

BELL HOLDING SA

# RAPPORT ANNUEL 2010



---

Nous comprenons notre métier –  
et nous l'aimons.



# LES HOMMES ET LES FEMMES CHEZ BELL

Un signe qui ne trompe pas chez Bell, c’est le gage de qualité pour un plaisir durable. Le rapport annuel nous offre l’occasion de présenter quelques personnes qui font de cette promesse une réalité, chaque jour et avec une conviction inébranlable. Ce sont les acteurs principaux du monde de Bell – que ce soit dans leur rôle de conseiller expert chez Seafood, au volant d’un utilitaire ou chez le client au point de vente. Le monde de Bell a beaucoup de facettes. Il est aussi illimité que le plaisir lui-même. Et il devient chaque année plus grand, plus international et multicolore – sans pour autant oublier ses racines.

## SOMMAIRE

03_	Bell en bref		<b>RAPPORT FINANCIER</b>
04_	Editorial		
	<b>BELL SUISSE</b>		<b>GROUPE BELL</b>
20_	Encore une excellente année pour Bell Suisse	42_	Rapport financier
22_	Viande fraîche	44_	Bilan consolidé
23_	Charcuterie	45_	Compte de résultat consolidé
23_	Volaille	46_	Flux de fonds
24_	Convenience	47_	Justification des fonds propres
25_	Seafood	48_	Principes de consolidation et d'évaluation
25_	Perspectives 2011	50_	Annexe au bilan consolidé
	<b>BELL INTERNATIONAL</b>	57_	Annexe au compte de résultat consolidé
26_	Allemagne	62_	Données complémentaires
29_	Europe de l'Est	63_	Rapport de l'organe de révision
30_	France	64_	Aperçu sur plusieurs années
30_	Autres marchés	65_	Informations sur les actions
31_	Perspectives 2011	66_	Participations importantes
	<b>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</b>		<b>CORPORATE GOVERNANCE</b>
32_	Durabilité et plaisir	67_	Corporate Governance
34_	Gestion de la qualité et sécurité des denrées alimentaires	77_	Dates importantes
35_	Environnement, énergie et sécurité	78_	Management
37_	Ressources humaines		<b>BELL HOLDING</b>
39_	Communication	80_	Bilan
		81_	Compte de résultat
		82_	Répartition du bénéfice /Annexe
		83_	Rapport de l'organe de révision
		84_	Contacts
		85_	Impressum

# Bell en bref

## Chiffres clés financiers

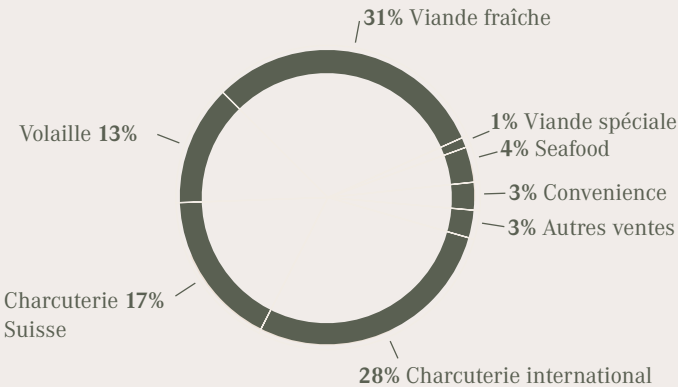
en milliers de CHF	2010	Variation	2009
Produits nets	2 584 277	1.4%	2 547 877
Cash-flow	180 193	18.8%	151 628
en % des produits nets	7.0%		6.0%
EBIT	101 236	6.5%	95 047
en % des produits nets	3.9%		3.7%
Bénéfice net	64 519	16.1%	55 563
en % des produits nets	2.5%		2.2%
Investissements nets dans les immobilisations d'exploitation	68 176	17.2%	58 175
en % du cash-flow	37.8%		38.4%
Fonds propres	590 456	-0.7%	594 779
en % des actifs	50.6%		45.5%
Rentabilité des fonds propres (ROE)	11.1%		10.7%

### Chiffres clés actions

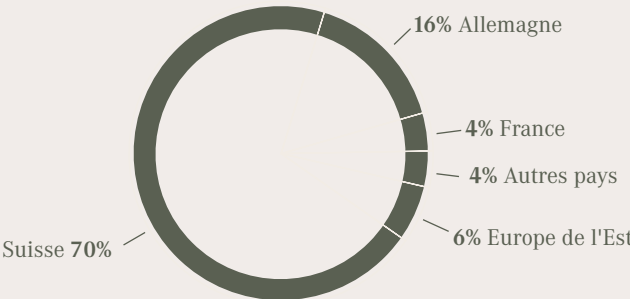
en CHF

Cours de l'action au 31.12.	1 766	13.9%	1 551
Cash-flow par action	457	18.4%	386
EBIT par action	257	6.1%	242
Bénéfice net par action	163	15.6%	141
Dividende par action	50	25.0%	40

Chiffre d'affaires par groupes de produits



Produits nets par pays



# Chiffres clés de rendement

Production de viande (Suisse) en tonnes	Abattages propres	Achats com- plémentaires/ importations	Pourcentage des importations	2010	2009
Porc	58 453	968	0.4%	59 420	59 296
Boeuf	33 511	4 283	9.8%	37 794	34 761
Veau	6 718	288	1.7%	7 006	6 738
Agneau	720	1 415	62.3%	2 135	2 104
Gibier et autre viande	29	1 202	97.6%	1 231	1 270
Total	99 431	8 155	6.1%	107 586	104 169
Volaille	23 512	8 597	25.0%	32 109	30 877
Part de viande labellisée dans la viande d'abattage (Suisse)					
Animaux élevés et nourris dans le respect de l'espèce				49%	49%
Chiffres clés du marché (Suisse)					
Viande d'abattage					
Abattages du groupe Bell (en tonnes)				99 431	96 662
Part de marché de Bell *				25%	25%
Volaille (Suisse)					
Abattages du groupe Bell (en tonnes)				23 512	21 746
Part de marché de Bell *				35%	34%
Effectif du personnel					
Effectif moyen calculé sur la base d'unités à plein temps				6 179	6 497
Effectif du personnel au 31.12.				6 488	6 561
Effectif du personnel au 31.12. par pays					
Suisse				3 497	3 417
Allemagne				1 461	1 523
France				399	403
République tchèque				618	776
Hongrie				200	226
Autres pays				313	216
Chiffres-clés de l'environnement					
Total des émissions de CO2 (en tonnes; seulement Bell Suisse)				7 144	7 303
Total de la consommation d'énergie (en GWh)				262	251
Total de la consommation d'eau (en 1 000 m³)				1 874	1 932
Total des déchets (en 1 000 tonnes)				23	22

\*Estimation Bell



# BELL EN BREF

## **BELL** LE SAVOIR ET LA PASSION MÈNENT AU SUCCÈS

Un assortiment de viande, charcuterie, volaille, convenience et seafood riche et varié arrive chaque jour frais de Bell aux consommateurs. Plus de 6'450 collaborateurs en Suisse et en Europe s'y emploient, avec tout leur savoir et engagement. En sa qualité de numéro 1 du secteur de la viande suisse, Bell approvisionne les grossistes et le commerce de détail, la restauration et l'industrie alimentaire. En Europe, le groupe français Polette ainsi que les entreprises allemandes ZIMBO et Abraham font partie du groupe Bell.

## **2010** UNE BONNE ANNÉE POUR LE GROUPE BELL

En 2010, Bell s'est affirmé avec succès dans un contexte concurrentiel intense et a poursuivi sa croissance en Suisse comme à l'international. A raison de CHF 2,58 milliards, le produit net marque un nouveau record, ce qui correspond à une hausse de 1,43 %, et même de 4,4 % corrigé des variations monétaires. Au niveau EBITDA, le résultat opérationnel a augmenté à CHF 212,7 millions (+12,3 %). Avec CHF 64,5 millions (+16,1 %), le résultat de l'exercice était nettement supérieur au niveau de l'année précédente.

Des conditions cadres favorables ont permis à toutes les divisions de Bell Suisse d'augmenter leur volume des ventes en 2010, à savoir une augmentation générale de la consommation de viande, le gain de parts de marché par le truchement de nos principaux clients et la stabilité au niveau des prix. 2010 fut une année particulièrement favorable pour les gammes Viande fraîche et Volaille – notamment pour la volaille fraîche suisse qui a joui d'une grande popularité. Pendant que les groupes de produits Seafood et Convenience évoluaient eux aussi de manière réjouissante, les ventes de la gamme Charcuterie étaient plus disputées.

A l'international, le redressement conjoncturel et ses effets positifs sur la consommation deviennent lentement perceptibles. La pression élevée au niveau des prix et de la concurrence n'a cependant pas fléchi – le marché allemand en particulier a été marqué par des baisses de prix dans le commerce de détail. Des produits innovants et des activités de vente couronnées de succès nous ont même permis de renforcer légèrement notre position sur le marché, en termes de chiffre et de volume.

## **VISION** DES PLAISIRS POUR UNE MEILLEURE QUALITÉ DE VIE

L'offre de Bell en viande, charcuterie, volaille, seafood et convenience est un gage d'alimentation de qualité et de plaisir gustatif – et donc d'une meilleure qualité de vie. C'est le clou de chaque repas. En tant que fournisseur assurant un service complet à ses clients, Bell est le No 1 en Suisse: non seulement en quantités, mais aussi en termes de valorisation et de rendement. Nous réussissons cette prouesse grâce à notre grande compétence et des prestations de tout premier ordre, jour après jour.

## **PERSPECTIVES** STRATÉGIE POUR PLUS DE CROISSANCE

En 2010, les valeurs de référence stratégiques à moyen terme ont été définies pour l'ensemble des secteurs d'activité. En résumé, nous visons un nouvel essor dans le secteur fraîcheur et dans les catégories d'assortiment à forte création de valeur.

Après la forte croissance des ventes en 2010, nous attendons pour 2011 une croissance du marché plus modérée pour tous les groupes de produits. Nous voulons cependant croître plus fortement que nos marchés de référence. La mise en place de nos stratégies dans les secteurs d'activité devrait nous y aider. Dans l'ensemble, nous nous concentrons sur les assortiments qui offrent un meilleur rendement et renonçons aux affaires à faible création de valeur. Les innovations jouent toujours un rôle important; mais aussi la consolidation et l'optimisation des assortiments existants.

La coopération\* avec Hilcona et la participation stratégique dans le spécialiste Convenience ainsi acquise nous permet de nous ancrer encore davantage dans le secteur à croissance rapide du Convenience fraîcheur. Jusqu'à la reprise de la majorité d'Hilcona en 2015, le chiffre d'affaires actuel de Bell Convenience sera déconsolidé.

\* sous réserve de l'aval des autorités compétentes

## EDITORIAL

# UN EXCELLENT EXERCICE 2010 – DES JALONS STRATÉGIQUES POUR LE FUTUR

Rapport du président du conseil d'administration  
et du directeur général p.i.

CHÈRES ACTIONNAIRES,  
CHERS ACTIONNAIRES,

Les collaborateurs sont décisifs pour le succès d'une entreprise. Nous devons à l'engagement indéfectible de chacun de nos collaborateurs de pouvoir vous présenter, à l'occasion du rapport annuel 2010, le meilleur résultat de notre riche histoire. Au nom de nos 6'488 collaborateurs, nous vous présentons huit métiers spécialisés dans le rapport de l'exercice écoulé. Ils symbolisent la belle diversité de personnalités qui donnent, chaque jour, le meilleur d'eux-mêmes à nos clients.

Les conditions cadres sur nos marchés étaient parfois très différentes, sauf en ce qui concerne l'intensité croissante de la concurrence, présente partout. Une concurrence que nous avons affrontée avec succès. Bell a poursuivi sa croissance durant l'exercice considéré, en Suisse comme à l'étranger. Le produit net des livraisons et prestations a augmenté de 1,43 % à CHF 2,584 milliards (CHF +36,4 millions). Avec 4,4 % la croissance du produit net, corrigée des variations monétaires, affiche une progression encore plus élevée.

Le résultat opérationnel au niveau de l'EBITDA a augmenté de 23,2 à CHF 212,7 millions (+12,3 %). Le résultat d'exploitation, de CHF 64,5 millions

(+16,1 % ou CHF 8,9 millions), était nettement supérieur au niveau de l'année précédente. Le cash-flow a progressé de 28 à CHF 180 millions (+18,8 %). Le volume des ventes a augmenté de 5,1 % à 224 millions kilogrammes. Dans l'ensemble, le groupe Bell occupait 6'488 personnes dans 11 pays au 31 décembre 2010.

---

## ENCORE UNE TRÈS BONNE ANNÉE POUR BELL SUISSE

Bell a su exploiter de manière optimale plusieurs facteurs positifs qui se présentaient en Suisse. La consommation de viande était globalement en hausse, nos principaux clients ont gagné des parts de marchés et le niveau des prix était stable. Cet environnement a permis à toutes les divisions de Bell Suisse d'augmenter leurs ventes en 2010. Le volume des ventes a augmenté de 3 à 125,3 millions de kilogrammes (+2,5 %). Avec une augmentation de 33 à CHF 1'808 millions, le produit net a connu une croissance moins élevée. Nous avons réussi à couvrir la forte demande de produits carnés avec des offres adaptées aux clients. Les assortiments pour le libre-service se sont particulièrement bien vendus. Globalement, la croissance a été plus forte pour la viande fraîche que pour les produits transformés comme les saucisses ou la charcuterie.

---

# +5,1 %

Le volume des ventes a grimpé  
à 223,6 millions

---



Hansueli Loosli  
Président du conseil d'administration



Martin Gysin  
Directeur général p.i.

Avec CHF 64,5 millions (+16,1 %), le résultat de l'entreprise était nettement supérieur au niveau de l'année précédente.

2010 fut une année particulièrement bonne pour les gammes Viande fraîche et Volaille, alors que la Charcuterie était soumise à un contexte plus difficile. La production de viande de boucherie et de volaille a augmenté de 4'535 à 122'943 tonnes (+3,8 %). La volaille fraîche suisse, en particulier, a connu un franc succès. Quant aux groupes de produits Seafood et Convenience, leur succès ne s'est pas démenti. L'évolution réjouissante des ventes, associée aux processus parfaitement rodés et à l'efficacité des sites de production, a également participé au bon résultat.

#### UN ENVIRONNEMENT EXIGEANT POUR BELL INTERNATIONAL

Depuis mi-2010, un redressement conjoncturel est perceptible dans la plupart de nos marchés cibles. Les effets positifs sur la consommation se font lentement sentir, avec un temps de retard. Cependant, la pression élevée au niveau des prix et de la concurrence n'a en rien fléchi. Les prix finaux à la consommation ont reculé sur presque tous les marchés, en particulier le marché allemand qui a souffert de baisses importantes.

Dans un tel contexte, il fallait maintenir notre position sur le marché en chiffre et en volume et même la renforcer légèrement. Soumis à la

pression sur les marges et les prix, les résultats escomptés n'ont pas été atteints. Avec CHF 776 millions, le produit net de Bell International en francs suisses est resté au niveau de l'année précédente (+0,4 %, CHF +3,4 millions), en raison du taux de change de l'euro en moyenne nettement inférieur. Corrigé des variations monétaires, il en résulte une croissance d'environ 10,7 %. Les volumes de production ont augmenté de plus de 8,4 % et représentent globalement 98'245 tonnes. De nouveaux produits innovants et des activités de vente performantes ont contribué à l'évolution positive des ventes en chiffre et en volume.

#### POSER DES JALONS STRATÉGIQUES

En 2010, les valeurs de référence stratégiques ont été définies à moyen terme pour l'ensemble des secteurs commerciaux. Les stratégies varient en fonction des divisions. En résumé, nous visons un nouvel essor dans le secteur fraîcheur et dans les catégories d'assortiment à forte création de valeur.

En Suisse, nous avons pris d'importantes dispositions en ce qui concerne notre politique d'implantation. A Niederbipp, dans le canton de Berne, nous avons acquis un grand terrain de 15 hectares. Sous réserve de changement de l'affectation de zone agricole en zone d'activités, nous prévoyons

---

## Bell met tout en œuvre pour atteindre une croissance supplémentaire dans le secteur fraîcheur et dans les catégories d'assortiment à forte création de valeur.

---

d'y construire notre nouvelle usine pour la transformation de la viande de porc. Celle-ci remplacera l'exploitation de Bâle qui arrive bientôt à bout de course. A Bâle, nous avons repris du canton de Bâle-Ville le droit de superficie pour le périmètre des abattoirs. Ajouté au terrain que nous possédons déjà, nous disposons à présent d'une surface globale de plus de 7,7 hectares sur ce périmètre, ce qui nous permet d'entrevoir un master plan à l'horizon 2015, avec l'objectif de concentrer toutes les activités du site de Bâle à cet endroit.

Dans le secteur d'activité Convenience, Bell a initié une coopération\* d'avenir avec l'entreprise liechtensteinoise Hilcona. Bell et Hilcona ont réuni au 1<sup>er</sup> janvier 2011, sous l'égide de Hilcona AG, leurs activités complémentaires dans le secteur Convenience fraîcheur. Dans le cadre de ce rapprochement, Bell apporte la division Convenience dans le groupe Hilcona et prend, en contrepartie, une participation de 49 % chez Hilcona. Dans quatre ans, Bell fera l'acquisition de 2 % supplémentaires du capital. Cette participation stratégique nous permet de nous établir plus fortement dans le secteur Convenience fraîcheur très porteur.

Nous mettons en outre l'accent sur les potentiels synergiques au sein du groupe Bell. Avec de premiers succès à la clé. Le réseau du groupe nous a par exemple permis de gagner de nouveaux marchés pour la vente de spécialités régionales particulières. De plus, les organisations de distribution établies au niveau régional ont pu compléter leur portefeuille de produits dans différents marchés, grâce aux assortiments d'autres entreprises du groupe. Ces succès doivent servir à renforcer et exploiter de manière systématique les possibilités qui s'offrent à nous.

---

### NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE BELL

Fin novembre 2010, Adolphe R. Fritschi a fait part de son souhait de départ à la retraite anticipée avec effet immédiat, pour des raisons personnelles. Le conseil d'administration a répondu favorablement à sa requête et le remercie pour son remarquable travail et son engagement sans faille envers l'entreprise. Le conseil d'administration a nommé son successeur en la personne de Lorenz Wyss, 51 ans. Lorenz Wyss a occupé diverses fonctions chez Coop depuis 1995, la dernière en tant que directeur

Category Management Produits frais/Restauration et membre de la direction Marketing et Acquisitions. Il est parfaitement ancré dans les cercles de la branche et reprendra la responsabilité de Bell au 1<sup>er</sup> avril 2011. Le conseil d'administration est persuadé d'avoir trouvé en lui la bonne personne pour l'avenir et d'avoir assuré la continuité de la direction de l'entreprise.

---

### AGIR DURABLEMENT

Le souci de Bell au regard des effets des activités sur l'homme et l'environnement ne date pas d'hier. Nous avons par exemple œuvré en pionniers, en développant des programmes basés sur des conditions d'élevage conformes aux besoins de l'espèce. Les défis environnementaux et humains auxquels nous sommes aujourd'hui confrontés sont énormes. Des millions de personnes consomment nos produits au quotidien. C'est une responsabilité dont nous mesurons l'importance à chaque instant. Le groupe Bell perçoit le développement durable dans un sens global qui intègre quatre piliers: économie, écologie, responsabilité sociale et sécurité. Dans chacun de ces quatre domaines, Bell veut compter parmi les meilleures entreprises de la branche.

La production de denrées animales et la consommation de viande font depuis quelques temps l'objet de critiques du point de vue de la santé et de l'écologie. Dans la diversité des opinions, parfois contradictoires, qui s'expriment au sujet de l'écologie et de la durabilité, il est question de la pollution engendrée par la consommation de viande ou d'aspects liés à une alimentation équilibrée. Ces prochains mois, nous allons élaborer de nouvelles bases sur lesquelles nous appuyer lors de l'évaluation des effets de nos activités sur nos groupes cibles et sur l'environnement.

---

### AUGMENTATION DU DIVIDENDE À CHF 50 PAR ACTION

Le cours des actions Bell a nettement mieux évolué que le marché de référence correspondant. Après un début relativement stable, le cours a surtout progressé au cours du dernier trimestre. A CHF 1'766, le cours de l'action Bell au 31 décembre 2010 était en hausse de 13,9 % par rapport à celui de fin d'année 2009 (+ CHF 215). Suite à l'évolution positive des affaires et aux perspectives intactes, le conseil d'administration est décidé à augmenter la distribution aux action-



---

## Pour 2011, nous nous attendons à une croissance modérée pour tous les groupes de produits.

---

naires. Le conseil d'administration propose à l'assemblée générale de verser un dividende augmenté à CHF 50 par action.

