	788.8	812.2	+23.4	3.0%
EBITDA	145.7	143.7	-2.1	-1.4%	145.7	143.7	-2.1	-1.4%
EBIT	64.7	63.0	-1.6	-2.5%	65.7	63.0	-2.6	-4.0%
Résultats financiers	-0.3	-9.9	-9.6		-0.3	-9.9	-9.6	
<i>dont intérêt</i>	-4.0	-4.8	-0.8		-4.0	-4.8	-0.8	
<i>dont pertes de change</i>	3.7	-5.1	-8.8		3.7	-5.1	-8.8	
Résultat d'entreprises associées	1.2	1.0	-0.2		1.2	1.0	-0.2	
Impôts	15.5	13.9	-1.6		15.5	13.9	-1.6	
Parts de tiers au bénéfice	0.0	-0.0	-0.0			-0.0		
Résultat de l'exercice	50.0	40.2	-9.9	-19.8%	51.0	40.2	-10.9	-21.3%

- Le rythme effréné du renchérissement complique l'application des adaptations de prix cycliques
- EBIT juste légèrement inférieur au record de l'année précédente malgré ce renchérissement massif
- Le recul du bénéfice semestriel est principalement à rapporter à des effets de change défavorables
- Sans cette influence, le résultat semestriel ajusté est légèrement inférieur au niveau de l'exercice précédent avec un recul de CHF 2.1 millions

Bilan et cash-flow - l'émission d'un emprunt influence l'image du bilan

246.9

Part du
capital total 8.6 %

Liquidités
en millions de CHF

739.2

+CHF 58.7 millions
par rapport au 31.12.21

Engagement
financier net*
en millions de CHF

1 382.4

Part du
capital total 48.3 %

Fonds propres*
en millions de CHF

1.6

Cash-flow
opérationnel
disponible*
en millions de CHF

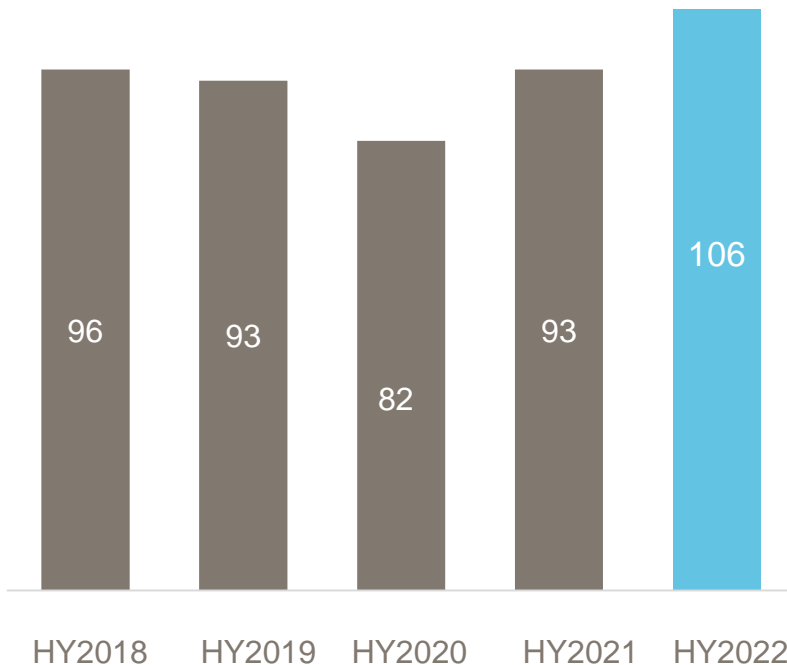
106.2

Investissements
opérationnels
en millions de CHF

- Succès de l'émission d'un emprunt obligataire ; CHF 300 millions, 7 ans à 1.55 %
- Cash-flow opérationnel disponible toujours positif malgré des investissements plus importants
- **Le succès de l'émission d'un emprunt obligataire est à l'origine d'un allongement du bilan ; baisse du ratio de fonds propres et augmentation des engagements financiers nets**