### PERSPECTIVES 2011

Nous estimons que la conjoncture européenne continuera de se redresser et contribuera à la multiplication des effets positifs sur la consommation et la demande. L'intensité de la concurrence ne va pas pour autant faiblir. En Suisse comme dans le reste du monde, la lutte des prix va se poursuivre de manière encore plus acharnée et exercer une pression sur nos rendements.

Après la forte croissance des ventes de 2010, nous attendons pour 2011 une croissance du marché modérée pour tous les groupes de produits. Nous voulons cependant croître plus fortement que nos marchés de référence. La mise en place de nos stratégies dans les secteurs d'activité devrait nous y aider. Dans l'ensemble, nous nous concentrons sur les assortiments qui offrent un meilleur rendement et renonçons aux affaires à faible création de valeur. Les innovations jouent toujours un rôle important, tout comme la consolidation et l'optimisation des assortiments existants.

Nous sommes persuadés que le groupe Bell est armé pour les défis futurs. Nous remercions vivement tous nos collaborateurs pour leur engagement sans faille et leur volonté d'affronter avec force les défis qui les attendent et d'atteindre les objectifs ambitieux qui ont été fixés. Nous remercions également chaleureusement nos actionnaires, clients et fournisseurs, de la loyauté et de la confiance dont ils continuent d'honorer notre entreprise.



Hansueli Loosli  
Président du conseil d'administration



Martin Gysin  
Directeur général p.i.



Gestion de la qualité

# LES HOMMES ET LES FEMMES DE BELL – AUSSI VARIÉS QUE L'ENTREPRISE

Engagés. Opérationnels. Des personnes pour qui la responsabilité et les défis personnels ne sont pas de vains mots – et que leurs tâches font grandir.



Technique

Production





Service externe

Dans le monde de Bell, les collaborateurs jouent le rôle principal. Nous voulons atteindre nos objectifs avec des collaborateurs qualifiés et motivés, qui se sentent à l'aise dans leur emploi, s'engagent au sein de leur équipe et puissent s'identifier avec les objectifs de l'entreprise. C'est la condition sine qua non à des performances maximales de leur part, jour après jour.



Nettoyage



Logistique



Conseils spécialisés



Art culinaire

# L'EUROPE EST LEUR MAISON

Plus de 6'450 personnes travaillent chez *Bell*, le plus grand transformateur de viande de Suisse. Le groupe français *Polette* ainsi que les entreprises allemandes *ZIMBO* et *Abraham*, tous actifs dans divers pays européens, font partie du groupe Bell.

Un signe qui ne trompe pas chez Bell, c'est le gage de qualité pour un plaisir durable. Nous présentons ici quelques personnes qui font de cette promesse une réalité, chaque jour et avec une conviction inébranlable.

Le monde de Bell a beaucoup de facettes. Il est aussi illimité que le plaisir lui-même. Et il devient chaque année plus grand, plus international et multicolore – sans pour autant oublier ses racines.

## Espagne

Collaborateurs:	60
Centre de production:	1
Volume de production:	4'000 t



Benelux	
Collaborateurs:	65
Centre de production:	1
Société commerciale:	1
Volume de production:	9'400 t

Suisse	
Collaborateurs:	3'500
Centres de production:	10
Volume de production:	125'000 t

Allemagne	
Collaborateurs:	1'500
Centres de production:	6
Volume de production:	60'000 t

Danemark	
Collaborateurs:	5
Succursale:	1

Tchéquie	
Collaborateurs:	600
Succursales shop-in-shop:	57

Pologne	
Collaborateurs:	180
Centre de production:	1
Volume de production:	8'500 t

France	
Collaborateurs:	400
Centres de production:	6
Volume de production:	12'000 t

Hongrie	
Collaborateurs:	200
Centre de production:	1
Volume de production:	6'000 t

Slovaquie/Roumanie	
Collaborateurs:	15
Succursales shop-in-shop:	14
Succursale:	1





---

« Dans mon équipe de nettoyage, *l'organisation* est le maître-mot: en quelques heures seulement, tout doit être impeccable. »

**Jean-Luc Lepomby** 45 ans, dirige une équipe de quatre personnes chargée du nettoyage des installations de production à Saint-André-sur-Vieux-Jonc. Il travaille dans l'entreprise depuis 2003.



**Salaisons St-André / Groupe Polette**  
Sur le site St-André, quelque 100 collaborateurs produisent de délicieuses charcuteries.



#### Bell Charcuterie

Les saucisses sèches et échaudées, les produits de salaison cuits et la charcuterie de volaille ne sont que quelques exemples du large assortiment de spécialités charcutières

---

«J'aime le mouvement – je suis toujours en route. C'est pourquoi je m'efforce de *trouver le chemin le plus court possible* pour Bell.»

**Farid Moussa** 28 ans, chauffeur chez Bell depuis 2009, contribue à une distribution efficace à travers la Suisse entière.





#### **Bell Volaille**

Chez Bell Volaille, le bien-être des animaux est une priorité si l'on veut offrir un grand choix de produits frais de première qualité.

---

«Au contact avec nos engraisseurs, il arrive parfois que des *liens d'amitié* se tissent au fil des années.»

**Beat Lustenberger** 40 ans, est responsable du service de conseil Production animale intégrée chez Bell Volaille à Zell. Ce futur spécialiste de la conduite d'un groupe travaille chez Bell depuis 1991.



---

«La qualité ne permet  
*aucun compromis* –  
c'est pour moi une  
évidence.»

**Gisela Schneider** 29 ans, est chargée de la gestion qualité et est donc responsable de la marchandise livrée. Gisela Schneider travaille dans l'entreprise depuis 2009.



#### **Abraham**

Le large assortiment du spécialiste du jambon Abraham – il exploite des centres de production en Allemagne, en Espagne et en Belgique – comprend aussi bien du jambon de la Forêt Noire que du jambon Serrano.





« Lors de la formation, *l'acceptation* et le *respect* sont écrits en lettres majuscules – tout comme la *responsabilité individuelle*. »

**Dino Poljak** 17 ans, est automaticien en formation à Oensingén depuis 2009. Il se forme à une activité variée dans une branche où l'avenir est assuré.



#### **Bell Viande fraîche**

Pour garantir la qualité dans un assortiment large et différencié, il faut des standards technologiques élevés, des contrôles sévères et des collaborateurs motivés.





#### ZIMBO

Dans les usines de production en Allemagne, Hongrie et Pologne, ZIMBO produit chaque année plus de 50'000 tonnes de viande et de charcuterie.

---

«Qu'il s'agisse de réagir aux vœux des clients ou de donner des conseils actifs sur l'assortiment: j'aime avant tout voir *des visages satisfaits.*»

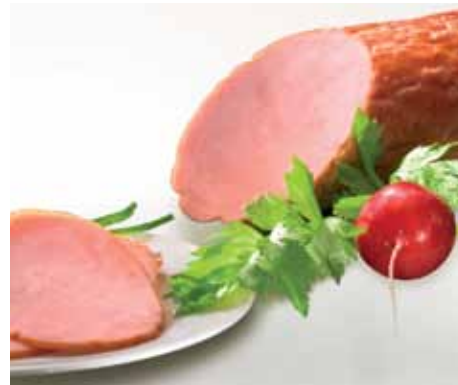
**Michaela Elias** 39 ans, est responsable régionale des ventes. Sa fonction l'amène à visiter régulièrement les différents points de vente. Michaela Elias travaille chez ZIMBO depuis 1999.



---

«J'apprécie tout particulièrement le contrôle final: le résultat du processus de production global est toujours pour moi aussi un *succès personnel.*»

**Justyna Siemieniuch** 27 ans, est responsable du contrôle des différents processus de travail jusqu'au contrôle final des produits. Elle travaille chez ZIMBO depuis 2007



#### **ZIMBO Pologne**

Dans la ville polonaise de Niepolomice près de Cracovie, ZIMBO produit un assortiment de délicieuses spécialités de saucisses comme les Krakauer ou les Cabanossi.





#### **Bell Seafood**

Qu'il s'agisse du comptoir ou du rayon libre-service: les délices de Seafood à Bâle attestent d'une qualité irréprochable

---

«J'apporte mon soutien aux collaborateurs sur de nombreux points de vente avec de nouvelles idées – pour cela, *il faut avant tout aimer le produit.*»

**Pascal Bieth** 49 ans, est conseiller spécialisé chez Seafood à Bâle et veille à ce que seul le meilleur soit proposé aux clients, partout et en tout temps. Pascal Bieth est chez Bell depuis 2007.

# BELL SUISSE

L'année 2010 a été caractérisée par une croissance stable, mais aussi par de nombreuses initiatives d'optimisation en termes d'efficacité, d'innovation et de durabilité. Elles ont permis à Bell de poser des jalons et d'assurer le succès de demain.

## Viande fraîche

Bell Viande fraîche produit et transforme la viande de bœuf, de porc et d'agneau dans des exploitations spécialisées.

## Seafood

Bell Seafood est un des plus grands spécialistes de poisson frais et de fruits de mer.

## Volaille

Bell Volaille offre de la volaille fraîche produite en Suisse ainsi que des spécialités de volaille et de chasse de premier choix du pays ou de l'étranger.

## Charcuterie

Les saucisses sèches et échaudées, les produits de salaison cuits et la charcuterie de volaille forment la large palette des spécialités charcutières de Bell.

## Convenience

Qu'il s'agisse de salades, de sandwiches ou d'éléments de menus – Bell Convenience approvisionne la Suisse en produits savoureux prêts à consommer ou vite préparés de grande qualité.



## SOMMAIRE

- **Encore une excellente année pour Bell Suisse**
  - Contexte du marché
  - Conditions-cadres de la politique agricole
  - Repères stratégiques
  - Evénements exceptionnels
- **Bell Viande fraîche – croissance des produits à forte création de valeur**
- **Bell Charcuterie – un marché globalement en recul**
- **Bell Volaille – d'excellentes affaires avec la volaille fraîche du pays**
- **Bell Convenience – une tendance profitable intacte**
- **Bell Seafood – un approvisionnement durable couronné de succès**
- **Perspectives 2011 – continuer à croître durablement**

### ENCORE UNE EXCELLENTE ANNÉE POUR BELL SUISSE

L'exercice 2010 a été extrêmement positif pour Bell. L'interaction de plusieurs facteurs, que nous avons utilisés de manière optimale, y a notamment contribué.

En Suisse, le volume des ventes a augmenté de 2,5 % à 125,3 millions kilogrammes, alors que le produit net, en augmentation de 1,9 % à CHF 1,81 milliard, a connu une progression moins importante. La viande fraîche et la volaille suisse ainsi que les produits à forte création de valeur ont enregistré les hausses les plus fortes.

Dans l'ensemble, nous avons atteint un très bon résultat dans la période considérée. Plusieurs raisons ont concouru à ce résultat: d'une part l'évolution de la consommation, avec une vive demande du côté des consommateurs, d'autre part, des assortiments bien étudiés et adaptés à la demande. Les assortiments à forte création de valeur ont reçu un accueil particulièrement favorable. La stabilité du prix des matières premières et l'efficacité des processus dans les usines de production de Bell en Suisse ont été d'autres facteurs déterminants.

#### Contexte du marché

L'appétit de la population suisse pour la viande a augmenté durant l'exercice considéré – la consommation a augmenté à environ 3 %, au profit de presque toutes les sortes de viande, le porc et la volaille tout particulièrement. La meilleure croissance du secteur de la viande non transformée comparée, par exemple, à la charcuterie et aux saucisses est remarquable.

En Suisse, la production de viande a globalement augmenté de 3,5 %, en particulier la viande de porc –

surtout en raison d'une baisse conséquente des prix. La production indigène de viande de bœuf est par contre stable. Les prix des matières premières ont stagné voire baissé de manière insignifiante par rapport à l'année précédente. Un peu à l'inverse de la viande importée où la demande a induit une hausse pour la viande de bœuf comme pour la volaille. Entre-temps, la consommation de volaille a atteint le niveau de la viande de bœuf.

En ce qui concerne la production de viande, Bell a dépassé la croissance du marché. En chiffres: une croissance de 4,5 % pour la volaille, 4,2 % pour la viande de boucherie, avec une progression plus importante pour le bœuf que le porc.

Le cours de change euro/franc très favorable a par ailleurs encouragé le tourisme des achats dans les régions limitrophes – jusqu'à 15 % selon des estimations prudentes. L'expérience prouve que les «touristes du shopping» transfrontalier ont une préférence pour la viande, le lait et d'autres produits frais. Cette réalité montre une fois de plus la perméabilité croissante de la protection des frontières suisses pour les produits agricoles. L'introduction du principe du Cassis de Dijon renforce cette évolution. Depuis lors, l'autorisation de produits dans un seul pays de l'UE est automatiquement étendue à tous les autres pays membres. Y compris la Suisse, malgré les restrictions sous forme d'exceptions et de procédures d'autorisation.

#### Conditions-cadres de la politique agricole

En ce qui concerne l'accord de libre-échange pour les produits agricoles avec l'UE, le Conseil fédéral poursuit les négociations avec les autorités européennes. L'issue des discussions ainsi que le processus politique interne consécutif sont à l'heure actuelle entièrement ouverts.

# +2,5%

Augmentation du volume des  
ventes Bell Suisse



---

## L'implantation suisse doit être assurée de manière durable.

---

Sans conditions-cadres claires et sans perspectives de développement, les acteurs renverront leurs décisions d'investissements à un futur aussi éloigné que possible.

Bell est conscient des diverses implications d'une ouverture élargie. On aurait tort cependant de négliger la chance qui s'offre au secteur alimentaire suisse de participer à moyen et long terme à la croissance du marché global de la production alimentaire. Un marché riche en perspectives importantes: une pénurie alimentaire globale est tout sauf irréaliste.

### Repères stratégiques

Bell a défini en 2010 les repères stratégiques pour chacune de ses divisions. Ils donnent la direction pour les cinq prochaines années. Dans le domaine des produits frais, tous les signaux de croissance sont au vert et indiquent que les possibilités existantes et les potentiels doivent être exploités de manière plus systématique encore. Les priorités varient suivant le secteur concerné. Mais leur mission commune doit tendre au renforcement des relations commerciales et de la fonction de direction ainsi qu'à l'augmentation continue du degré d'innovation.

En ce qui concerne le développement des sites en Suisse, nous avons pris d'importantes décisions en 2010, dans le but d'assurer la viabilité de nos sites régionaux. A Niederbipp, nous avons pu acquérir un terrain d'environ 15 hectares. Le contrat de vente ne prendra effet qu'avec le changement d'affectation du terrain de zone agricole en zone d'activités. La procédure de changement d'affectation de zone concernée prévoit, entre autres, une procédure de consultation publique pour les habitants de Niederbipp. Une décision définitive est attendue au courant de l'année 2011. Si le changement d'affectation de zone est accepté, la transformation de la viande de porc sera déplacée jusqu'en 2016 de Bâle à Niederbipp dans une nouvelle centrale.

A Bâle, nous avons repris du canton de Bâle-Ville le droit de superficie du périmètre des abattoirs d'environ 6,7 hectares. Les bâtiments et l'infrastructure des abattoirs sont en mains de Bell dès l'entrée en vigueur du droit de superficie. Le contrat de droit de superficie entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2011 et dure, avec diverses options, 100 ans au maximum. Simultanément, Bell SA

rependra au 1<sup>er</sup> juillet 2011 du canton de Bâle-Ville les parts de la société exploitante de l'abattoir SBA Schlachtbetrieb Basel AG. Les abattoirs de Bâle sont intégrés à Bell Suisse du point de vue de l'organisation et continuent d'être exploités durant les prochaines années.

Dans le cadre d'une coopération\* entre Bell et l'entreprise Hilcona, les activités Convenience fraîcheur de Bell ont été regroupées sous l'égide de Hilcona. En contrepartie, Bell reprend 51 % du capital du spécialiste Convenience liechtensteinois d'ici à 2015. Bell Convenience a atteint les limites de capacité en raison des développements positifs de ces dernières années. Il était dès lors nécessaire de poser des jalons stratégiques, afin que la division Convenience fraîcheur puisse poursuivre son expansion. A cet égard, la coopération avec Hilcona offre des conditions idéales. Le site actuel de Bell pour le Convenience fraîcheur de Schafisheim reste aussi sous l'égide de Hilcona et sera agrandi.

### Evénements exceptionnels

Le 27 mars 2010, un incendie s'est déclaré à l'entrepôt frigorifique de Frigo St. Johann AG à Bâle – une société du groupe Bell – qui n'a fort heureusement fait aucune victime. Des travaux de soudure d'une entreprise tierce à l'intérieur du bâtiment en sont la cause. Venir à bout de l'incendie a exigé plus de deux semaines, en raison de la forte formation de fumée et du risque aigu d'effondrement. Environ 4'300 tonnes de produits surgelés en tout ont été détruits, le dommage pour Bell étant cependant entièrement couvert par l'assurance. Les bâtiments doivent être rasés et ne seront pas reconstruits sous cette forme. L'affectation future de cette surface sera déterminée dans le cadre du master plan du périmètre.

---

### BELL VIANDE FRAÎCHE – CROISSANCE DES PRODUITS À FORTE CRÉATION DE VALEUR

Dans la division Viande fraîche, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,4 % ou CHF 34,1 millions à un total de CHF 809,5 millions. Le volume de production de viande s'élevait à 99'431 tonnes, ce qui correspond à une augmentation de 2,9 % ou 2'769 tonnes. Le volume des ventes a augmenté de 4,3 % ou 2'226 tonnes à 54'037 tonnes à présent.

L'amélioration extrêmement réjouissante de la rentabilité résulte d'une part de volumes de ventes plus élevés et, d'autre part, de l'optimisation des

processus de travail. Dans ce contexte, la viande de bœuf, coûteuse au départ et les assortiments à forte création de valeur, par exemple les articles Convenience et de libre-service, ont largement contribué au résultat. Les produits de libre-service ont ainsi progressé de 300 tonnes environ. Jusqu'à 180'000 emballages par jour ont quitté les chaînes de production. Les consommateurs ont généralement préféré les produits frais aux surgelés.

Le développement des canaux de vente du commerce de détail, du commerce de gros et de la restauration a été globalement positif. Dans le secteur industriel, le volume des ventes de viande de porc a diminué. La décision du commerce de viande en gros d'écouler l'offre excédentaire par une politique de prix agressive a été déterminante en la matière.

Les capacités de production de Bell, bien qu'utilisées à plein rendement, étaient limitées durant l'exercice considéré. L'ajout d'un nouvel étage au bâtiment d'Oensingen a permis de résoudre le problème. Cette nouvelle structure nous a permis d'augmenter considérablement la capacité de production dans le secteur du libre-service. Le volume d'investissement s'est élevé à CHF 18 millions. Précisément 40 semaines se sont écoulées entre le début des travaux et la mise en service.

Au niveau des produits, Bell a complété son assortiment pour les fêtes avec plusieurs offres très attrayantes, dont des tranches de viande fraîche extra larges pour la fondue chinoise et d'autres articles pour la charbonnade. Des articles prêts à cuire complètent en outre l'assortiment Bell. La division entière continuera d'être développée en 2011 et complétée par de nouveaux articles tout au long de l'année. Soutenus par des mesures de marketing ciblées, les burgers et les meatballs frais que nous avons présentés avant l'exercice considéré, ont réussi leur entrée sur le marché.

Le volume de production de l'unité Romandie est resté largement stable. La baisse du prix des matières premières et un mix d'assortiments légèrement modifié ont provoqué une légère baisse du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente. Bell a prévu une nouvelle usine pour la production de charcuterie à Cheseaux-sur-Lausanne, en remplacement de celle de Lausanne. Les travaux impliqués se sont poursuivis durant la période considérée.

## BELL CHARCUTERIE –

### UN MARCHÉ GLOBALEMENT EN RECU

Dans la division Charcuterie, le chiffre d'affaires a diminué de 1,9 % ou CHF 8,7 millions à CHF 445 millions. Le volume des ventes a légèrement augmenté de 0,4 % ou 132 tonnes à 32'345 tonnes.

Les reports vers des assortiments meilleur marché ont entraîné le recul du chiffre d'affaires dans cette division. Grâce à diverses mesures de promotion, l'évolution du volume au second semestre 2010 fut un peu plus amicale. Le niveau de rendement peut être qualifié de satisfaisant, grâce à la baisse des coûts.

Les ventes de produits de salaison cuits ont été nettement supérieures à celles de l'année précédente. Des initiatives d'optimisation de revalorisation des parties nobles ont été déterminantes dans ce cas précis. Les ventes de cervelas et de saucisses échaudées ont subi le contrecoup des activités intenses en faveur des ventes de la division Viande fraîche. Le temps froid et humide de l'année 2010 a eu un impact quelque peu négatif sur les ventes de produits à griller. A l'exportation, Bell a encore renforcé le secteur des saucisses sèches en collaboration avec ZIMBO.

En octobre 2010, les cahiers des charges de l'IGP (Indications géographiques protégées) pour la fabrication de la saucisse de veau de St-Gall, de la saucisse à rôti de St-Gall et de la saucisse à rôti Olma, sont entrés en vigueur. Le site de Gossau (SG) fut la première grande exploitation à remplir les cahiers des charges et à obtenir le certificat IGP pour ses produits.

Pour l'année à venir, la stratégie des secteurs d'activité se concentrera principalement sur les saucisses échaudées et le jambon, exploitant ainsi les potentiels de création de valeur supplémentaires.

## BELL VOLAILLE – D'EXCELLENTE AFFAIRES AVEC LA VOLAILLE FRAÎCHE DU PAYS

Avec un chiffre d'affaires de CHF 354 millions dans l'exercice considéré, la division Volaille affiche une hausse de 1,4 % ou CHF 4,7 millions (ajustement année précédente). La production de viande a atteint un volume de 23'512 tonnes, ce qui représente une hausse de 8,2 % ou 1'766 tonnes. Le volume des ventes était en hausse de 2,1 % ou 554 tonnes à 26'898 tonnes en tout.

# +3,8%

Augmentation globale de la production de viande d'animaux de boucherie et de volaille.

---

## L'abattoir de volaille sera modernisé en 2011.

---

En Suisse, la consommation globale de volaille n'a pas cessé de croître. Bell Volaille a encore plus profité de cette évolution que le marché global. La division a connu sa plus forte hausse dans son secteur clé de la volaille fraîche d'origine suisse. Cette hausse a eu des répercussions positives sur le niveau de rendement, tout comme le cours du franc suisse, qui a permis d'obtenir des prix d'achat meilleur marché à l'importation.

Parmi les produits, les nouveautés ressortent surtout des assortiments saisonniers «grillades» et «automne» ainsi que de convenience Ceux-ci ont contribué de manière décisive à la part des nouveaux produits au chiffre global, une part en l'occurrence supérieure à ce qui avait été envisagé à l'interne.

L'incendie aux entrepôts Frigo a détruit des quantités considérables de réserves de produits surgelés. La disponibilité pour les clients de la restauration et de l'industrie en a souffert en première ligne. Nos collaborateurs ont réagi rapidement et efficacement à tous les niveaux, si bien que des alternatives ont pu être mises à disposition dans des délais raisonnables.

Bell a atteint une hausse considérable dans le groupe de marchandises Viande spéciale, en particulier le gibier, l'autruche et le lapin. Ce dernier provient de Suisse et par le biais du nouveau programme d'importation «Relax Rabbit» hongrois qui remplit les sévères normes suisses en faveur de la protection des animaux.

Les investissements prévus pour la modernisation des diverses installations et l'optimisation de la logistique interne ont contribué à la hausse de la productivité et à la création de valeur. Le dépôt de commissionnage et de matières premières, qui avait atteint les limites de capacité, a été agrandi et modernisé. Par ailleurs, l'amélioration continue au niveau de la collecte et de la valorisation de produits secondaires d'origine animale, a contribué à réduire les coûts d'élimination.

En 2010, nous avons décidé de changer de système d'étourdissement dans l'abattoir de volaille. Bell sera, dès avril 2011, la première entreprise suisse à passer du système traditionnel d'étourdissement électrique des volailles dans un bain d'eau à l'étourdissement en atmosphère contrôlée.

Ce procédé est plus doux et agit positivement sur la qualité de la viande.

Pour la volaille précisément, il faut s'attendre, dans l'exercice à venir, à une lutte des prix encore plus rude et une concurrence encore plus impitoyable au niveau du commerce de détail. Avec la stratégie fraîcheur de la volaille suisse, Bell dispose d'une position de départ optimale pour s'affirmer face à la concurrence et assurer son succès.

---

### **BELL CONVENIENCE – UNE TENDANCE PROFITABLE INTACTE**

Le chiffre d'affaires du secteur d'activité Convenience s'élève à CHF 84 millions pour l'exercice 2010, ce qui correspond à une hausse de 3,2 % ou CHF 2,6 millions par rapport à 2009. Avec 7'269 tonnes, le volume des ventes est resté stable.

La stagnation du volume des ventes par rapport au niveau de l'année précédente est due principalement à l'arrêt des livraisons de sandwiches à Swiss. Comme il s'agissait d'un contrat à création de valeur relativement faible, les conséquences sur le rendement sont également faibles. Cela dit, le groupe de produits dont font partie les sandwiches s'est par ailleurs déroulé de façon extrêmement positive, tout particulièrement en ce qui concerne les nouveaux assortiments dans le secteur ultra-frais. Si les résultats restent bons, la comparaison directe montre une certaine retenue du côté des salades et éléments de menus.

Si la croissance du marché Convenience est peut-être un peu moins dynamique qu'auparavant, il domine cependant encore nettement la plupart des secteurs de la production alimentaire. Quelques shops convenience ont intensifié leurs activités de marché durant l'exercice considéré, de nouveaux prestataires souhaitent s'établir sur ce marché. Cette situation tend à augmenter la pression sur les fabricants de produits convenience.

Mais le futur nous réserve encore quelques défis supplémentaires: les habitudes alimentaires et le comportement de consommation sont de plus en plus différenciés. Même les consommateurs exigeants recourent durant la semaine aux avantages de la nourriture convenience. C'est pourquoi il existe, dans ce domaine aussi, un goût de plus en plus marqué pour les produits frais, sains et savoureux.

## BELL SEAFOOD – UN APPROVISIONNEMENT DURABLE COURONNÉ DE SUCCÈS

Dans le secteur d'activité Seafood, le chiffre d'affaires était en hausse de 19,9 % ou CHF 17,3 millions à un total de CHF 104 millions. Le volume des ventes était en hausse de 14,5 % ou 528 tonnes à 4'176 tonnes.

La situation du rendement évoluait largement au niveau des pronostics, même si le produit net et les rendements n'évoluaient pas de manière analogue au volume des ventes. Les hausses les plus spectaculaires proviennent de l'élevage en aquaculture et des sources d'approvisionnement certifiées MSC (Marine Stewardship Council). Les parts du commerce de détail ont connu une croissance nettement supérieure à celles de la restauration et de l'industrie alimentaire.

La situation de départ est globalement avantageuse: la demande de poisson et de fruits de mer est forte et rien ne laisse présager un fléchissement. Durant les trois dernières années seulement, la consommation a augmenté de plus d'un quart pour atteindre plus de 70'000 tonnes. La Suisse importe 95 % des produits maritimes proposés, les produits d'élevage représentant un tiers de la quantité globale. A cet égard, Bell est pleinement dans la tendance et peut mettre à profit ses forces - l'efficacité et des assortiments attractifs - face à la concurrence.

En tant que membre du WWF Seafood Group, Bell Seafood attache une grande importance aux achats durables. Notre objectif est de passer progressivement au poisson élevé dans des conditions d'exploitation durables et respectueuses de l'environnement. D'autre part, nous ne proposons aucune espèce menacée d'extinction comme le requin ou le thon rouge dans notre assortiment. En ce qui concerne les poissons provenant de stocks soumis à une surpêche massive, nous pensons trouver des solutions d'approvisionnement alternatives en l'espace d'une année. Cela dit, il est clair que si nous ne devons trouver aucune alternative dans des stocks écologiquement intacts, nous renoncerons alors à proposer de tels poissons.

Bell Seafood travaille en collaboration avec le MSC. L'organisation et le label correspondant garantissent la traçabilité du poisson et s'engagent à ce que le poisson provienne de pêches durables.

A l'heure actuelle, nous proposons la sandre, le saumon sauvage, la morue, les moules, le colin et le carrelet sous le label MSC, l'assortiment étant continuellement élargi.

En plus des nombreux autres produits développés, nous avons lancé en 2010 une véritable innovation pour le marché suisse: le filet de poisson nappé de sauce sur une planche de bois, prêt à savourer après une cuisson au four d'une durée de quatre minutes seulement. Durant la cuisson, le poisson absorbe les arômes du bois, procurant une expérience gustative particulièrement intense.

Bell s'attend à ce que le climat concurrentiel devienne encore plus intense durant les 12 prochains mois. Quoiqu'il en soit, Bell Seafood est décidé à prospérer au-dessus de la moyenne du marché. Les débuts sont prometteurs: la Suisse romande a pu s'attacher un nouveau client important pour 2011. Par ailleurs, nous prévoyons de proposer aux consommateurs de nouvelles formes de présentation particulièrement attractives, grâce à des investissements ciblés dans des technologies d'emballage.

## PERSPECTIVES 2011 – CONTINUER À CROÎTRE DURABLEMENT

Pour 2011, Bell Suisse s'attend à une croissance modérée pour tous les groupes de produits. La bataille des prix ira en se durcissant, alors que les coûts d'exploitations augmenteront. Il en résultera une pression sur les rendements. Nous y sommes préparés et voulons, une fois de plus, croître plus fortement que les marchés importants.

La durabilité est une autre de nos priorités. Bell poursuit résolument dans cette voie, notamment à l'aide de nouvelles directives susceptibles d'évaluer plus précisément l'effet des activités de l'entreprise sur les parties prenantes et l'environnement.

En tant que membre du WWF Seafood Group, Bell mise sur du poisson provenant de stocks exploités de manière durable.

Bell Seafood est membre du WWF Seafood Group.



# BELL INTERNATIONAL

L'année 2010 a été marquée par l'augmentation de la pression concurrentielle et de la pression sur les prix. Cela n'a pas empêché Bell International de s'affirmer sur les marchés et même de renforcer légèrement sa position.

## France

Groupe Polette, le spécialiste des saucissons secs et du jambon cru dispose en tout de six usines en France. L'entreprise attache une grande valeur à la tradition et à la provenance régionale de ses produits.

## Allemagne

ZIMBO et Abraham sont actifs sur le marché allemand. Abraham met l'accent sur une large palette de jambon cru, tandis que ZIMBO offre un assortiment varié de charcuterie et de saucisses de premier choix.



## Benelux

A côté d'un centre de production Abraham pour le jambon d'Ardenne en Belgique, la société commerciale Marco Polo de ZIMBO assure la bonne marche des affaires dans les pays du Benelux.

## Espagne

Le spécialiste du jambon Abraham produit en Espagne des jambons Serrano et Iberico de grande qualité, dont une partie est aussi exportée avec succès.

## Europe de l'Est

En Hongrie et en Pologne, ZIMBO produit de la viande et des saucisses pour le marché intérieur et extérieur. En Tchéquie, Roumanie et Slovaquie, ZIMBO exploite en outre plus de 70 filiales de boucherie.



## SOMMAIRE

- Bell International renforce sa position sur le marché
- Un marché allemand très disputé
- Bien ancré dans l'Europe de l'Est
- Avantages concurrentiels en France grâce aux spécialités régionales
- Présence renforcée dans l'ouest et le nord de l'Europe
- Perspectives 2011 – Accroître la création de valeur

### BELL INTERNATIONAL

#### RENFORCE SA POSITION SUR LE MARCHÉ

Depuis le milieu de l'année 2010, la plupart de nos marchés européens redressent la tête. Mais la forte pression de la concurrence sur les prix ne faiblit pas pour le moment. Le marché est de fait soumis à une concurrence impitoyable. La politique des prix a été largement découplée de l'évolution des matières premières. La pression sur les marges demeure constante. Les prix pour les clients finaux ont chuté sur presque tous les marchés. Ceci vaut en particulier pour l'Allemagne.

Malgré ce contexte difficile, Bell a réussi à renforcer sa position sur le marché au niveau des volumes de ventes. Les résultats escomptés n'ont toutefois pas été atteints, ce qui est imputable en premier lieu à la forte pression sur les marges et les prix.

Avec CHF 776 millions, le produit net de Bell International en francs suisses est resté au niveau de l'année précédente, en raison du taux de change de l'euro en moyenne plus bas et de changements dans le périmètre de consolidation (+0,4 %, CHF 3,4 mio.). Corrigée de l'effet de change, la croissance est d'environ 10,7 %. Les volumes de production ont augmenté de plus de 8,6 % et représentent globalement 98'361 tonnes.

L'évolution encourageante, tant au niveau du chiffre d'affaires que des volumes, tient autant

au résultat du lancement de produits innovants qu'au succès de l'intensification des activités commerciales.

La réalisation des premiers effets synergiques mérite d'être saluée sans réserve. De nouveaux débouchés pour certaines spécialités régionales ont été trouvés grâce au réseau du groupe. De plus, les organisations de distribution établies au niveau régional ont pu compléter leur portefeuille de produits dans différents marchés, grâce aux assortiments d'autres entreprises du groupe. La nouveauté la plus notoire au niveau du backoffice est l'harmonisation des logiciels d'exploitation de l'entreprise. Sans oublier le transfert de savoir-faire entre les différentes entreprises et les spécialistes, qui s'est révélé très précieux. Des effets synergiques ont aussi été réalisés en Suisse, grâce au regroupement des contrats d'approvisionnement, entre autres de matériaux d'emballage.

#### UN MARCHÉ ALLEMAND TRÈS DISPUTÉ

Le commerce alimentaire de détail affiche un léger mieux, à peu près depuis le milieu de l'exercice considéré. Par ailleurs, les distributeurs qui proposent un assortiment complet ont évolué de manière positive, alors que le résultat varie considérablement du côté des discounters, traditionnellement forts en Allemagne.

Le marché du jambon cru est stable en Allemagne par rapport à l'exercice précédent, avec un tonnage

# +8,6 %

Les volumes de production de  
Bell International

---

## Bell Allemagne est bien placé, en regard des défis à venir au sein du plus grand marché européen.

---

quasiment inchangé. Une légère croissance se fait sentir dans le secteur des saucisses et de la charcuterie. Soumis à de fortes variations de prix, les prix moyens des discounters ont baissé, alors qu'ils restaient relativement stables dans le commerce de détail traditionnel. Au final, l'écart de prix entre les deux formes d'offres tend à augmenter.

La progression globale des volumes et des chiffres prévue pour 2010 a été plus importante que prévu, la croissance en volume étant cependant nettement supérieure à celle du chiffre d'affaires. Les ventes de saucisses et de Convenience ont toutes deux légèrement dépassé les attentes. Le secteur Convenience en particulier a connu une croissance grâce à des tendances haussières généralisées, les innovations se détachant cependant nettement du lot. Le prix de vente au kilo était à la baisse, en raison des rabais sur les prix et de la vogue du segment bon marché.

Abraham, notre spécialiste du jambon, a profité de conceptions innovantes pour les produits et les emballages ainsi que d'activités marketing renforcées pour les spécialités méditerranéennes de jambon, entraînant une augmentation parallèle du volume et du chiffre d'affaires en monnaie locale. Le jambon Serrano produit dans notre usine en Espagne fait partie des concepts à succès. En particulier le concept des tapitas de Serrano: de fines tranches de jambon maigre, pleinement dans la tendance actuelle des snacks et des en-cas. La préférence pour les emballages plus petits est toujours en vogue. Abraham a saisi sa chance en lançant avec succès le concept fraîcheur en emballage pliable. Après des débuts prometteurs en 2009, les volumes ont poursuivi leur envolée en 2010.

Nous avons par ailleurs optimisé les coûts, en ne cessant d'appliquer des mesures précises, par

exemple en investissant dans l'amélioration des déroulements de gestion des marchandises. Nous avons en outre systématiquement poursuivi la spécialisation des différentes usines de production de jambon.

Durant l'exercice considéré, le spécialiste de la charcuterie ZIMBO a réduit son assortiment de plus de 400 articles, conformément aux plans, tout en lançant avec succès quelques innovations, dont les «Zacherl's Spezialitäten Premium Produkte», un concept élaboré en collaboration avec le cuisinier vedette du petit écran: des produits créatifs, dans l'air du temps, sans colorants, ni arômes artificiels ou exhausteurs de saveur. La ligne des mini-snacks a accueilli un produit nouveau, des boulettes farcies déclinées en quatre saveurs innovantes. Les petits emballages modernes de ZIMBO, qui rencontrent eux aussi les faveurs du public, sont un autre facteur de réussite éclatant. La priorité est mise aussi bien sur le commerce alimentaire de détail que – en complément – sur les différents canaux Convenience. Le succès des ventes est également redevable aux nombreuses nouveautés des lignes d'assortiment existantes et à des concepts d'emballage rivalisant de modernité.

Au cours de l'exercice considéré, Bell Allemagne a conclu un contrat de licence avec Unilever, lui permettant d'accueillir dans le groupe une nouvelle marque de pointe du secteur de la charcuterie. La prise de contrôle a eu lieu le 1<sup>er</sup> juillet 2010 et l'intégration se déroule en plusieurs étapes, sur la base d'un plan bien établi. Les activités de la marque «Du darfst» sont assumées au sein de Bell Allemagne dans une unité séparée (FreshCo) sous contrat de licence. «Du darfst» est leader du marché dans le segment de la charcuterie allégée et promet beaucoup de plaisir avec peu de calories. La prise de contrôle des activités de marque par FreshCo a stimulé la progression du chiffre

## Les ventes de Bell en Pologne ont évolué de manière réjouissante, grâce notamment à l'augmentation continue des référencements.

d'affaires et des volumes et, ce faisant, permis l'optimisation constante des rendements.

Bell Allemagne est bien placé, en regard des défis à venir au sein du plus grand marché européen. Le niveau des fournisseurs de matière première, en amont, et celui du commerce alimentaire de détail, en aval, affichent un degré de concentration élevé, alors que celui de la transformation reste encore très largement fragmenté. Il faut ici s'attendre à une prochaine consolidation, à laquelle la concurrence féroce n'est pas étrangère.

Dans le contexte exigeant du marché allemand, notre force repose sur plusieurs facteurs, dont une palette d'offres très complète, des entreprises de production spécialisées et efficaces ainsi qu'une organisation de distribution et de vente performante. En outre, des programmes de marques convaincants, la production de marques commerciales rentables d'un haut niveau qualitatif, des innovations constantes et des structures de coûts compétitives nous assurent une position de départ favorable dans l'environnement concurrentiel.

### BIEN ANCRÉ DANS L'EUROPE DE L'EST

Les consommateurs d'Europe de l'Est ont été parfois touchés de plein fouet par les conséquences de la crise économique mondiale qui a notamment affecté le climat de consommation. Même si la reprise est en vue, la tendance actuelle est encore clairement axée sur les articles bon marché et le discount.

A l'exception de la Pologne: le pays a surmonté la crise sans chute spectaculaire de la demande. En 2010, l'économie polonaise a connu une croissance d'environ 3 %. Cela n'a pas pourtant pas empêché les discounters de se placer en tête et, ce faisant, de menacer le commerce de détail existant. Les ventes de Bell en Pologne ont évolué

de manière réjouissante, en particulier grâce à l'extension constante des référencements. Nous avons ajouté aux volumes de production existants des produits – autrefois achetés – que nous fabriquons à présent nous-mêmes. L'acquisition d'usines de production en 2009 s'est ainsi avérée être un choix judicieux.

Toute autre est la situation de la Hongrie: après l'effondrement de 2009, la situation économique s'est stabilisée et la reprise qui s'amorce lentement dans les ventes de détail, à partir d'un niveau plancher, est encore hésitante. Les objectifs de vente en Hongrie, en termes de volume et de chiffre, n'ont pas été atteints. Le recul global des ventes du commerce de détail et la sensibilité des clients aux prix étaient nettement perceptibles.

Les affaires de notre réseau de boucheries en Tchéquie ont continué d'évoluer de manière très réjouissante dans l'exercice considéré. Malgré la faiblesse persistante de la demande, les marges ont pu être maintenues et les objectifs de rendement largement dépassés. Fin 2010, ZIMBO gérait 71 boucheries au total.

ZIMBO a abandonné sa succursale de vente en Russie, ce qui a donné lieu à un prélèvement unique qui a rejailli de manière négative sur le résultat du second semestre de 2010.

Dans l'ensemble, les marchés de l'Europe de l'Est restent très importants pour Bell. Nous poursuivons notre objectif de conquête de ces marchés sur un large front: d'une part, en notre qualité de prestataire de marques Premium avec des spécialités internationales et d'autre part, par une production performante implantée sur place dans les différentes régions et renforcée par la fidélisation locale des clients et une logistique locale efficiente.

---

## En France, Bell a réalisé quelques innovations de produits tout à fait intéressantes.

---

### AVANTAGES CONCURRENTIELS EN FRANCE GRÂCE AUX SPÉCIALITÉS RÉGIONALES

Les choses n'ont pas été faciles en France dans la première moitié de 2010, une période marquée entre autres par la conjoncture globalement faible et une baisse de la fréquentation dans les supermarchés ainsi que par des conditions météorologiques défavorables. Cela s'est fortement ressenti dans les ventes de produits souvent consommés en plein air. La politique de prix agressive de la concurrence a accentué la pression. Le second semestre a en revanche affiché une tendance à la hausse, avec une progression des volumes tout à fait réjouissante.

Le Groupe Polette a pu quasiment rattraper son retard du premier semestre. Les volumes, qui comprennent ceux de l'entreprise St-André, reprise en 2009, ont globalement dépassé le niveau de l'année précédente. Le chiffre d'affaires en euros est resté constant, à cause des prix de vente plus bas. La croissance supérieure à la moyenne du secteur des spécialités savoyardes (saucissons secs) mérite d'être notée.