Investissements opérationnels

en millions de CHF

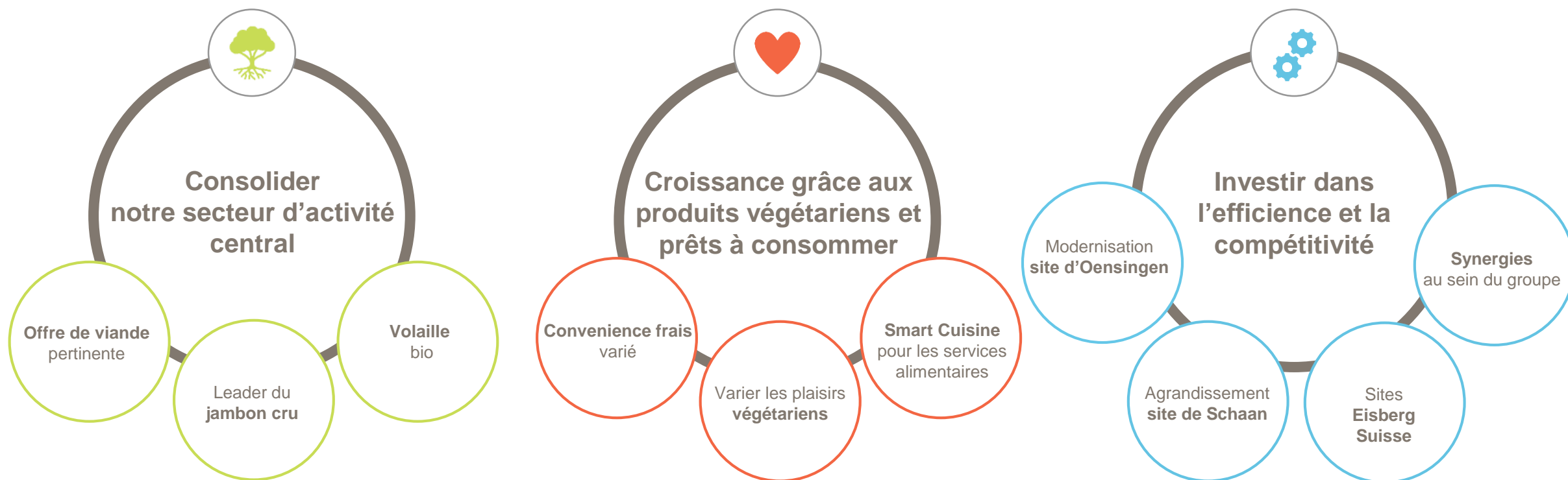


- Coûts d'investissement en hausse en raison des grands projets planifiés
- Certains effets du renchérissement sont perceptibles, mais absorbés dans le budget global
- Capex attendu pour fin 2022 inférieur à la guidance annuelle moyenne de CHF 300 millions
- **Investissements dans notre infrastructure pour consolider l'activité centrale en Suisse et, ainsi, assurer durablement le principal pilier du chiffre d'affaires**

Stratégie 2021–2025

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

Wir gestalten Zukunft.



> Assurer la rentabilité et la compétitivité à long terme

Modernisation
Site
d'Oensingen

Nouvel
entrepôt
frigorifique

- Nouvel entrepôt frigorifique pour env. 34 000 palettes, climatisation à -24°.
- Capacités déjà exploitées ; à raison d'environ 60 % par Bell et 40 % par des clients externes
- Construction majoritairement achevée ; programmation et tests à partir de mai ; début du refroidissement T1/2023 et début de l'entreposage dès T2/2023

Avantages majeurs :

- Réduction du stockage décentralisé, externe et interne, de 8 à 1 entrepôt central
- Rotation accrue grâce à la technique de transport entièrement automatisée
- Acclimatation avec la technologie des ondes radio pour une décongélation en 40 minutes au lieu de deux jours auparavant
- Réduction globale de la consommation d'énergie d'environ 50 %
- Volume doublé avec un effectif du personnel inchangé



Programme d'investissements Bell Suisse - abattoir de bovins

Modernisation
Site
d'Oensingen

- Nouvelle construction d'un abattoir de bovins
- Augmentation des capacités de 650 à 1000 bêtes par jour : nette optimisation des processus
- Chantier lancé ; mise en service prévue pour 2025

Nouvel
abattoir

Avantages majeurs :

- Amélioration du bien-être animal au déchargement et à l'introduction grâce à des mesures architecturales, à la réduction du bruit et à des conditions d'air et de lumière optimales
- Réduction de la consommation d'énergie et utilisation d'eau de pluie pour le nettoyage des véhicules de transport et des étables
- Système de refroidissement en douceur des carcasses au moyen de trois zones climatiques pour une meilleure qualité de viande
- Gain de productivité de 60 à 120 bêtes/h (standard international)



Modernisation
Site
d'Oensingen

Centre de
tranchage

- Concentration du travail pour la charcuterie en tranches de Bâle et Cheseaux vers le nouveau centre d'Oensingen
- Chantier lancé ; mise en service prévue courant 2025

Avantages majeurs :

- Réduction des installations de tranchage de 16 à 8 lignes performantes - d'où une gestion plus efficace des lignes
- La technique de transport automatisée et l'intralogistique réduisent des étapes de travail manuelles préalables
- Conditions d'espace idéales pour des lignes plus longues ; permet de recourir à de nouvelles technologies pour l'assurance qualité et l'automatisation