En France, Bell a réalisé quelques innovations de produits tout à fait intéressantes, parmi lesquelles un assortiment de viande de production biologique ainsi que des saucissons secs composées de matières premières du Massif Central, dotées d'un marquage correspondant. L'introduction de produits de la nouvelle marque «Polette», destinés au commerce de détail français et à l'exportation, a été renforcée par l'appellation d'origine de produits, nommément la France.

Le Groupe Polette concentre sa stratégie sur les groupes de produits des saucissons secs et du jambon ainsi que sur l'approvisionnement du commerce de détail et de gros, la restauration et l'exportation. Tout en mettant l'accent sur le travail artisanal et sur l'origine régionale des produits,

à savoir l'Auvergne, Lyon, la Savoie et la Bresse. L'association des marques propres avec la production de marques commerciales a l'avantage d'assurer une création de valeur élevée et le rendement optimal des entreprises.

---

### PRÉSENCE RENFORCÉE DANS L'OUEST ET LE NORD DE L'EUROPE

Les pays du Benelux devraient afficher une légère croissance pour l'ensemble de l'année 2010.

Les dépenses globales des ménages évoluent de manière positive et le commerce paraît disposé à accueillir de nouveaux produits et à trouver de nouveaux débouchés grâce aux produits de niche. Cela dit, la pression concurrentielle, alimentée principalement par des entreprises italiennes, est énorme. La société commerciale belge Marco Polo, reprise le 1er janvier 2010 par Bell, a été intégrée sans problème au groupe ZIMBO, avec des résultats conformes aux attentes et une contribution à la stabilisation des rendements.

La situation de l'Espagne est très différente: Le marché des jambons Serrano et surtout Iberico souffre de reculs tant en chiffres qu'en volumes. Dans ce contexte morose, les ventes réalisées par Sanchez Alcaraz sont particulièrement réjouissantes. La raison principale en est l'augmentation de la demande de jambon Serrano en Allemagne.

Le groupe Bell défend et renforce sa présence sur le marché dans les pays européens du nord et de l'ouest, principalement par le biais de centres de production régionaux spécialisés. La renommée de Bell en tant que spécialiste reconnu de charcuterie et de produits Convenience est un autre pilier majeur. Notre offre, qui associe proximité du client et prestations de services optimales, réseau solide et structures de coûts efficaces, fait de nous un partenaire de service pour les spécialités fraîches internationales à la fois compétent et indépendant.

Nous nous attendons à une hausse modérée en 2011, tant au niveau des volumes que du chiffre.

#### PERSPECTIVES 2011 – ACCROÎTRE LA CRÉATION DE VALEUR

Les chances sont intactes, mais non dénuées de défis: d'une façon générale, Bell s'attend à la poursuite de la reprise conjoncturelle, mais dans un contexte concurrentiel toujours âpre. Après une croissance remarquable en 2010 par rapport à l'année précédente, nous nous attendons à une hausse modérée en 2011, tant au niveau des volumes que du chiffre.

Nous voulons par ailleurs nous concentrer sur les assortiments qui offrent un meilleur rendement et supprimer graduellement les secteurs à faible création de valeur. Notre stratégie de croissance mise sur l'offre de produits innovants ainsi que sur la consolidation et l'optimisation des assortiments existants. Nous nous promettons en outre d'optimiser le rendement des différents centres de production en Allemagne grâce à l'intégration de la ligne d'assortiment «Du darfst».

Une autre de nos priorités consistera à créer de manière plus systématique des synergies dans le cadre de Bell International. Elles se situent dans les domaines techniques, dans la distribution, mais aussi dans l'approvisionnement et la logistique.

Volumes de chiffre d'affaires et de production Bell International	Chiffre d'affaires [en millions de CHF]	Volumes des ventes [en tonnes]
Groupe Abraham	254	25'359
Groupe ZIMBO	455	61'080
Groupe Polette	100	11'806
Total Bell International	810	98'245



# BELL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Bell assume la responsabilité de ses produits: nous plaçons toujours la qualité au premier rang. Nous entendons assumer nos responsabilités comme élément de la société partout où l'entreprise est représentée et nous définissons aussi la qualité du produit fini par tout le cycle de production.

## Communication

Le dialogue avec les groupes cibles aide l'entreprise à évaluer ses prestations et à identifier les chances et les risques à un stade précoce.

## Environnement, énergie et sécurité

Economie, écologie, responsabilité sociale et sécurité - dans chacun de ces quatre domaines, Bell veut compter parmi les meilleures entreprises de la branche.



## Ressources humaines

Nos collaborateurs sont importants pour nous - un partenariat social équitable, l'égalité de traitement ainsi qu'une formation et formation continue ciblées sont la voie vers le succès.

## Gestion de la qualité et sécurité des denrées alimentaires

Nous appliquons une gestion globale de la qualité qui garantit la qualité des produits ainsi que le respect de toutes les dispositions légales relatives aux denrées alimentaires.

## SOMMAIRE

- **L'union de la durabilité et du plaisir**
- **Gestion de la qualité et sécurité des denrées alimentaires**
  - Achats et fournisseurs
- **Environnement, énergie et sécurité**
  - Ecologie et bien-être des animaux
  - Energie et eau
  - Sécurité au travail
- **Ressources humaines**
  - Satisfaction du personnel
  - Formation et perfectionnement
  - Gestion des talents
  - Partenariat social et égalité de traitement
  - Dialogue avec le personnel
- **Communication**
  - Dialogue avec les groupes cibles
  - Gestion des marques

### L'UNION DE LA DURABILITÉ ET DU PLAISIR

Les effets de l'activité des entreprises sur l'homme et l'environnement sont depuis longtemps un thème important pour Bell – notre intérêt remonte à une époque lointaine où bien peu de monde prenait garde à ces aspects. Nous avons par exemple œuvré en pionniers, en développant l'offre basée sur des conditions d'élevage conformes aux besoins de l'espèce.

L'économie, l'écologie, la responsabilité sociale et la sécurité sont les quatre piliers d'un engagement global. Bell s'est donné pour objectif d'être en pointe de la branche dans chacun de ces trois domaines. Nous considérons que c'est aussi une partie intégrante de la responsabilité entrepreneuriale.

L'exercice de cette responsabilité requiert en outre un dialogue continu et transparent avec nos groupes cibles, à savoir les consommateurs, les partenaires commerciaux et les détenteurs de capitaux – et bien entendu nos collaborateurs. Les animaux ont, eux aussi, un droit légitime à être traités de manière responsable par des entreprises qui prennent leurs besoins au sérieux et en tiennent compte.

Les consommateurs attachent de l'importance à ce que l'alimentation soit saine et procure un authentique plaisir. C'est précisément notre mission: loin de toute idéologie diététique, nous nous donnons pour tâche d'offrir la qualité de vie, une alimentation équilibrée et le plaisir de manger. La viande y a aussi sa place, elle qui n'est pas en odeur de sainteté depuis quelques temps.

On s'accorde en principe à dire que l'homme a besoin d'une alimentation variée. Celle-ci comprend incontestablement de la viande – un composant très difficilement remplaçable. Renoncer à la viande implique un investissement important pour combler les éventuelles carences.

La viande enrichit la nourriture. Et qu'en est-il de l'environnement? En réalité, plus des deux-tiers des surfaces agricoles exploitables en Suisse sont utilisées comme herbages pour des raisons écologiques. Les animaux qui y paissent enrichissent la matière végétale. Partout dans le monde, les vaches, chèvres, moutons, chameaux, yaks et buffles se nourrissent de cette matière brute et nous fournissent, pour leur part, le lait et la viande ainsi que la laine et le cuir. C'est pourquoi l'utilisation des vertes prairies et pâturages par les herbivores fait sens par bien des aspects.

Nous ne nous faisons pas pour autant les apôtres d'une consommation de viande effrénée. Ce qui compte, comme souvent, c'est n'est pas tant le «quoi» que le «comment». D'après les connaissances diététiques actuelles, manger de la viande ne pose aucun problème – à condition de garder la mesure. Si nous préférons la qualité à la quantité, si la qualité de la viande est plus importante pour nous que la fréquence de consommation, nous pouvons déguster de la viande en toute bonne conscience.

Les temps changent. Les questions de politique alimentaire et la responsabilité sociale des entreprises occupent le devant de la scène.

Nous offrons la qualité de vie, une alimentation équilibrée et le plaisir de manger.

Une attitude responsable vis-à-vis des clients, des collaborateurs et des ressources, guidée par les principes de durabilité, devient un facteur de succès toujours plus important, qui se reflète dans les résultats commerciaux. Dans cet esprit, une image positive de l'entreprise est bien plus qu'un luxe agréable. Le commerce durable se mesure aussi du point de vue des affaires et il assure une croissance durable de l'entreprise.

Une croissance qui n'est pas seulement basée sur de nouveaux produits spectaculaires, mais sur l'optimisation continue du portefeuille et des processus, des rapports humains et de l'efficacité, et aussi de la consommation et de la planification des ressources, est une croissance véritablement durable.

Lorsque les changements et les nouveaux défis ne cessent d'affluer, une seule chose compte vraiment: notre soif de connaissance des effets globaux de nos actes est toujours plus grande, comme l'est notre volonté de nous positionner au mieux pour travailler intelligemment à la gestion de ces défis. Cela dit, nous ne limitons pas nos efforts en matière de gestion environnementale à notre seule exploitation, mais impliquons au contraire toute la chaîne de processus – des fournisseurs jusqu'aux consommateurs. Il s'agit de récolter activement toutes les informations disponibles, de les traiter sous forme de témoignages concrets, par exemple dans le cadre d'études. Une communication active et transparente vers l'intérieur et vers l'extérieur participe aussi de cet engagement. C'est inscrit dans notre agenda 2011 et contribue à faire de cette année également une année couronnée de succès: pour notre entreprise, mais aussi pour les êtres humains et l'environnement.

---

Tous les sites ont été contrôlés et confirmés sur la base du standard «IFS Food 5».

---

#### **GESTION DE LA QUALITÉ ET SÉCURITÉ DES DENRÉES ALIMENTAIRES**

Le groupe Bell dispose d'une gestion globale de la qualité. Le but de ce système est d'assurer le respect strict des dispositions importantes relatives à la sécurité des denrées alimentaires et à l'hygiène – au niveau légal et aussi en regard des différents standards et labels.

Les systèmes de gestion de la qualité sont appliqués sur la base des standards du concept HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), ce qui se traduit de la manière suivante chez Bell: la direction d'entreprise, la direction de la production,

le management de la gestion qualité et les différents secteurs se concertent régulièrement à propos des formations et des autres aspects liés à l'hygiène, la sécurité des denrées alimentaires et l'actualisation du concept HACCP.

Les programmes réguliers et ciblés que nous proposons à nos collaborateurs contribuent de manière décisive à une compréhension optimale des processus et de l'hygiène. Tous les sites sont soumis à des contrôles internes supplémentaires très complets, afin d'identifier d'éventuelles divergences. Les mesures de prévention et de corrections qui en découlent relèvent de la surveillance directe de la direction.

Dans l'exercice considéré, la direction d'entreprise et l'ensemble des sites ont été contrôlés sur la base du standard «IFS Food 5». Dans certaines usines, le «Global Standard for Food Safety Issue 5» (GFSI) du British Retail Consortium a en outre été contrôlé avec succès. Les certificats existants ont été confirmés à tous les sites.

Il en va de même des divers labels bio, comme Bio, Bourgeon Bio ou Eco et d'autres labels de qualité comme QS, Suisse Garantie, Marine Stewardship Council ainsi que montagne et alpage, qui ont aussi été confirmés par des audits externes à tous les sites concernés. De nouveaux certificats pour les indications géographiques protégées (IGP) pour les spécialités de saucisses de Suisse orientale sont venus s'ajouter durant l'exercice considéré.

Durant cette même période, les autorités ont elles aussi mené au moins un audit sur chaque site, dans le cadre du renouvellement des autorisations d'exploitation. Deux exploitations ont ainsi obtenu le renouvellement de l'autorisation d'exportation de produits carnés aux Etats-Unis et quatre autres exploitations ont nouvellement obtenu l'autorisation d'exporter au Japon.

Une série d'audits de clients dans les différentes usines complète le spectre des contrôles et certifications réussis.

#### **Achats et fournisseurs**

Bell a défini des conditions-cadres claires pour l'achat d'animaux de boucherie à travers différentes directives. Celles-ci sont basées sur les législations nationales et des exigences spécifiques à l'entreprise ou aux clients.

## Bell se réclame d'une production conforme aux besoins de l'espèce.

La viande importée par Bell provient de partenaires sélectionnés sur la base de critères rigoureux. Ceux-ci sont régulièrement soumis à des audits et doivent établir la preuve que les conditions stipulées par Bell ont été respectées. En cas d'écarts, les faits font l'objet d'une clarification pouvant mener, le cas échéant, à la mise en œuvre de mesures adaptées.

L'éruption volcanique en Islande, au printemps 2010, avec le retentissement mondial que l'on sait, et dont la poussière et le nuage de cendres ont presque entièrement paralysé le trafic aérien en Europe, a aussi touché Bell. Les livraisons pour la Suisse de différentes sortes de poisson frais d'Outre-mer sont restées bloquées dans les aéroports. Les retards de livraison consécutifs ont cependant été rapidement surmontés par notre organisation d'achat.

En ce qui concerne l'élevage de volaille suisse, Bell travaille exclusivement avec des partenaires contractants de qualité. Les conditions appliquées dans ce domaine sont régulièrement définies en collaboration avec l'organisation des engraisseurs de volaille MOSEG.

La règle applicable aux autres articles de commerce et non alimentaires est la suivante: l'achat se fait non seulement sur la base de conditions d'achat spécifiques, mais aussi en appliquant des critères sociaux, éthiques et écologiques, une place importante étant accordée à la gestion des ressources.

Concernant le matériel d'emballage primaire, des attestations de conformité sont réunies. Nous exigeons en outre de tous nos fournisseurs d'emballages primaires et produits alimentaires une certification selon IFS, BRC ou HACCP ou un certificat équivalent.

Nous soumettons d'abord chaque nouveau partenaire fournisseur à une procédure d'évaluation particulière, avant de le recenser sur la liste des fournisseurs autorisés.

### ENVIRONNEMENT, ÉNERGIE ET SÉCURITÉ

Le groupe Bell perçoit le développement durable dans un sens global qui intègre trois piliers: économie, écologie et sécurité. Dans chacun de ces trois domaines, nous voulons compter parmi les meilleures de la branche. Dans le cadre de l'expansion internationale, nous sommes bien entendu

aussi tenus de respecter les diverses conditions légales en vigueur dans les autres pays.

### Ecologie et bien-être des animaux

Notre activité centrale, ce sont des produits carnés sûrs et de qualité supérieure. L'entreprise s'engage en faveur d'une production de viande issue d'animaux nourris et élevés conformément aux besoins de l'espèce. Une traçabilité sans faille de la viande est assurée à tout moment. Les clients et consommateurs sont informés de l'origine du produit par le biais de déclarations transparentes et détaillées, dans le cadre des dispositions légales.

Contrairement à l'étranger où toute la matière première, sans exception, est achetée prête à la transformation, Bell exploite en Suisse ses propres abattoirs et usines de découpe. Nous attachons une grande importance à ce que la transformation ménage au mieux les animaux. Nous travaillons en relation étroite avec les différents cercles d'intérêts, à l'instar de la Protection suisse des animaux (PSA). Lors de rénovation ou de nouvelles constructions, nous choisissons les technologies les plus modernes. Ainsi avons-nous décidé de remplacer le système d'étourdissement dans notre abattoir de Zell. Bell sera, dès avril 2011, la première entreprise suisse à passer du système traditionnel d'étourdissement électrique des volailles dans un bain d'eau à l'étourdissement au gaz (Controlled Atmosphere Stunning CAS). Ce procédé est plus doux et a un effet positif sur la qualité de la viande.

Les produits secondaires issus de la transformation rejoignent un circuit de marchandises distinct selon des conditions d'hygiène et de sécurité confirmées. La société Centravo, spécialisée dans l'élimination de produits carnés secondaires, les recycle de manière économique. Comme d'autres grands transformateurs de viande du pays, Bell détient une participation financière chez Centravo. Le fait de regrouper les produits secondaires de plusieurs transformateurs permet un recyclage judicieux sur le plan écologique.

Compte tenu des exigences actuelles en matière d'hygiène et des attentes des consommateurs, l'emballage de la viande représente une étape complexe. Bell ne se satisfait pas des solutions actuelles, même si elles représentent le meilleur compromis possible en l'état. L'objectif est et reste la conception d'emballages écologiques la plus judicieuse possible, répondant à la fois



---

## L'objectif est de réduire sensiblement les émissions de CO<sub>2</sub> à l'échelle du groupe.

---

aux souhaits des consommateurs et aux exigences des distributeurs.

Dans le cadre de sa gestion environnementale, Bell dispose d'un concept de revalorisation des résidus différencié et basé sur le principe suivant: éviter autant que possible les résidus, minimiser les résidus inévitables et les affecter à une revalorisation matérielle, biologique ou thermique supportable pour l'environnement.

### Energie et eau

Réduire sensiblement les émissions de CO<sub>2</sub> à l'échelle du groupe constitue un autre objectif important. Les conditions-cadres variant d'un pays à l'autre, les étapes concrètes doivent, elles aussi, être spécifiques.

En Suisse, Bell s'est engagé à respecter un objectif de réduction dans le cadre de la loi sur le CO<sub>2</sub>. A cet effet, nous avons conclu un accord avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), une plateforme de prestations pour les entreprises qui coopère, dans un esprit de partenariat, avec les pouvoirs publics et l'économie en vue d'atteindre les objectifs climatiques et énergétiques. Avec succès, puisque les émissions de CO<sub>2</sub> ont pu être réduites durant l'exercice écoulé. Nous avons même dépassé notre objectif de réduire de 10 % en Suisse les émissions de CO<sub>2</sub> par rapport au niveau de 1990. Nous orienterons nos prochains objectifs sur les objectifs majeurs de la communauté internationale, qui devraient être concrétisés au courant de l'année 2011. Dans l'intervalle, nous poursuivons nos efforts de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>.

Les distances de transport et les coûts d'élimination des résidus ont également pu être réduits. Différentes mesures y ont contribué, notamment le choix de l'entreprise d'élimination, la grandeur des lots et la compression des résidus directement sur place. La transformation de la volaille à Zell en Suisse a notamment été optimisée grâce à des investissements ciblés dans la collecte et la valorisation de produits secondaires d'origine animale.

Chez Bell, la conscience environnementale, par le biais d'économies énergétiques, fait depuis longtemps partie des priorités. Nous n'avons pas ménagé nos efforts ces dernières années. Grâce à un contrôle énergétique actif, qui centralise une fois par mois les données relatives aux quantités et coûts de toutes les énergies, de la consommation

d'eau, des résidus et produits secondaires d'origine animale, nous pouvons immédiatement réagir en cas d'écarts. Ce contrôle actif, ainsi que les améliorations qui en résultent, ont déjà permis des réductions significatives de consommation d'énergie.

L'énergie des sites de Bell provient de différents fournisseurs. Nous sommes sensibles à la question des énergies renouvelables et recourons par exemple largement à la chaleur à distance ainsi qu'aux sources d'énergie alternatives, telles que la récupération de chaleur dans la production du froid.

La situation est similaire en ce qui concerne l'eau. Ici aussi, des mesures ciblées ont permis de réduire la consommation. Certains processus de travail restent cependant très gourmands en eau, raison pour laquelle nous poursuivons nos efforts. A l'avenir, Bell continuera d'évaluer constamment les processus de travail, en veillant systématiquement à la consommation d'eau et d'énergie à l'achat de nouvelles installations.

### Sécurité au travail

A côté d'une gestion des ressources respectueuse de l'environnement, la sécurité et la santé du personnel sont un enjeu central pour Bell. Chaque site de production dispose d'un concept de sécurité et d'un responsable de la sécurité et, pour les sites plus importants, d'une commission ad hoc qui assurent une réponse systématique, partout et à tout moment, aux problèmes posés.

C'est ainsi que diverses initiatives d'amélioration ont pu être menées à bien, sur la base des audits de sécurité de l'année précédente. Les absences suite à un accident au travail ont été moins nombreuses que l'année précédente à l'échelle de l'entreprise, ce qui a permis en parallèle de réduire les coûts des primes pour accidents du travail.

Lorsque de nouvelles installations venaient s'ajouter aux existantes, Bell a optimisé les standards de sécurité de manière décisive, après avoir procédé à une détermination ciblée des risques. Le «facteur humain» n'a pas pour autant été négligé – compte tenu des programmes de formation continue du personnel et des mesures de prévention englobant aussi les accidents hors de l'entreprise ou des heures de travail. Ces mesures ont permis de stopper dans l'exercice écoulé la recrudescence de ce genre d'accidents. Afin d'optimiser les standards de sécurité et environnementaux, des

audits internes spécifiques à chacun des sites sont menés chaque année.

En juillet, l'installation frigorifique de la production de volaille de Zell a souffert d'un écoulement d'ammoniac provoqué par une fuite sur une conduite. L'alarme automatique s'est déclenchée. Personne n'a été blessé, mais les riverains ont cependant dû être évacués hors du périmètre touché, à des fins de sécurité. Lors de cet incident comme dans le cas de l'incendie des entrepôts frigorifiques chez Frigo à Bâle (voir chapitre Bell Suisse), les concepts de sécurité ont prouvé leur entière efficacité. L'organisation des piquets de crise et la collaboration avec les forces d'intervention locales ont fonctionné de manière rapide et ciblée et permis d'écarter rapidement tout danger.

Bell considère le thème de la formation et du perfectionnement comme un aspect de la responsabilité sociale important et digne de soutien.

## RESSOURCES HUMAINES

La stratégie du personnel, dont beaucoup de points avaient été actualisés par Bell durant l'année précédente, a pu être mise en pratique dans l'exercice considéré. Notre stratégie définit aussi bien les objectifs majeurs en matière de stratégie du personnel que les principes comportementaux les plus importants pour le management et le personnel.

L'attitude fondamentale du groupe Bell à l'égard de son personnel est identique dans tous les pays où le groupe est représenté. Et si des différences se font sentir, celle-ci ressortent tout au plus de la taille des différents sites. Cela concerne par exemple les délégations du personnel. En ce qui concerne les conditions d'engagement, nous tenons compte de la législation sur le travail en vigueur dans le pays considéré, à titre d'exigence minimale.

### Satisfaction du personnel

Nous tenons à connaître le degré de satisfaction de notre personnel. C'est pourquoi nous avons recensé systématiquement la satisfaction du personnel à tous les sites. Cette évaluation est destinée à devenir la norme – avec des critères et des standards d'enquête aussi homogènes que possible.

Les résultats de l'enquête sur l'exercice considéré, mesurés à l'aune des spécificités de lieu et de domaine, montrent des degrés variables de satisfaction. Les points critiques soulevés par les personnes questionnées ont fait l'objet d'analyses intensives et des améliorations ont été apportées. La connaissance de soi est, elle aussi, génératrice de satisfaction: des formations spéciales offrent

aux collaborateurs la possibilité de découvrir dans l'équipe leur potentiel personnel et d'apprendre à l'utiliser de manière optimale. Le personnel a également participé, spontanément et en nombre, aux plateformes de communication, telles que les programmes d'information ou concours d'idées.

### Formation et perfectionnement

Bell considère le thème de la formation et du perfectionnement comme un aspect important de la responsabilité sociale et particulièrement digne de son soutien. En Suisse comme en Allemagne, nous assurons une formation professionnelle de base dans plus de 15 métiers: des bouchers-charcutiers en passant par les employés de commerce jusqu'aux informaticiens et mécaniciens. D'autre part, Bell évalue constamment l'élargissement de l'offre pour les formations établies ainsi que la possibilité d'en introduire de nouvelles.

En Suisse, un premier groupe de collaborateurs a passé avec succès l'examen fédéral pour spécialiste de la conduite d'un groupe. Un deuxième stage de formation pour cette spécialité a débuté. Bell a aussi renforcé l'offre destinée à la «base». Dans le domaine des formations de base, nous avons ainsi formé sur le site d'Oensingen (Suisse) des bouchers-charcutiers en coopération avec l'association des maître-bouchers de la région. Les apprentis de Bell ont la possibilité de se perfectionner par le biais de formations spécifiques dans les boucheries artisanales. Et ce n'est pas une voie à sens unique: à l'avenir, Bell proposera des séminaires pour les apprentis des exploitations artisanales. Inédite à ce jour, une telle forme de collaboration a l'avantage d'assurer durablement la formation de forces de travail pour la branche.

### Gestion des talents

Voici ce que signifie pour nous la gestion des talents: reconnaître le potentiel interne du personnel et l'encourager selon les besoins de l'entreprise. Chez Bell, les collaborateurs ont la possibilité de se perfectionner dans tous les domaines. L'internationalisation croissante du groupe Bell fournit d'intéressantes chances de carrière aux collaborateurs prometteurs. L'expérience des stages à l'étranger s'est déroulée avec succès jusqu'à aujourd'hui. Nous tenons cependant, là aussi, à instaurer une pratique homogène à l'échelle du groupe. De plus, nous améliorons en permanence les processus concernés, notamment par le biais de concertations régulières entre les responsables de ligne et du personnel.

## Le potentiel des collaborateurs doit être reconnu et encouragé selon les besoins de l'entreprise.

### Partenariat social et égalité de traitement

Nous sommes conscients que le succès de l'entreprise dépend, pour l'essentiel, non pas seulement des performances individuelles de notre personnel, mais aussi de partenariats sociaux équitables. Par conséquent, nous assumons délibérément nos responsabilités à l'égard de notre personnel.

Pour Bell Suisse, la politique sociale implique le respect absolu des droits naturels que sont notamment le droit à la parole ou l'égalité de traitement indépendamment du sexe, de la religion ou de l'origine, mais aussi une rémunération qui tienne compte des performances ainsi qu'une politique d'information transparente, dans le respect des délais et des niveaux.

Le dialogue régulier entre des dirigeants responsables et les délégations du personnel est un élément vital du partenariat social. En Suisse, le partenariat social interne a été renforcé, la délégation du personnel de Bell étant à présent officiellement membre collectif de l'Association suisse du personnel de boucherie. Les préoccupations des collaborateurs reçoivent ainsi un soutien plus large.

### Dialogue avec le personnel

Des entretiens avec les collaborateurs sont menés chaque année à tous les sites du groupe Bell, pour définir les objectifs et évaluer leur niveau de réalisation. Dans ce domaine, nous voulons également harmoniser les cadres et processus. Diverses struc-

Chiffres du personnel groupe Bell	2010	2009
<b>Effectifs du personnel</b>		
Effectifs du personnel moyens convertis en postes à plein temps	6'179	6'497
Effectifs du personnel au 31.12. en nombre de personnes	6'488	6'561
<b>Effectifs du personnel par pays</b>		
Suisse	3'497	3'417
Allemagne	1'461	1'523
France	399	403
Tchéquie	618	776
Hongrie	200	226
Autres	313	216
<b>Part plein temps</b>	75 %	77 %
<b>Part temps partiel</b>	25 %	23 %
<b>Part hommes</b>	59 %	57 %
<b>Part femmes</b>	41 %	43 %
Part de femmes dans les cadres	20 %	15 %
<b>Nombre de nationalités</b>	77	80
<b>Structure d'âge</b>		
jusqu'à 19 ans	3 %	3 %
20 – 29 ans	20 %	19 %
30 – 39 ans	27 %	26 %
40 – 49 ans	29 %	30 %
50 – 59 ans	19 %	19 %
plus de 60 ans	2 %	3 %
<b>Formation et perfectionnement</b>		
Apprentis	76	80
Nombre de collaborateurs ayant achevé une formation ou un perfectionnement	2'315	2'280

## Nos marques principales jouissent d'une notoriété élevée auprès des consommateurs, dans leurs segments et marchés domestiques respectifs.

tures internes et externes sont à la disposition du personnel. En plus du supérieur direct, chaque collaborateur a un interlocuteur au service du personnel. Des instruments de communications, comme l'Intranet ou des magazines du personnel, multiplient en outre les possibilités de dialogue.

### COMMUNICATION

#### Dialogue avec les groupes d'interlocuteurs

Le dialogue avec l'ensemble des groupes cibles de premier plan est important pour notre entreprise. Il nous aide à évaluer nos prestations d'un point de vue externe aussi et à identifier les chances et les risques à un stade précoce. Le site Internet, les rapports annuels et semestriels ainsi que les communiqués de presse en sont les principaux vecteurs. Le service de presse de Bell traite en moyenne 20 demandes par semaine émanant de divers groupes cibles. Plus de 3'000 demandes au total ont été enregistrées et traitées en 2010 par l'intermédiaire du site principal [www.bell.ch](http://www.bell.ch).

La communication interne se déroule principalement sous une forme personnelle, par l'Intranet et des magazines du personnel ou bulletins d'information internes. Le contact continu avec les autorités, les associations et les différents groupes d'intérêt est assuré par le biais de rencontres régulières ainsi que – pour quelques associations – par un engagement actif.

#### Gestion des marques

Le portefeuille du groupe Bell se compose de toute une série de marques. De plus, elle assure la production de marques propres et de marques commerciales pour différents clients. L'organisation de la gestion des marques est décentralisée. Cela signifie: chaque société du groupe gère ses propres marques, dont les principales sont Bell, ZIMBO, Abraham et Polette. Ces marques principales jouissent d'une notoriété élevée auprès des consommateurs, dans leurs segments et marchés domestiques respectifs.

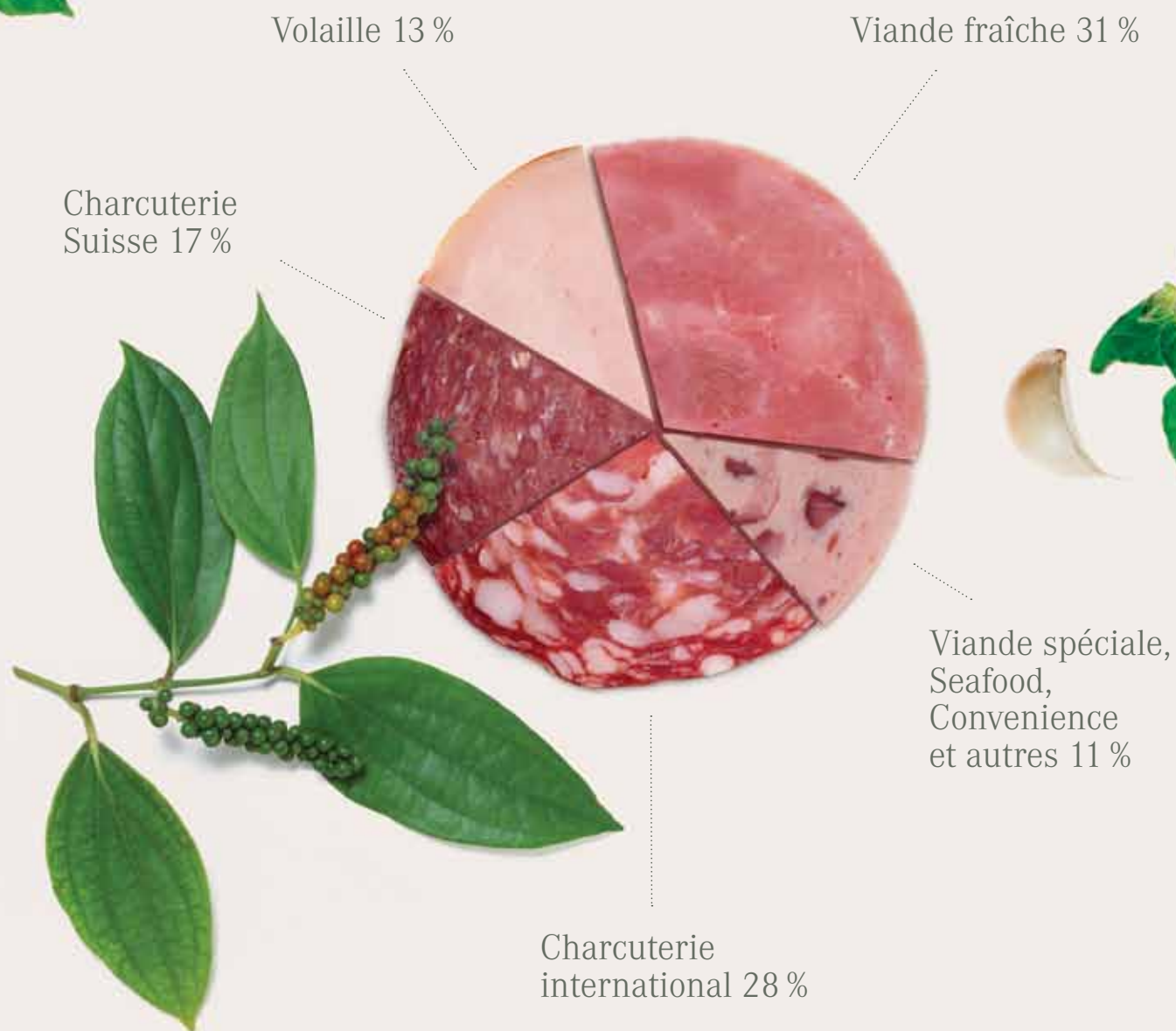
Ces marques occupent une position stratégique claire. Lorsque les assortiments sont larges, des gammes séparées sont développées à l'intérieur des marques. Le renforcement des marques principales et la promotion des lignes d'assortiment sont assurés par de nombreuses mesures de marketing, telles que les spots télévisés, annonces, affiches, promotions, dégustations, plateformes Internet, médias sociaux, sponsoring, articles de marchandage, parmi d'autres.

Le domaine des médias électroniques a fait l'objet de mesures particulières. Les entreprises et les marques du groupe Bell ont procédé à la refonte de leur site Internet et à l'envoi de newsletters électroniques, sans oublier le lancement d'activités sur les réseaux sociaux et la création d'applications pour les Smartphones.

### RENOI

D'autres informations importantes sur la responsabilité sociale de l'entreprise peuvent être téléchargées sur [www.bell.ch](http://www.bell.ch) rubrique «Infos Bell», en particulier en ce qui concerne la vision, les principes directeurs, les parties prenantes et les liens entretenus.





**GRAPHIQUE:**  
Chiffre d'affaires  
par groupes de produits

Rapport financier et  
Corporate Governance

# BELL EN CHIFFRES

**Groupe  
Bell**

- 42\_ Rapport financier
- 44\_ Bilan consolidé
- 45\_ Compte de résultat consolidé
- 46\_ Flux de fonds
- 47\_ Justification des fonds propres
- 48\_ Principes de consolidation et d'évaluation
- 50\_ Annexe au bilan consolidé
- 57\_ Annexe au compte de résultat consolidé
- 62\_ Données complémentaires
- 63\_ Rapport de l'organe de révision
- 64\_ Aperçu sur plusieurs années
- 65\_ Informations sur les actions
- 66\_ Participations importantes

**Corporate  
Governance**

- 67\_ Corporate Governance
- 77\_ Dates importantes
- 78\_ Management

**Bell  
Holding**

- 80\_ Bilan
- 81\_ Compte de résultat
- 82\_ Répartition du bénéfice/Annexe
- 83\_ Rapport de l'organe de révision
- 84\_ Contacts
- 85\_ Impressum

Tous les nombres sont arrondis individuellement

## Rapport financier

# EVOLUTION SOLIDE DES AFFAIRES

Martin Gysin,  
Directeur Finances/Services

Le groupe Bell présente pour 2010 une hausse des ventes de 0,8% et une progression du produit net de 1,4%. En Suisse, une hausse quantitative de 2,5% fait face à un recul des prix de vente de 0,4% en moyenne. A l'étranger, la dépréciation de l'euro a neutralisé la progression du chiffre d'affaires, qui aurait dû apparaître suite à la première consolidation de Marco Polo. La progression des volumes de 8,4% a été générée par une progression de 5,8% conditionnée par les acquisitions et à une croissance organique de 3,0%, en contraste avec un recul des prix de vente d'environ 3,5% en moyenne dans la zone euro. Alors qu'en Suisse, la marche des affaires était très satisfaisante, les filiales étrangères ont fourni une contribution proportionnellement moindre au résultat. Le premier semestre en particulier s'est déroulé de manière insatisfaisante. Dès l'été, une légère reprise s'est manifestée, susceptible de se poursuivre en 2011.

Le bénéfice brut augmente à environ CHF 864 millions. Avec 33,4%, la marge bénéficiaire brute est légèrement inférieure à celle de l'exercice précédent. Ceci est à rapporter au fait que le bénéfice brut inclut la répercussion en chiffres nets des prestations d'assurance, de CHF 6,6 millions, pour les pertes de marchandises subies lors de l'incendie de l'entrepôt frigorifique chez Frigo. Sans cela, la marge bénéficiaire brute serait d'environ 33,2% et par conséquent inférieure de 0,1% par rapport à l'exercice précédent.

A raison de CHF 406 millions, les frais de personnel ont diminué de 1,6% par rapport à l'année précédente. Les autres charges d'exploitation sont en baisse de 257 à 246 millions de CHF. Alors que le recul des frais de personnel est principalement imputable à des changements au niveau du périmètre de consolidation, de réelles économies d'environ CHF 10 millions ont pu être réalisées dans les frais d'exploitation. La totalité des charges d'exploitation a ainsi baissé de 26,3% à 25,2%. Sont comprises dans ces coûts les dépenses extraordinaires pour la cessation de nos activités en Russie, à hauteur de CHF 0,8 millions ainsi que la dissolution de provisions, de CHF 1,5 millions, devenues superflues dans l'usine de charcuterie à Bâle et la prestation d'assurance proportionnelle de CHF 1,2 millions, pour

la part des amortissements corporels chez Frigo. Le revenu extraordinaire de CHF 1,6 millions, provenant de l'achat des parts minoritaires de Sanchez Alcaraz (groupe Abraham) a servi à augmenter, et ce faisant neutraliser, les amortissements des plans de prévoyance en Allemagne, à hauteur de CHF 1 million ainsi que l'élimination d'un goodwill résiduel de CHF 0,4 millions. Le bénéfice d'exploitation avant intérêts et amortissements (EBITDA) est de CHF 213 millions, soit 23 millions de plus que l'année précédente. Avec 8,2%, la marge EBITDA atteint un niveau maximum.

L'EBIT progresse de CHF 17 millions de 3,7 à 3,9%, malgré les amortissements exceptionnels de goodwill. Epuré des rentrées extraordinaires, l'EBIT s'élève à environ CHF 110 millions ou 4,25% du produit net.

L'amortissement exceptionnel de goodwill était devenu nécessaire, en raison du recul de la marge bénéficiaire brute chez Abraham et, parallèlement, du résultat net, un recul durable selon l'évaluation du management. Il s'ensuit une diminution ou adaptation de l'obligation liée au prix résiduel des parts encore recouvrables. Nous avons en outre éliminé un goodwill résiduel de CHF 0,4 millions en Belgique. La réévaluation des postes de goodwill du bilan n'a pas requis d'adaptations supérieures aux amortissements ordinaires.

Le compte financier comprend des gains de change réalisés sur des prêts en euros d'environ CHF 6,6 millions. En 2010, ces prêts ont été à peu de chose près reconduits. La dette financière a pu être considérablement réduite dans l'exercice considéré, à près de CHF 150 millions. La dette nette se situait à fin 2010 à environ CHF 190 millions, en recul de plus de 100 millions par rapport à l'année précédente.

La dépréciation massive de l'euro, à savoir plus de 16% dans l'exercice considéré, est à l'origine du recul du total du bilan de plus de CHF 100 millions et de CHF 50 millions de fonds propres.



**Martin Gysin**  
Directeur Finances / Services

La remise en état suite à l'incendie ayant ravagé l'entrepôt frigorifique de la société Frigo à Bâle n'est pas encore entièrement achevée. Ainsi, la décision finale du Ministère public de Bâle-Ville relative à la question cruciale de la faute n'est pas encore connue à la date d'impression. L'assurance bâtiment a fixé un montant global de CHF 9,2 millions. De cette prestation, nous nous sommes contentés, pour l'instant, d'imputer la valeur résiduelle des immobilisations corporelles de CHF 1,2 millions. Le montant restant a été porté au passif et doit servir à couvrir les coûts de démolition ainsi que les éventuels investissements de remplacement.

Les résultats courants n'ont fait l'objet d'aucune activation d'impôts latents. Nous évaluons l'influence sur la charge fiscale à environ CHF 4,4 millions.

Acquis en décembre 2009, le groupe Marco Polo a été consolidé dans les comptes de Bell au 1er janvier 2010. La participation apparaissait dans le rapport annuel 2009 parmi les participations financières. La ventilation entre les différents postes des actifs s'est effectuée dans le cadre de la première consolidation. Les parts minoritaires chez Sanchez Alcaraz ont été acquises au courant de l'année. Bell consolide à présent Sanchez à 100%, avec effet au 1er janvier 2010. Pour la conduite de la commercialisation alimentaire de «Du darfst», nous avons fondé FreshCo. Wurstwarenvertriebs GmbH. Il n'y a pas eu d'autres adaptations dans le périmètre de consolidation en 2010.

Le 20 janvier 2011, nous avons annoncé une coopération\* avec Hilcona AG à Schaan (Principauté du Liechtenstein). Elle a pour objectif de regrouper les activités des produits frais Convenience sous l'égide de Hilcona, afin d'accélérer le développement de ces marchés de croissance. C'est pourquoi notre unité Convenience sera transférée au 1er janvier 2011 à Bell Convenience AG et déconsolidée. En revanche, nous gérerons Hilcona en tant que participation minoritaire, simplement consolidée at equity, jusqu'à l'acquisition de la participation majoritaire en 2015.