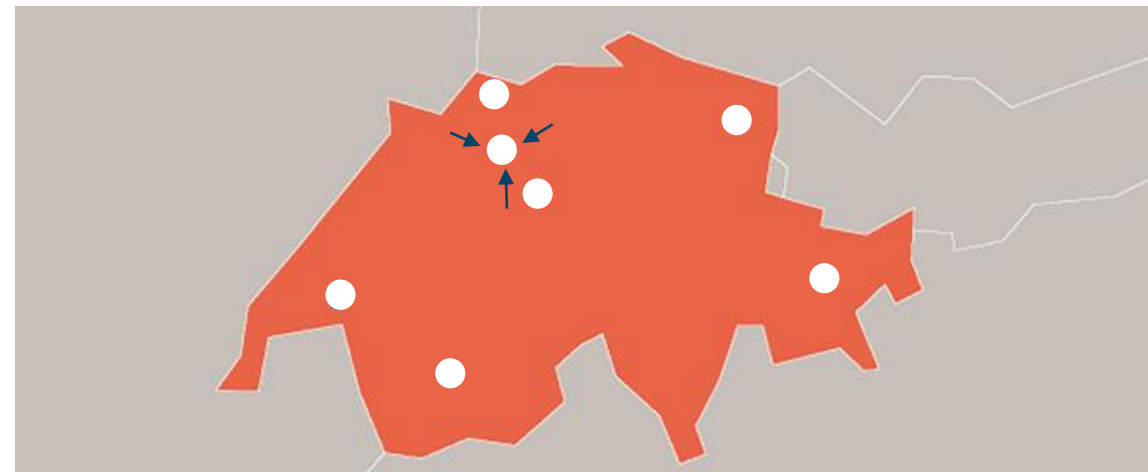
Modernisation
Site
d'Oensingen

Logistique
et préparation
des commandes
centrales

- Nouvelle construction pour une concentration de la logistique et de la préparation des commandes au site d'Oensingen
- De six sites par le passé, la préparation des commandes sera concentrée dans la nouvelle usine d'Oensingen
- Chantier lancé ; mise en service prévue pour 2025

Avantages majeurs :

- La seule plateforme logistique de Suisse permettant une préparation des commandes pour plusieurs groupes de produits
- La concentration sur un seul site permet un débit supérieur et une maintenance plus efficace
- Rythme de commande-livraison ultracourt - les magasins gagnent une demi-journée pour passer leurs commandes, ce qui réduit les liquidations/le gaspillage alimentaire chez le client
- Harmonisation de la planification de la production pour optimiser les stocks et les lots de production



Investir dans l'efficience et la compétitivité - agrandissement/réaménagement de l'usine pour volaille de Pfaffstätt (AT)

Agrandissement
de l'usine
avicole de
Pfaffstätt

Agrandissement
Lavage des
caisses

Réaménagement
Administration

- L'infrastructure de production actuelle atteint ses limites en raison de la forte croissance des dernières années
- Augmentation des capacités et gains d'efficience grâce à divers agrandissements, transformations et adaptations 2022-2023

Stade actuel du chantier :

- Nouvel accès à l'entreprise resp. nouveau giratoire
- Agrandissement du bâtiment administratif, fin des travaux en septembre 2022
- Déplacement du lavage de caisses dans l'extension (actuellement en construction) puis agrandissement des chambres froides et de la zone de découpe
- Agrandissement des chambres froides pour les produits à livrer et de l'entrepôt ; fin des travaux en septembre 2022



Critères ESG et engagement de durabilité

Nous vivons la responsabilité.

0

Neutralité climatique

Neutralité GES en scope 1-2 d'ici
2035 et en scope 1-3 d'ici 2050

< 1 %

Gaspillage alimentaire

Réduction du gaspillage alimentaire
inhérent à l'exploitation d'ici 2026

> 50 %

Emballages

Proportion d'emballages recyclables
d'ici 2026

-10 %

Consommation d'eau

Réduction de la consommation
d'eau dans les régions non
considérées comme à risque d'ici
2026

> 60 %

Label de bien-être animal

Matières premières d'origine
animale provenant de Suisse
certifiées par un label de bien-être
animal d'ici 2026

> 370 millions

Chiffre d'affaires produits bio

Part du chiffre d'affaires réalisé avec des produits bio en
millions de CHF d'ici 2026

Plus d'informations dans le dernier rapport de durabilité sur www.bellfoodgroup.com

Perspectives.

Perspectives pour l'exercice 2022 - évolution incertaine des conditions-cadres

Le Bell Food Group

- L'évolution future du marché dépendra fortement de la manière dont la situation du coronavirus se présentera durant le deuxième semestre ou si les vagues attendues en automne et en hiver entraîneront de nouvelles mesures de restriction. Si tel n'est pas le cas, le Bell Food Group est d'avis que la normalisation dans la composition des canaux se poursuivra au second semestre 2022.
- La situation sur les plans de l'approvisionnement et des prix devrait rester tendue jusqu'à la fin de l'année 2022. Tant que le contexte politique mondial demeure incertain, il est à supposer que le renchérissement des matières premières, du matériel d'emballage et de l'énergie se poursuivra. Pour le Bell Food Group, cela signifie une augmentation supplémentaire des coûts de production qui devrait encore influencer le résultat au second semestre 2022.