\*sous réserve de l'aval des autorités compétentes



## Bilan consolidé

en milliers de CHF	Annexe	31.12.2010		31.12.2009	
Disponibilités	1	33 674		81 395	
Titres	2	4 513		7 050	
Créances de livraisons et prestations	3	146 526		142 197	
Créances d'entreprises affiliées	4	93 121		95 885	
Autres créances à court terme		47 366		33 468	
Stocks	5	152 401		166 794	
Comptes de régularisation		17 834		10 943	
<b>Actifs circulants</b>		<b>495 436</b>	<b>42.4%</b>	537 731	41.1%
Immobilisations financières	12	39 152		57 101	
Immobilisations incorporelles	13	76 303		114 518	
Terrains et bâtiments	14	325 610		355 866	
Installations techniques et agencement	15	230 885		242 072	
<b>Capitaux immobilisés</b>		<b>671 950</b>	<b>57.6%</b>	769 557	58.9%
<b>Actifs</b>		<b>1 167 386</b>	<b>100.0%</b>	1 307 288	100.0%
Engagements financiers à court terme	9	107 329		110 246	
Dettes sur livraisons et prestations		145 667		127 572	
Dettes d'entreprises affiliées	6	14 822		11 012	
Autres engagements à court terme	7	49 403		41 714	
Provisions à court terme	11	10 356		9 562	
Comptes de régularisation	8	58 409		70 837	
<b>Fonds étrangers à court terme</b>		<b>385 986</b>	<b>33.1%</b>	370 943	28.5%
Engagements financiers à long terme	9	121 134		273 549	
Provisions à long terme	11	69 811		68 018	
<b>Fonds étrangers à long terme</b>		<b>190 945</b>	<b>16.4%</b>	341 566	26.1%
<b>Fonds étrangers</b>		<b>576 931</b>	<b>49.4%</b>	712 509	54.5%
Capital-actions		2 000		2 000	
Réserves de bénéfices		584 299		544 175	
Différences de conversion		-67 352		-16 545	
Déduction des actions propres		-6 992		-9 019	
Bénéfice de l'exercice		64 519		55 563	
<b>Fonds propres avant part de tiers au capital</b>		<b>576 474</b>	<b>49.4%</b>	576 175	44.1%
Part de tiers au capital		13 982		18 604	
<b>Fonds propres</b>		<b>590 456</b>	<b>50.6%</b>	594 779	45.5%
<b>Passifs</b>		<b>1 167 386</b>	<b>100.0%</b>	1 307 288	100.0%

## Compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	Annexe	2010		2009	
Chiffre d'affaires	16	2 617 574		2 597 712	
Autres produits d'exploitation	16	51 355		32 325	
<b>Produits bruts d'exploitation</b>		<b>2 668 929</b>		<b>2 630 036</b>	
Diminution des produits	16	-84 652		-82 159	
<b>Produits nets d'exploitation</b>		<b>2 584 277</b>	<b>100.0%</b>	<b>2 547 877</b>	<b>100.0%</b>
Charges de matières premières et de matières consommables	24	1 720 353	66.6%	1 689 363	66.3%
<b>Résultat brut d'exploitation</b>		<b>863 923</b>	<b>33.4%</b>	<b>858 515</b>	<b>33.7%</b>
Charges de personnel	17	405 671	15.7%	412 215	16.2%
Loyers	18	24 607		25 985	
Energie, matériaux d'exploitation et auxiliaires	19	49 275		50 416	
Réparations et entretien		47 731		47 728	
Transports externes		66 021		68 373	
Publicité		22 821		28 964	
Autres charges d'exploitation	20/24	35 101		35 385	
<b>Charges d'exploitation</b>	21	<b>651 228</b>	<b>25.2%</b>	<b>669 065</b>	<b>26.3%</b>
<b>Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)</b>		<b>212 695</b>	<b>8.2%</b>	<b>189 449</b>	<b>7.4%</b>
Amortissements sur immobilisations corporelles	14/15/24	74 220	2.9%	79 903	3.1%
Amortissements sur immobilisations incorporelles	13	4 790		5 113	
Amortissements sur Goodwill *	13/24	32 449		9 386	
<b>Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)</b>		<b>101 236</b>	<b>3.9%</b>	<b>95 047</b>	<b>3.7%</b>
Produits financiers	22	11 058		9 974	
Charges financières	22/24	13 144		20 995	
<b>Bénéfice d'exploitation avant impôts (EBT)</b>		<b>99 150</b>	<b>3.8%</b>	<b>84 026</b>	<b>3.3%</b>
Impôts	23/24	33 083		27 833	
<b>Bénéfice d'exploitation après impôts</b>		<b>66 067</b>	<b>2.6%</b>	<b>56 192</b>	<b>2.2%</b>
Part de tiers au bénéfice		-1 548		-629	
<b>Bénéfice de l'exercice</b>		<b>64 519</b>	<b>2.5%</b>	<b>55 563</b>	<b>2.2%</b>

\* 2009 : net après compensation des profits issus d'acquisitions. 2010 comprend un amortissement exceptionnel sur goodwill de mille CHF 17 166.

## Flux de fonds

en milliers de CHF	2010		2009	
Bénéfice d'exploitation après impôts	66 067		56 192	
Amortissements des immobilisations corporelles	73 038		75 486	
Amortissements exceptionnels des immobilisations corporelles	1 183		4 417	
Amortissements des immobilisations incorporelles	20 072		19 886	
Amortissements exceptionnels des immobilisations incorporelles	17 166	111 459	-	99 789
Produits (-) pertes (+) issus de la cession d'immobilisations corporelles	-530		-161	
Produits (-) pertes (+) issus de prise de participation	-1 584		-5 387	
Pertes sur cession de participations	-		4 028	
Produits issus de l'évaluation des participations non consolidées	-576		-2 019	
Bénéfice (-) perte (+) des actifs de la fondation	-89		-687	
Augmentation (-) diminution (+) des impôts latents actifs	568		811	
Variation des provisions	4 878		-938	
<b>Cash-flow</b>	<b>180 193</b>		<b>151 628</b>	
Augmentation (-) et diminution (+) des stocks	1 087		11 516	
Augmentation (-) et diminution (+) des créances	-16 908		-12 915	
Augmentation (-) et diminution (+) des comptes de régularisation actifs	-10 078		-6 814	
Augmentation (+) et diminution (-) des engagements	31 709		-35 330	
Augmentation (+) et diminution (-) des comptes de régularisation passifs	-6 414	-604	9 908	-33 636
<b>Flux de fonds relatifs à l'exploitation</b>	<b>179 589</b>		<b>117 992</b>	
Investissements dans des installations techniques et agencement	-50 756		-50 824	
Désinvestissements des installations techniques et agencement	498	-50 258	1 625	-49 199
Investissements dans l'immobilier et terrains	-11 129		-6 969	
Désinvestissements de l'immobilier et terrains	639	-10 490	1 206	-5 763
Investissements dans des participations et immobilisations financières	-49		-13 675	
Désinvestissements de participations et immobilisations financières	2 771		1 004	
Désinvestissements (+) / Investissements (-) de titres	2 536	5 258	2 690	-9 982
Investissements dans des immobilisations incorporelles	-7 481		-3 284	
Désinvestissements des immobilisations incorporelles	53	-7 428	70	-3 214
<b>Flux de fonds relatifs aux investissements</b>	<b>-62 918</b>		<b>-68 157</b>	
Modification des obligations financières	-146 800		18 995	
Investissements dans des actions propres (-) / Désinvestissements (+)	2 365		1 825	
Dividendes	-16 546		-15 688	
<b>Flux de fonds relatifs aux opérations financières</b>	<b>-160 981</b>		<b>5 132</b>	
<b>Solde des flux de fonds</b>	<b>-44 310</b>		<b>54 967</b>	
Disponibilités au 01.01.	81 395		26 492	
Influence des comptes libellés en monnaies étrangères sur les liquidités	-3 411		-64	
Variation des disponibilités	-44 310		54 967	
Disponibilités au 31.12.	33 674		81 395	

## Justification des fonds propres

en milliers de CHF	Capital- actions	Réserves bénéfices	Differences de conversion	Actions propres	Bénéfice exercice	Fonds propres	Part de tiers au capital	Fonds propres total
<b>Fonds propres au 01.01.2010</b>	<b>2 000</b>	<b>544 175</b>	<b>-16 545</b>	<b>-9 019</b>	<b>55 563</b>	<b>576 175</b>	<b>18 604</b>	<b>594 779</b>
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-	-
Prise de participation	-	-	-	-	-	-	-2 954	-2 954
Répartition du bénéfice	-	55 563	-	-	-55 563	-	-	-
Dividende	-	-15 778	-	-	-	-15 778	-768	-16 546
Achat/vente actions propres	-	338	-	2 027	-	2 365	-	2 365
Bénéfice de l'exercice	-	-	-	-	64 519	64 519	1 548	66 067
Influence du taux de change	-	-	-50 807	-	-	-50 807	-2 448	-53 255
<b>Fonds propres au 31.12.2010</b>	<b>2 000</b>	<b>584 299</b>	<b>-67 352</b>	<b>-6 992</b>	<b>64 519</b>	<b>576 474</b>	<b>13 982</b>	<b>590 456</b>
Fonds propres au 01.01.2009	2 000	500 795	-15 600	-10 836	59 061	535 420	3 289	538 709
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	14 745	14 745
Répartition du bénéfice	-	59 061	-	-	-59 061	-	-	-
Dividende	-	-15 688	-	-	-	-15 688	-	-15 688
Achat/vente actions propres	-	8	-	1 817	-	1 825	-	1 825
Bénéfice de l'exercice	-	-	-	-	55 563	55 563	629	56 192
Influence du taux de change	-	-	-945	-	-	-945	-59	-1 004
Fonds propres au 31.12.2009	2 000	544 175	-16 545	-9 019	55 563	576 175	18 604	594 779

	Nombre d'actions au 01.01.	Entrée actions propres	Sortie actions propres	Entrée actions propres participation du personnel	Sortie actions propres participation du personnel	Nombre d'actions au 31.12.
<b>Titres</b>						
<b>Actions émises</b>	<b>400 000</b>	-	-	-	-	<b>400 000</b>
Actions propres détenues par la société	-6 938	-325	1 323	-8	632	-5 316
<b>Titres en circulation 2010</b>	<b>393 062</b>	<b>-325</b>	<b>1 323</b>	<b>-8</b>	<b>632</b>	<b>394 684</b>
Actions émises	400 000	-	-	-	-	400 000
Actions propres détenues par la société	-8 335	-	686	-6	717	-6 938
Titres en circulation 2009	391 665	-	686	-6	717	393 062



# Principes de consolidation et d'évaluation

**Principes** Les principes de consolidation, d'évaluation, de répartition et de présentation sont conformes aux recommandations relatives à la présentation des comptes (Swiss GAAP RPC). Ils sont appliqués à toutes les sociétés du périmètre de consolidation.

**Périmètre de consolidation** L'ensemble des participations de Bell Holding SA, dans lesquelles Bell détient, directement ou indirectement, plus de 50% des droits de vote ou exerce la direction par un accord contractuel sont incluses dans les présents bilan et compte de résultat. Les parts de sociétés supérieures à 20% des voix, mais inférieures à 50%, ont été évaluées et prises en compte dans le bilan selon la part effective des fonds propres. Les participations avec une part inférieure à 20% ont été prises en compte dans le bilan à leur valeur boursière au 31 décembre. En l'absence de valeur boursière, l'évaluation a été faite à la valeur d'acquisition moins une correction de valeur en cas de diminution de celle-ci. L'aperçu des participations et leur influence sur les présents résultat du groupe figurent à la page 66 du rapport annuel.

**Comptes libellés en monnaies étrangères** Les bilans des sociétés en monnaies étrangères ont été convertis au cours de fin d'année au 31 décembre, les comptes de résultat de ces sociétés au cours moyen de l'exercice. Les écarts de conversion du bilan d'entrée et du bilan de clôture ainsi que ceux découlant de l'utilisation de taux de conversion différents entre le bilan et le compte de résultat ont été compensés sans incidence sur le résultat.

## Taux de conversion

		2010	2009
Bilan	EUR 1	= CHF 1,2500	= CHF 1,4850
	CZK 1	= CHF 0,0500	= CHF 0,0560
	HUF 100	= CHF 0,4500	= CHF 0,5500
	PLN 1	= CHF 0,3150	= CHF 0,3610
	USD 1	= CHF 0,9350	= CHF 1,0350
CR	EUR 1	= CHF 1,3700	= CHF 1,5094
	CZK 1	= CHF 0,0543	= CHF 0,0569
	HUF 100	= CHF 0,4967	= CHF 0,5358
	PLN 1	= CHF 0,3428	= CHF 0,3496

**Consolidation des actifs et passifs, chiffres d'affaires internes et bénéfices intermédiaires** Tous les avoirs et les engagements internes au groupe ont été compensés et éliminés dans le cadre de la consolidation. Les différences provenant de l'application de différents cours de conversion sur l'investissement net dans des sociétés étrangères ont été compensées sans incidence sur le résultat par le biais des fonds propres. Toutes les livraisons et prestations internes au groupe ont été compensées et éliminées dans le cadre de la consolidation. Il a été possible de renoncer à une élimination des bénéfices intermédiaires, du fait que les sociétés se fournissent entre

elles aux conditions usuelles du marché et que les effets sur le compte de résultat du groupe sont insignifiants.

**La consolidation du capital** est effectuée selon la méthode d'acquisition (purchase method), ce qui veut dire que le capital d'une société est comptabilisé au prix d'achat, majoré des frais d'acquisition, à la date d'acquisition. Des adaptations du prix d'acquisition en fonction de futurs résultat font l'objet d'évaluations. Le cas échéant, un goodwill résultant de cette évaluation est activé et amorti par le biais du compte de résultat sur une durée de cinq à huit ans. En cas de goodwill négatif, celui-ci est imputé aux comptes dès la première consolidation. En cas d'écart entre une estimation et le prix d'acquisition définitif, le goodwill est adapté en conséquence.

**Evaluation** On a choisi d'une manière générale les principes de la valeur historique. Les actifs circulants sont alors évalués en fonction de leur valeur d'acquisition ou à une valeur de marché inférieure. Les immobilisations corporelles sont inscrites au bilan à leur valeur d'acquisition, déduction étant faite des amortissements imposés par la gestion d'entreprise. L'évaluation est réalisée selon les mêmes principes pour l'ensemble des sociétés du groupe. Les terrains et bâtiments de sociétés consolidées pour la première fois ont été réévalués au moment du rachat, et intégrés aux comptes du groupe. Pour les autres immobilisations corporelles, les valeurs résiduelles ont été calculées conformément aux principes d'amortissement de Bell, sur la base des valeurs d'acquisition historiques, et adaptées en conséquence dans les comptes du groupe.

**Les disponibilités** contiennent des dépôts à terme et créances comptables d'une échéance inférieure à 90 jours.

**Titres** Les titres comprennent les titres négociables qui sont portés au bilan au cours du 31 décembre.

**Créances** Les pertes décelables et encourues sont imputées sur le compte de résultat l'année où elles sont survenues. La correction de valeur pour des risques non décelables représente 1% du portefeuille de créances. Le montant total de ces corrections apparaît dans l'annexe.

**Stocks** L'évaluation des stocks s'effectue selon la méthode Fifo, aux coûts de production. En cas de stocks exigeant une durée de maturation très longue, l'évaluation s'effectue à leur valeur d'achat moyenne. Les dépréciations par rapport à la valeur d'acquisition ont été prises en compte. Dans la mesure où ils sont identifiables, les risques sur les stocks ont été pris en compte.

**Les impôts latents actifs** résultent de reports de pertes dans la consolidation initiale. Nous considérons qu'ils pourront être réalisés dans le futur.

**Autres immobilisations financières** Les autres immobilisations financières comprennent des titres non cotés. Ils sont portés au bilan à leur valeur d'acquisition ou à la valeur vénale si celle-ci est inférieure.

**Capital immobilisé** Les participations qui n'ont pas été consolidées en 2010 sont indiquées dans le schéma des participations à la page 66.

L'évaluation des immobilisations corporelles s'est effectuée à la valeur d'acquisition, déduction étant faite des amortissements imposés par la gestion d'entreprise et de dépréciations durables. Les amortissements ont été effectués sur une base linéaire, en fonction de la durée d'utilisation. Les corrections de valeur découlent des comptes libellés en monnaies étrangères. Les objets en leasing ont été activés dans le cadre de la consolidation et amortis par le biais de la durée d'utilisation régulière. Les passifs correspondants sont indiqués dans la rubrique «Engagements financiers».

#### Durée d'utilisation des actifs immobilisés:

Bâtiments administratifs et de production	30-40 ans
Machines et dispositifs	8-10 ans
Installations	10-15 ans
Véhicules	5-7 ans
Mobilier	5-10 ans
Matériel informatique	4 ans
Logiciels	4 ans
Droits de marques	8 ans
Goodwill	5-8 ans

En plus de logiciels, les immobilisations incorporelles contiennent également des droits de marques acquis et le goodwill. Un goodwill négatif de CHF 1,5 millions est apparu en 2010 dans le cadre des parts minoritaires chez Sanchez Alcaraz. Nous l'avons confronté à d'autres frais uniques du poste des charges d'exploitation. Un goodwill d'un total CHF 12,7 millions est ressorti de la première consolidation de Marco Polo. Les examens de la valeur du goodwill chez Abraham ont fait apparaître un amortissement supplémentaire de CHF 17,2 millions, ainsi qu'une adaptation suite à une diminution de prix d'acquisition résiduel de CHF 5,5 millions. L'amortissement du goodwill était devenu nécessaire, le management ayant considéré que la dégradation de la marge brute chez Abraham, et donc du produit net, était durable. Le contrôle n'a révélé aucune nécessité supplémentaire de correction.

**Provisions/obligations de prévoyance** Les régularisations et les provisions ont été constituées et évaluées selon des principes objectifs de gestion d'entreprise, une attention suffisante ayant été portée aux risques. Les impôts latents sont provisionnés sur les différences entre les valeurs RPC et les valeurs comptables fiscalement déterminantes selon la méthode «Liability», au taux fiscal applicable

à notre groupe de 23,5% pour la Suisse, 27% pour l'Allemagne et la France et 25% pour les autres pays.

Les collaborateurs de Bell Suisse sont assurés auprès de la CPV/CAP Caisse de pension Coop, dont le taux de couverture, selon l'art. 44 LPP2, était de 100,1% à fin 2010. D'autres engagements en faveur du personnel n'apparaissent au bilan que dans la mesure où ils ne sont pas pris en charge par la CPV/CAP Caisse de pension Coop.

La Fondation de prévoyance du personnel de Bell SA est en liquidation. Le capital libre de la fondation apparaît parmi les immobilisations financières.

**Fonds propres** Depuis 2008, des modifications résultant de conversions apparaissent comme poste spécifique des fonds propres. Des résultats de transactions et dividendes sur les actions propres sont directement ajoutés aux réserves de bénéfices.

**Participation des collaborateurs** Tous les collaborateurs du groupe Bell peuvent, dès leur troisième année de service et par année civile, acquérir cinq actions (conseil d'administration, direction générale et cadres dix) de Bell Holding SA à 80% du cours moyen du mois civil précédent. En outre, la moitié de la participation aux bénéfices attribuée aux membres de la direction et aux cadres supérieurs peut être versée en titres de Bell Holding SA. Les titres remis dans le cadre de ce programme de participation du personnel sont soumis à une interdiction d'aliénation de quatre ans. Dans le cadre de ce programme, 632 actions ont été distribuées au personnel en 2010 (année précédente: 717) et 8 rachetées (année précédente: 6).

**Les rabais, ristournes et escomptes** sont directement déduits du poste considéré et le coût de revient est réduit en conséquence.

**Les acomptes versés** à des fournisseurs sont imputés aux postes correspondants.

**Evénements postérieurs à la date du bilan** Nous avons pu publier la collaboration avec Hilcona AG dans le domaine Convenience frais en date du 20 janvier 2011. Bell cédera le secteur Convenience à Hilcona AG et reprendra, en contrepartie, dans un premier temps 49%, puis dans 4 ans 2% du capital de Hilcona AG. Bell Convenience sera transféré dans Bell Convenience AG et déconsolidée à partir du 1 janvier 2011. La participation à Hilcona sera consolidée selon la méthode de mise en équivalence («at equity») jusqu'au rachat de la majorité en 2015. A la clôture de la rédaction, l'affaire est réalisée sous réserve de l'aval des autorités compétentes.

## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	2010	Quote-part	2009
<b>1. Disponibilités</b>			
Caisse	1 047	3.1%	1 221
Avoirs en comptes de chèques postaux	587	1.7%	202
Avoirs en banque à vue	31 306	93.0%	25 546
Dépôts à terme et créances comptables	734	2.2%	54 426
<b>Disponibilités</b>	<b>33 674</b>	<b>100.0%</b>	<b>81 395</b>
<b>Répartition par devises</b>			
CHF	7 705	22.9%	62 108
EUR	19 888	59.1%	11 358
Autres devises	6 080	18.1%	7 929
<b>Disponibilités</b>	<b>33 674</b>	<b>100.0%</b>	<b>81 395</b>
<b>2. Titres</b>			
Actions et placements alternatifs	4 513	100.0%	2 536
Obligations et placements alternatifs	-	-	4 514
<b>Titres</b>	<b>4 513</b>	<b>100.0%</b>	<b>7 050</b>
<b>3. Créances de livraisons et de prestations</b>			
Correction de valeur soldée dans les créances	-1 758		-1 633
<b>4. Créances d'entreprises affiliées</b>			
Sociétés du Groupe Coop	73 692	79.1%	77 985
Autres entreprises affiliées	19 429	20.9%	17 900
<b>Créances d'entreprises affiliées</b>	<b>93 121</b>	<b>100.0%</b>	<b>95 885</b>
<b>5. Stocks</b>			
Matières premières et produits finis	145 676	95.6%	160 487
Matériaux auxiliaires	15 652	10.3%	12 479
Réajustement de valeurs suite à des dépréciations	-8 927	-5.9%	-6 172
<b>Stocks</b>	<b>152 401</b>	<b>100.0%</b>	<b>166 794</b>
<b>6. Dettes d'entreprises affiliées</b>			
Engagements Coop	13 701	92.4%	9 203
Engagements autres sociétés affiliées	1 121	7.6%	1 810
<b>Dettes d'entreprises affiliées</b>	<b>14 822</b>	<b>100.0%</b>	<b>11 012</b>

## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	2010	Quote-part	2009
<b>7. Autres engagements à court terme</b>			
Actionnaires	10	0.0%	10
Taxe sur la valeur ajoutée	6 904	14.0%	1 551
Impôts sur le capital et le bénéfice	21 837	44.2%	25 875
Autres impôts	1 428	2.9%	1 732
Divers tiers	19 225	38.9%	12 545
<b>Autres engagements à court terme</b>	<b>49 403</b>	<b>100.0%</b>	<b>41 714</b>
<b>8. Comptes de régularisation</b>			
Divers passifs transitoires	40 572	69.5%	52 320
Comptes de régularisation du personnel et des oeuvres sociales	17 837	30.5%	18 517
<b>Comptes de régularisation</b>	<b>58 409</b>	<b>100.0%</b>	<b>70 837</b>
<b>9. Engagements financiers</b>			
Emprunts bancaires et crédits à court terme	107 052	46.9%	105 045
Emprunts à court terme des sociétés affiliées	277	0.1%	-
Comptes courants avec tiers	-	-	5 202
<b>Engagements financiers à court terme</b>	<b>107 329</b>	<b>47.0%</b>	<b>110 246</b>
Emprunts bancaires et crédits à long terme	109 134	47.8%	273 549
Emprunts à long terme des sociétés affiliées	12 000	5.3%	-
<b>Engagements financiers à long terme</b>	<b>121 134</b>	<b>53.0%</b>	<b>273 549</b>
<b>Engagements financiers</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>
<b>Structure de l'échéancier des engagements financiers</b>			
remboursables dans les 360 jours	107 329	47.0%	110 246
remboursables en deux ans	33 733	14.8%	39 346
remboursables en trois ans et plus	87 400	38.3%	234 203
<b>Engagements financiers</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>
<b>Engagements financiers par devises</b>			
CHF	121 258	53.1%	234 229
EUR	107 054	46.9%	149 364
Autres devises	150	0.1%	202
<b>Engagements financiers</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>

### 10. Acquisition d'entreprises

	Marco Polo N.V. 01.01.2010
Disponibilités	2 391
Créances	16 022
Stocks	1 898
Immobilisations corporelles	4 340
Autres engagements	13 722
Engagements financiers	8 846



## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Pré-retraite	Cadeaux d'ancienneté	Congés et heures supp.	Impôts latents	Autres provisions	Restructuration	Total
<b>11. Provisions</b>							
<b>Provisions au 01.01.2010</b>	<b>21 147</b>	<b>3 195</b>	<b>5 222</b>	<b>39 442</b>	<b>8 274</b>	<b>300</b>	<b>77 580</b>
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-
Reclassement dans passifs transitoires	-	-	-	-	-	-	-
Reclassement	397	-397	-134	-	134	-	-
Création	2 227	1 398	3 708	9 344	77	1 364	18 118
Dissolution	-1 104	-1 169	-4 012	-4 137	-2 518	-300	-13 240
Influence du taux de change	-741	-	-76	-576	-898	-	-2 291
<b>Provisions au 31.12.2010</b>	<b>21 926</b>	<b>3 027</b>	<b>4 708</b>	<b>44 073</b>	<b>5 069</b>	<b>1 364</b>	<b>80 167</b>
à long terme 2010	19 522	1 958	-	44 073	4 259	-	69 811
à court terme 2010	2 404	1 070	4 708	-	810	1 364	10 356
Provisions au 01.01.2009	15 462	2 911	9 061	36 865	29 026	1 010	94 335
Modification du périmètre de consolidation	3 950	-	507	2 287	-739	-	6 005
Reclassement dans passifs transitoires	-	-	-	-	-21 676	-	-21 676
Reclassement	-	-	-834	-	834	-	-
Création	2 097	1 042	1 112	835	1 911	-	6 997
Dissolution	-348	-758	-4 595	-531	-993	-710	-7 935
Influence du taux de change	-14	-	-29	-14	-89	-	-146
Provisions au 31.12.2009	21 147	3 195	5 222	39 442	8 274	300	77 580
à long terme 2009	19 702	2 073	-	39 442	6 801	-	68 018
à court terme 2009	1 445	1 122	5 222	-	1 473	300	9 562

## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Participations non consolidées	Prêts aux entreprises affiliées *	Prêts à des tiers	Fonds pro- pres de la fondation	Impôts latents actifs	Autres immob. financières	Total
<b>12. Immobilisations financières</b>							
<b>Valeur nette comptable au 01.01.2010</b>	<b>40 851</b>	<b>2 628</b>	<b>667</b>	<b>6 037</b>	<b>6 690</b>	<b>228</b>	<b>57 101</b>
Valeur d'acquisition au 01.01.2010	40 851	2 628	667	6 037	6 690	228	57 101
Modification du périmètre de consolidation	-13 707	-	-	-	-	-	-13 707
Investissements	-	-	-	-	-	-	-
Désinvestissements	-53	-1 495	-218	-1 006	-	-	-2 771
Réévaluation	576	-	-	89	-568	-	97
Reclassement	537	-537	-	-	-	-	-
Différences de conversion	-566	14	-	-	-1 015	-	-1 567
<b>Valeur nette comptable au 31.12.2010</b>	<b>27 639</b>	<b>610</b>	<b>449</b>	<b>5 119</b>	<b>5 106</b>	<b>228</b>	<b>39 152</b>
Valeur nette comptable au 01.01.2009	114 961	3 300	1 417	5 725	2 347	728	128 478
Valeur d'acquisition au 01.01.2009	114 961	3 300	1 417	5 725	2 347	728	128 478
Modification du périmètre de consolidation	-89 826	-	-579	-	5 238	-55	-85 222
Investissements	14 000	428	-	-	-	129	14 558
Désinvestissements	-	-1 100	-158	-375	-	-584	-2 217
Réévaluation	2 019	-	-	687	-811	-	1 895
Différences de conversion	-303	-	-13	-	-84	9	-391
Valeur nette comptable au 31.12.2009	40 851	2 628	667	6 037	6 690	227	57 101

\* Il n'existe pas de prêts aux organes de la société.

## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Logiciels	Droit des marques	Autres	Goodwill	Total
<b>13. Immobilisations incorporelles</b>					
<b>Valeur nette comptable au 01.01.2010</b>	<b>6 148</b>	<b>10 266</b>	<b>973</b>	<b>97 130</b>	<b>114 518</b>
Valeur d'acquisition au 01.01.2010	26 776	12 228	1 492	143 000	183 497
Modification du périmètre de consolidation	-10	-	-1	12 465	12 454
Investissements	7 215	-	33	233	7 481
Désinvestissements	-2 740	-	-	-	-2 740
Ajustement du prix de vente	-	-	-	-5 480	-5 480
Regroupement	883	-	42	-	925
Différences de conversion	-959	-1 935	-242	-19 931	-23 067
Valeur d'acquisition au 31.12.2010	31 166	10 293	1 324	130 287	173 071
Amortissements cumulés au 01.01.2010	20 628	1 962	519	45 870	68 979
Modification du périmètre de consolidation	-17	-	-1	255	237
Amortissements courants	3 389	1 370	30	15 283	20 072
Amortissements exceptionnels	-	-	-	17 166	17 166
Amortissements cumulés/désinvestissements	-2 687	-	-	-	-2 687
Regroupement	-42	-	42	-	-
Différences de conversion	-552	-430	-87	-5 931	-7 000
Amortissements cumulés au 31.12.2010	20 719	2 902	502	72 644	96 767
<b>Valeur nette comptable au 31.12.2010</b>	<b>10 447</b>	<b>7 391</b>	<b>822</b>	<b>57 644</b>	<b>76 303</b>
Valeur nette comptable au 01.01.2009	5 541	11 790	878	68 361	86 570
Valeur d'acquisition au 01.01.2009	21 846	11 920	1 322	98 180	133 268
Modification du périmètre de consolidation	2 359	348	96	45 061	47 864
Investissements	3 195	-	89	-	3 284
Désinvestissements	-1 182	-	-9	-	-1 191
Regroupement	569	-	-	-	569
Différences de conversion	-11	-40	-5	-240	-297
Valeur d'acquisition au 31.12.2009	26 776	12 228	1 492	143 000	183 497
Amortissements cumulés au 01.01.2009	16 305	130	444	29 819	46 698
Modification du périmètre de consolidation	1 885	348	52	1 527	3 813
Amortissements courants *	3 572	1 509	32	14 773	19 886
Amortissements exceptionnels	-	-	-	-	-
Amortissements cumulés/désinvestissements	-1 114	-	-7	-	-1 121
Regroupement	-	-	-	-	-
Différences de conversion	-20	-25	-3	-250	-297
Amortissements cumulés au 31.12.2009	20 628	1 962	519	45 870	68 979
Valeur nette comptable au 31.12.2009	6 148	10 266	973	97 130	114 518

\* La valeur nette entre l'amortissement du goodwill et le produit exceptionnel résultant d'un goodwill négatif a été inscrite au compte de résultat.

## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Terrains construits	Bâtiments administratifs et de production	Transfor- mations dans bâtiments loués	Bâtiments en construction	Total
<b>14. Terrains et bâtiments</b>					
<b>Valeur nette comptable au 01.01.2010</b>	<b>50 333</b>	<b>300 227</b>	<b>930</b>	<b>4 376</b>	<b>355 866</b>
Valeur d'acquisition au 01.01.2010	50 428	587 159	2 468	4 376	<b>644 431</b>
Modification du périmètre de consolidation	780	3 595	37	-	<b>4 412</b>
Investissements	-	9 037	-	2 092	<b>11 129</b>
Désinvestissements	-215	-14 901	-	-22	<b>-15 139</b>
Regroupement	-	1 363	-	-2 198	<b>-835</b>
Différences de conversion	-2 644	-32 213	-49	-308	<b>-35 214</b>
Valeur d'acquisition au 31.12.2010	48 348	554 039	2 456	3 940	<b>608 784</b>
Amortissements cumulés au 01.01.2010	95	286 932	1 538	-	<b>288 564</b>
Modification du périmètre de consolidation	-	247	3	-	<b>251</b>
Amortissements courants	-	21 350	175	-	<b>21 525</b>
Amortissements exceptionnels	-	1 010	-	-	<b>1 010</b>
Amortissements cumulés/désinvestissements	-	-15 030	-	-	<b>-15 030</b>
Regroupement	-	-844	-	-	<b>-844</b>
Différences de conversion	-15	-12 248	-40	-	<b>-12 303</b>
Amortissements cumulés au 31.12.2010	80	281 418	1 676	-	<b>283 173</b>
<b>Valeur nette comptable au 31.12.2010</b>	<b>48 268</b>	<b>272 621</b>	<b>781</b>	<b>3 940</b>	<b>325 610</b>
Valeur nette comptable au 01.01.2009	40 048	282 540	1 223	10 512	334 323
Valeur d'acquisition au 01.01.2009	40 199	527 346	2 821	10 512	580 878
Modification du périmètre de consolidation	10 942	52 470	2	21	63 436
Investissements	23	3 213	26	3 708	6 969
Désinvestissements	-70	-752	-374	-127	-1 322
Regroupement	-639	5 646	-	-9 710	-4 703
Différences de conversion	-26	-765	-6	-29	-826
Valeur d'acquisition au 31.12.2009	50 428	587 159	2 468	4 376	644 431
Amortissements cumulés au 01.01.2009	150	244 806	1 598	-	246 554
Modification du périmètre de consolidation	-	17 856	-	-	17 856
Amortissements courants	-55	21 410	276	-	21 631
Amortissements exceptionnels	-	3 489	-	-	3 489
Amortissements cumulés/désinvestissements	-	143	-259	-	-116
Regroupement	-	-	-	-	-
Différences de conversion	-	-772	-77	-	-849
Amortissements cumulés au 31.12.2009	95	286 932	1 538	-	288 564
Valeur nette comptable au 31.12.2009	50 333	300 227	930	4 376	355 866

Les «Terrains et bâtiments» comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 6 741 (année précédente mille CHF 7 172).



## Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Machines et installations mécaniques	Installations	Informatique hardware	Mobilier et véhicules	Acomptes	Total
<b>15. Installations techniques et agencement</b>						
<b>Valeur nette comptable au 01.01.2010</b>	<b>127 565</b>	<b>76 627</b>	<b>6 904</b>	<b>26 376</b>	<b>4 600</b>	<b>242 072</b>
Valeur d'acquisition au 01.01.2010	388 453	175 484	30 495	96 373	4 600	695 405
Modification du périmètre de consolidation	-374	-	38	120	-	-217
Investissements	20 614	10 331	3 039	5 426	11 346	50 756
Désinvestissements	-8 411	-1 973	-2 644	-6 844	-	-19 873
Regroupement	1 933	1 260	273	837	-4 393	-90
Différences de conversion	-25 947	-1 419	-202	-6 736	-718	-35 023
Valeur d'acquisition au 31.12.2010	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Amortissements cumulés au 01.01.2010	260 888	98 857	23 592	69 997	-	453 333
Modification du périmètre de consolidation	-438	-	15	34	-	-390
Amortissements courants	26 677	13 075	3 232	8 529	-	51 513
Amortissements exceptionnels	-	172	-	-	-	172
Amortissements cumulés/désinvestissements	-8 197	-1 972	-2 644	-6 561	-	-19 374
Regroupement	-	844	25	-24	-	844
Différences de conversion	-19 768	-798	-122	-5 334	-	-26 023
Amortissements cumulés au 31.12.2010	259 160	110 178	24 097	66 639	-	460 075
<b>Valeur nette comptable au 31.12.2010</b>	<b>117 108</b>	<b>73 504</b>	<b>6 902</b>	<b>22 536</b>	<b>10 835</b>	<b>230 885</b>
Valeur nette comptable au 01.01.2009	107 950	84 797	6 112	22 967	3 628	225 454
Valeur d'acquisition au 01.01.2009	314 576	179 652	33 798	74 778	3 628	606 433
Modification du périmètre de consolidation	68 445	-8 843	87	12 183	419	72 290
Investissements	26 086	9 503	3 443	7 135	4 657	50 824
Désinvestissements	-15 598	-6 286	-7 047	-7 341	-1 021	-37 294
Regroupement	-4 346	1 513	217	9 837	-3 070	4 150
Différences de conversion	-710	-55	-2	-219	-12	-998
Valeur d'acquisition au 31.12.2009	388 453	175 484	30 495	96 373	4 600	695 405
Amortissements cumulés au 01.01.2009	206 626	94 856	27 686	51 812	-	380 980
Modification du périmètre de consolidation	50 368	-3 954	-18	7 876	-	54 272
Amortissements courants	27 413	13 568	2 972	9 903	-	53 856
Amortissements exceptionnels	-	928	-	-	-	928
Amortissements cumulés/désinvestissements	-15 397	-6 285	-7 044	-7 104	-	-35 830
Regroupement	-7 488	-214	-1	7 702	-	-
Différences de conversion	-634	-42	-5	-192	-	-873
Amortissements cumulés au 31.12.2009	260 888	98 857	23 592	69 997	-	453 333
Valeur nette comptable au 31.12.2009	127 565	76 627	6 904	26 376	4 600	242 072

Les «Installations techniques et agencement» comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 2 599 (année précédente mille CHF 3 540).

## Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2010	Variation	2009
<b>16. Produits nets d'exploitation</b>			
<b>Par groupes de produits</b>			
Viande fraîche	809 552	4.4%	775 373
Charcuterie production propre	364 284	-3.4%	377 083
Charcuterie achetée	80 791	5.3%	76 732
Volaille	334 583	-1.5%	339 617
Viande spéciale (gibier, lapin et autres)	19 588	10.2%	17 771
Seafood	103 809	19.9%	86 551
Convenience	84 085	3.2%	81 478
Ventes divers	11 081	-54.9%	24 565
<b>Groupes de produits en Suisse</b>	<b>1 807 773</b>	1.6%	1 779 170
Charcuterie	742 012	3.0%	720 696
Autres	67 789	-30.7%	97 846
<b>Groupes de produits internationaux</b>	<b>809 801</b>	-1.1%	818 542
<b>Chiffre d'affaires par groupes de produits</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
<b>Par canaux de distribution</b>			
Chiffre d'affaires avec Coop	1 182 242	3.1%	1 146 965
Chiffre d'affaires avec les autres entreprises affiliées	181 536	-2.4%	185 916
Chiffre d'affaires avec d'autres acheteurs en gros	434 960	0.9%	430 897
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	9 035	-41.3%	15 392
<b>Canaux de distribution en Suisse</b>	<b>1 807 773</b>	1.6%	1 779 170
Chiffre d'affaires avec acheteurs en gros	742 012	3.0%	720 696
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	67 789	-30.7%	97 846
<b>Canaux de distribution internationaux</b>	<b>809 801</b>	-1.1%	818 542
<b>Chiffre d'affaires par canaux de distribution</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
<b>Répartition géographique du chiffre d'affaires *</b>			
Suisse	1 807 773		1 779 170
Allemagne	449 771		489 458
France	100 209		130 131
Autres pays de l'Europe Occidentale	110 903		20 272
Europe de l'Est	148 917		178 681
<b>Chiffre d'affaires par pays</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
* Structure du chiffre d'affaires par lieu de production			
Autres produits avec Coop	1 712	-11.9%	1 943
Autres produits avec des entreprises affiliées	124	-3.2%	128
Autres produits avec des tiers	38 672	44.4%	26 780
<b>Autres produits d'exploitation en Suisse</b>	<b>40 508</b>	40.4%	28 851
<b>Autres produits avec des tiers internationaux</b>	<b>10 847</b>		3 474
<b>Autres produits d'exploitation</b>	<b>51 355</b>	58.9%	32 325
Diminution de produits avec Coop	31 101	25.0%	24 888
Autres diminutions de produits	9 079	12.9%	8 043
<b>Diminution de produits en Suisse</b>	<b>40 180</b>	22.0%	32 931
<b>Autres diminutions de produits internationales</b>	<b>44 472</b>		49 228
<b>Diminution de produits</b>	<b>84 652</b>	3.0%	82 159

Un contrat de dix ans avec Coop (avec obligation de fournir et d'acheter) a pris effet au 1er janvier 2001. Ce dernier a été prorogé de cinq ans en 2010. La fourniture des produits a été réalisée aux conditions du marché, en prenant en compte le volume d'achat de Coop. Les diminutions de produits comprennent des rabais sur les chiffre d'affaires et tonnage qui ont été fixés au préalable sur la base annuelle du business plan.

# Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2010	Variation	2009
<b>17. Charges de personnel</b>			
Salaires et traitements	270 963	-5.2%	285 959
Prestations sociales	64 219	17.6%	54 609
Autres charges de personnel	15 470	-8.0%	16 815
Salaires étrangers	55 019	0.3%	54 831
<b>Charges de personnel</b>	<b>405 671</b>	-1.6%	412 215

Les prestations de la CPV/CAP caisse de pension Coop et les autres institutions de prévoyance figurent dans les prestations sociales à hauteur de 19 333 mille CHF (21 120 mille CHF l'année précédente)

Rétributions versées aux conseil d'administration et membres de la direction générale du groupe	Portefeuille d'actions au 31.12. nombre		Rémunération en espèces fixe	Actions souscrites nombre mille CHF		Total mille CHF
<b>Conseil d'administration</b>						
Hansueli Loosli, Président *	2010	17	90	4	7	97
	2009	3	62	3	5	67
Hans Peter Schwarz, Vice-Président *	2010	104	70	4	7	77
	2009	90	71	4	6	77
Jörg Ackermann, Membre *	2010	55	60	4	7	67
	2009	44	62	4	6	68
Irene Kaufmann-Brändli, Membre *	2010	17	60	4	7	67
	2009	3	42	3	5	47
Werner Marti, Membre	2010	8	60	4	7	67
	2009	4	42	4	6	48
Joachim Zentes, Membre	2010	92	60	4	7	67
	2009	88	66	1	1	67
2 membres sortants au 04/2009	2009	-	27	2	3	30
<b>Conseil d'administration</b>	<b>2010</b>	<b>293</b>	<b>400</b>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>441</b>
	2009	232	372	21	32	404

\* Les rémunérations en espèces sont directement versées à la Coop.

		Rémunération en espèces fixe variable		Actions souscrites nombre mille CHF		Avantages en nature et cotisations de prévoyance professionnelle	Total mille CHF
<b>Direction générale du groupe *</b>							
Adolphe R. Fritschi, Directeur général du groupe; démission 30.11.2010 **	2010	584	49	32	46	426	1 106
	2009	521	52	36	46	176	795
Martin Gysin, Directeur général adjoint; Directeur Finances/Services	2010	393	46	31	46	48	533
	2009	391	39	30	40	110	579
Thorid Klantschitsch, Directrice Bell Suisse	2010	354	37	27	41	81	512
	2009	81	7	4	5	6	100
Autres membres; total	2009	1 134	115	75	94	301	1 644

\* Direction générale du groupe à partir de 2010, avant direction Bell Suisse \*\* y.c. indemnité de départ

	2010	2009
<b>Portefeuille d'actions au 31.12. (nombre)</b>		
Adolphe R. Fritschi	202	154
Martin Gysin	133	93
Thorid Klantschitsch	9	4
Personnel	2 126	2 456

## Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF

### Prévoyance du personnel

		Excédent/ insuffisance de couverture	Avantages économiques/ Obligation	Variation par rapport à l'année précédente	Cotisation de l'employeur	Charges de prévoyance
<b>Impact économique</b>						
Fondation de prévoyance patronale	2010	5 120	5 120	-917	-	-917
	2009	6 037	6 037	312	-	312
CPV/CAP Caisse de pension Coop *	2010	-	-	-	19 333	19 333
	2009	-	-	-	21 120	21 120
<b>Total</b>	<b>2010</b>	<b>5 120</b>	<b>5 120</b>	<b>-917</b>	<b>19 333</b>	<b>18 416</b>
	2009	6 037	6 037	312	21 120	21 432

\* Le degré de couverture est de 100,1 % au 31.12.2010

	2010	Variation	2009
<b>18. Loyers</b>			
Location d'immeubles	11 484	16.1%	9 895
Location de machines et de mobiliers	8 753	-14.9%	10 280
Stockage externe	4 370	-24.8%	5 810
<b>Loyers</b>	<b>24 607</b>	-5.3%	25 985

### 19. Energie et matériaux d'exploitation

Electricité	23 298	-6.8%	24 998
Eau	5 331	-4.8%	5 601
Carburants	1 805	-8.8%	1 979
Autres énergies	6 099	1.0%	6 037
Matériaux d'exploitation et auxiliaires	12 742	8.0%	11 802
<b>Energie et matériaux d'exploitation</b>	<b>49 275</b>	-2.3%	50 416

### 20. Autres charges d'exploitation

Frais de gestion	17 396	5.7%	16 461
Assurances choses et taxes	8 642	27.7%	6 769
Impôts sur le capital et autres impôts	1 976	-33.0%	2 948
Autres charges d'exploitation	7 087	-23.0%	9 207
<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>35 101</b>	-0.8%	35 385

Compris dans les charges d'exploitation:

### 21. Charges sociétés affiliées

Location d'immeubles	4 497	-1.1%	4 549
Location de machines et de mobiliers	5 354	-13.4%	6 182
Réparation et entretien	861	59.4%	540
Energie et matériaux d'exploitation	2 319	3.3%	2 246
Publicité	4 272	26.1%	3 388
Autres charges d'exploitation	767	-28.5%	1 072
<b>Charges sociétés affiliées</b>	<b>18 070</b>	0.5%	17 977

## Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2010	2009
<b>22. Compte financier</b>		
Intérêts sur les dépôts à terme et autres intérêts	634	954
Intérêts d'entreprises affiliées	341	443
Bénéfices sur transactions de devises étrangères	7 964	4 071
Bénéfices sur titres réalisés et non réalisés	1 207	2 293
Produits des participations	912	2 213
<b>Produits financiers</b>	<b>11 058</b>	<b>9 974</b>
Intérêts d'entreprises affiliées	314	300
Autres intérêts sur le capital	10 186	11 417
Frais de banque et commissions	915	860
Pertes liées à la cession de participation	-	4 028
Pertes sur transactions de devises étrangères	1 602	3 345
Pertes réalisées et latentes sur titres	127	1 045
<b>Charges financières</b>	<b>13 144</b>	<b>20 995</b>
<b>Compte financier</b>	<b>-2 086</b>	<b>-11 021</b>
Coûts moyens des fonds de tiers productifs d'intérêts	3.73%	3.68%

Les taux des intérêts sur avances fixes et hypothèques varient entre 1,32% et 1,43% pour ceux en Francs Suisses et entre 1,82% et 4,94% pour ceux en devises (EUR).



## Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2010	Variation	2009
<b>23. Impôts</b>			
Impôts payés et variation des impôts dus	27 876		27 529
Variation des impôts latents affectant le compte de résultat	5 207		304
<b>Impôts</b>	<b>33 083</b>	18.9%	27 833
Résultat du groupe	66 067		56 192
Charges non déductibles fiscalement	29 706		16 282
Dont charges fiscales	33 083		27 833
Résultat avant impôts	128 856		100 308
Dont impôts sur le revenu au taux d'imposition moyen	29 638		24 575
Influence des différents taux d'imposition et autorités fiscales	-901		2 367
Influence des impôts latents non activés	4 437		-
Impôts indépendants de la période et autres impôts	-92		891
<b>Impôts (selon attestation)</b>	<b>33 083</b>		27 833

## 24. Charges (+) et produits (-) exceptionnels

Charges et produits exceptionnels compris dans les frais d'exploitation:

Coûts marchandises	Prestations d'assurance pour les dommages aux marchandises lors de l'incendie de l'entrepôt chez Frigo	-6 648	
Autres coûts	Dissolution de provisions pour l'assainissement du sol	-1 500	
	Part des prestations d'assurance pour les immobilisations corporelles, liées à l'incendie Frigo	-1 182	
	Revenu spécial provenant du rachat de parts minoritaires	-1 584	
	Adaptation des engagements de prévoyance Bell Allemagne	994	
	Frais de cessation des activités en Russie	822	
Amortissements Immobilisations corp.	Amortissements exceptionnels de l'année précédente		4 417
	Amortissements exceptionnels de l'incendie Frigo	1 182	
Immobilisations incorp.	Revenu spécial de goodwill négatif		-5 387
	Elimination de goodwill résiduel Belgique	421	
	Amortissement exceptionnel goodwill Abraham	17 166	
Charges financières	Charges sur la vente de participations		4 028
Produits financiers	Gains de change sur prêts en euros	-6 643	
Impôts	Adaptation des impôts latents actifs		891
	Part des prestations d'assurance pour les dommages aux marchandises lors de l'incendie Frigo	1 529	

## Données complémentaires

en milliers de CHF	2010	2009
Montant total des cautions, garanties, nantissements en faveur de tiers	18 614	19 889
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	22 750	26 371
Engagements de crédits-bails non comptabilisés	2 966	8 854
pour l'exercice en cours	1 079	4 134
Instruments financiers dérivés sur devises		
Valeur de contrat	-	-
Valeur de remplacement positif	-	-
Instruments financiers dérivés intérêts		
Valeur de contrat	140 628	181 230
Valeur de remplacement négatif	4 357	1 385
Autres instruments financiers dérivés (titres de participation)	1 875	8 168
Valeur de l'assurance incendies bâtiments	711 521	771 386
Valeur de l'assurance incendies agencement	605 211	663 660
Charges pour les engagements de prévoyance	19 333	22 667
Obligations résultant de contrats de tiers	25 025	31 151
pour l'exercice en cours	1 876	7 641
pour l'exercice suivant	3 946	6 473
pour les exercices à venir	19 212	17 037
Obligations résultant de montants dus à des entreprises affiliées	6 742	11 240
pour l'exercice en cours	1 349	4 497
pour l'exercice suivant	1 349	1 349
pour les exercices à venir	4 044	5 394
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	1 000	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	500	-

Principaux actionnaires	Coop Société Coopérative, Bâle; 66,29 % Sarasin Investmentfonds AG, Bâle; 4,09 % Pas d'autres actionnaires avec plus de 3% des actions
Actions donnant droit au dividende	Toutes
Règles de vote	Tous les actionnaires inscrits disposent du droit de vote. Chaque action est dotée de droit de vote.

### Informations relatives à l'évaluation des risques

Le groupe Bell dispose d'une gestion des risques standardisée. La situation en matière de risques est soumise tous les trois ans à une nouvelle évaluation. Suite à la nouvelle structure du groupe, nous avons réalisé une réévaluation complète en 2009, qui a notamment consisté à identifier, analyser et évaluer les risques majeurs et à définir des mesures.

Chaque année, la direction examine le niveau de réalisation des mesures et l'actualisation de l'évaluation des risques. Le conseil d'administration en a été informé à l'occasion de sa séance du 25 octobre 2010. D'autres informations sur la gestion des risques sont décrites dans le chapitre Corporate Governance (page 71).

Une appréciation des risques opérationnels et des risques en lien avec le rapport financier et le respect des directives, a lieu dans le cadre de l'évaluation annuelle institutionnalisée de la qualité du système de contrôle interne au niveau des processus commerciaux. Les nouvelles filiales de Bell disposent de leur propre système de contrôle interne, celui-ci étant en cours d'harmonisation.

# Rapport de l'organe de révision sur les comptes consolidés

## Rapport de l'organe de révision à l'assemblée générale de Bell Holding SA, Bâle

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié les comptes consolidés de Bell Holding SA, comprenant le bilan, le compte de résultat, le tableau des capitaux propres, le tableau de financement et l'annexe (pages 44 à 62) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2010.

### Responsabilité du conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes consolidés conformément aux Swiss GAAP RPC et aux dispositions légales incombe au conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés, afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs. En outre, le conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées ainsi que des estimations comptables adéquates.

### Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à émettre une opinion sur les comptes consolidés. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes consolidés ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures de vérification en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les autres informations contenues dans les comptes consolidés. Le choix des procédures de vérification relève du jugement de l'auditeur. Ceci inclut l'évaluation des risques que les comptes consolidés puissent contenir des anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne, pour autant que celui-ci soit déterminant pour l'établissement des comptes consolidés, afin de définir les procédures de vérification adaptées aux circonstances et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. En outre, l'audit comprend une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes consolidés dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

### Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes consolidés pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2010 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats conformément aux Swiss GAAP RPC et sont conformes à la loi suisse.

### Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 728 CO et art. 11 LSR) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 728a al. 1 chiffre 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes consolidés défini selon les prescriptions du conseil d'administration.

Nous recommandons d'approuver les comptes consolidés qui vous sont soumis.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr Rodolfo Gerber  
Expert-réviseur  
Réviseur responsable

Ralph Maiocchi  
Expert-réviseur

Bâle, le 15 février 2011

## Aperçu sur plusieurs années

en milliers de CHF	2010	2009	2008	2007	2006
Entreprises affiliées	1 363 778	1 332 881	1 292 236	1 162 587	1 074 083
Autres acheteurs en gros	1 176 972	1 151 593	586 867	439 462	384 940
Consommateurs	76 824	113 238	53 696	27 869	24 266
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 617 574</b>	2 597 712	1 932 799	1 629 918	1 483 289
<b>Produits nets d'exploitation</b>	<b>2 584 277</b>	2 547 877	1 939 635	1 636 472	1 496 290
<b>Données financières</b>					
Résultat brut d'exploitation	<b>863 923</b>	858 515	610 241	528 089	485 442
Charges de personnel	<b>405 671</b>	412 215	307 445	259 653	245 811
Amortissements sur les immob. corporelles	<b>74 220</b>	79 903	55 689	57 395	54 767
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)	<b>101 236</b>	95 047	78 932	72 954	58 364
Bénéfice annuel (avant parts de tiers)	<b>66 067</b>	56 192	58 198	56 669	44 185
<b>Cash-flow</b>	<b>180 193</b>	151 628	120 821	116 692	106 684
Résultat financier	<b>-2 086</b>	-11 021	-2 867	1 363	-1 841
Actifs circulants	495 436	537 731	363 010	308 478	237 585
Immobilisations	671 950	769 557	774 824	480 186	505 537
Actifs	<b>1 167 386</b>	1 307 288	1 137 834	788 664	743 122
Capitaux empruntés	<b>228 462</b>	383 795	299 073	69 523	108 622
Fonds propres	<b>590 456</b>	594 779	538 709	522 981	478 703
<b>Marges</b>					
Marges brutes en % du produit net	<b>33.4%</b>	33.7%	31.5%	32.3%	32.4%
Cash-flow en % du produit net	<b>7.0%</b>	6.0%	6.2%	7.1%	7.1%
EBIT en % du produit net	<b>3.9%</b>	3.7%	4.1%	4.5%	3.9%
Bénéfice d'exploitation en % du produit net	<b>2.6%</b>	2.2%	3.0%	3.5%	3.0%
Résultat financier en % des dettes productives d'intérêts	<b>0.9%</b>	2.9%	1.0%	-2.0%	1.7%
<b>Fonds propres en % du capital</b>	<b>50.6%</b>	45.5%	47.3%	66.3%	64.4%
<b>Rendement fonds propres (ROE) *</b>	<b>11.1%</b>	10.7%	11.1%	11.8%	9.9%
<b>Effectif du personnel au 31.12.</b>					
Nombre de personnes	<b>6 488</b>	6 561	6 810	3 341	3 234
<b>Effectif moyen du personnel</b>					
converti en unités à plein temps	<b>6 179</b>	6 497	3 794	3 249	3 088

\* Bénéfice/fonds propres au début de l'exercice

## Informations sur les actions

		2010	2009	2008	2007	2006
<b>Chiffres clés sur les titres</b>						
Cours de l'action au 31.12.	CHF	1 766	1 551	1 300	1 925	1 410
Plus haut cours de l'exercice	CHF	1 875	1 750	1 950	2 250	1 450
Plus bas cours de l'exercice	CHF	1 480	1 267	1 101	1 410	975
Ø volume échangé	Nombre	75	65	117	129	173
<b>Capitalisation boursière</b>						
Valeur au 31.12.	en mio. de CHF	706	620	520	770	564
Plus haute valeur	en mio. de CHF	750	700	780	900	580
Plus basse valeur	en mio. de CHF	592	507	440	564	390
Fonds propres par action	CHF	1 461	1 466	1 357	1 302	1 193
Bénéfice net par action	CHF	163	141	151	142	110
Cash-flow par action	CHF	457	386	308	293	268
EBIT par action	CHF	257	242	202	183	147
Rentabilité de l'action *		9.3%	9.1%	11.6%	7.4%	7.8%
Dividende par action	CHF	50	40	40	40	33
Ratio de distribution		30.6%	28.3%	26.5%	28.2%	29.9%
Rend. sous forme de dividende **		2.8%	2.6%	3.1%	2.1%	2.3%

\* Bénéfice par action / cours de clôture annuel

\*\* Répartition par action / cours de clôture annuel

### Structure du capital au 31.12.

Capital-actions	en mill. de CHF	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Réparti en nombre d'actions enregistrées	Nombre	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Valeur nominale par action enregistrée	CHF	5	5	5	5	5

### Changements dans le capital

Actions propres détenues par la société	Nombre	7 998	6 938	8 335	1 812	2 370
Actions enregistrées dans le registre des actions	Nombre	369 794	366 309	365 558	364 294	363 329
Actionnaires enregistrés	Nombre	3 659	3 606	3 197	3 153	2 989

No de valeur 441 041  
 ISIN CH0004410418  
 Symboles Telekurs: BELN  
 Reuters: BELZn  
 Négoce SIX Swiss Exchange  
 Cours actuels [www.bell.ch](http://www.bell.ch)



## Participations importantes

Société	Domicile	Champ d'activité	Méthode de consolidation		Capital social	Part du capital du groupe
Bell SA	Bâle	Viande fraîche, charcuterie volaille, convenience, seafood	■	CHF	20 000 000	100.0%
Frigo St. Johann AG	Bâle	Logistique, exploitation de frigos	■	CHF	2 000 000	100.0%
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Bâle	Abattoir	✱	CHF	250 000	48.0%
Centravo AG *	Zurich	Transformation produits dérivés	✱	CHF	2 400 000	29.8%
GVFI International AG	Bâle	Commerce de viande	●	CHF	3 000 000	17.7%
Pensionsstiftung der Bell AG (en liquidation)	Bâle	Fondation	▲		-	-
Bell France SAS	Teilhède / FR	Subholding	■	EUR	20 000 000	100.0%
Salaison Polette & Cie SAS	Teilhède / FR	Production de saucissons secs	■	EUR	2 600 000	100.0%
Saloir de Mirabel SARL	Riom / FR	Production de jambons crus	■	EUR	152 000	100.0%
Val de Lyon SAS	Saint-Symphorien/Coise / FR	Production de saucissons secs	■	EUR	825 000	100.0%
Saloir de Virieu SAS	Virieu-Le-Grand / FR	Production de jambons crus	■	EUR	1 200 000	100.0%
Maison de Savoie SAS	Aime / FR	Production de saucissons secs	■	EUR	1 560 000	100.0%
St-André SAS	St André-sur-Vieux-Jonc / FR	Production de saucissons secs	■	EUR	1 096 000	100.0%
Bell Deutschland GmbH	Bochum / DE	Subholding	■	EUR	25 000	100.0%
FreshCo. Wurstwarenvertriebs GmbH	Bochum / DE	Commerce de viande	□	EUR	38 400	100.0%
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	Bochum / DE	Viande fraîche et charcuterie	■	EUR	28 097 970	100.0%
Feine Kost Böttcher GmbH & Co. KG	Bochum / DE	Management	■	EUR	2 862 603	100.0%
ZIMBO International GmbH	Bochum / DE	Commerce de viande	■	EUR	1 840 700	100.0%
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	Niepolomice / PL	Commerce de viande	■	PLN	500 000	100.0%
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	Perbal / HU	Viande fraîche et charcuterie	■	HUF	375 000 000	99.5%
Marco Polo N.V.	Zellik / BE	Subholding	■	EUR	4 258 000	99.9%
The Fresh Connection N.V.	Zellik / BE	Commerce de viande	■	EUR	620 000	99.9%
Coldlog N.V.	Zellik / BE	Entrepôt	■	EUR	62 000	99.9%
The Fresh Connection Nederland B.V.	Dr Houten / NL	Commerce de viande	■	EUR	18 000	76.0%
Interfresh Food Retail Easteurope GmbH	Bochum / DE	Commerce de viande	■	EUR	100 000	100.0%
ZIMBO Czechia s.r.o.	Prague-Holesovice / CZ	Commerce de détail	■	CZK	10 000 000	70.0%
Abraham GmbH	Seevetal / DE	Subholding	■	EUR	103 900	75.0%
Abraham Schinken GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Management	■	EUR	400 000	100.0%
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Production de jambons crus	■	EUR	1 750 000	100.0%
Abraham Benelux SA	Libramont-Chevigny / BE	Production de jambons crus	■	EUR	250 000	100.0%
Abraham Polska Sp. z o.o.	Varsovie / PL	Commerce de gros	■	PLN	100 000	100.0%
Sanchez Alcaraz S.L.	Casarrubios de Monte / ES	Production de jambons crus	■	EUR	648 587	100.0%
Abraham France SARL	Bussy Saint-Georges / FR	Commerce de gros	■	EUR	40'000	100.0%

■ Entièrement intégrée dans la consolidation (gestion uniforme)

□ Entièrement intégrée dans la consolidation, mi-2010

✱ Intégration avec la part effective des capitaux et bénéfices

● Valeur d'acquisition

▲ Intégration selon Swiss GAAP FER 16

\* La part du capital se rapporte à la quote-part des actions en circulation.

## Corporate Governance

# UNE GESTION D'ENTREPRISE RESPONSABLE

Bell Holding SA se réfère aux lignes générales de conduite du «Swiss Code of Best Practice» d'économiesuisse et applique les principes de la Directive concernant les informations relatives au gouvernement d'entreprise (Directive Corporate Governance, DCG) de la Bourse suisse SWX. Les disciplines et règles de Bell Holding SA dans ce domaine sont ancrées dans la loi, dans les statuts de la société ainsi que dans les règlements commercial et d'organisation. Les statuts, ainsi que les règlements organisationnels et commerciaux sont régulièrement vérifiés par le conseil d'administration et adaptés aux exigences.

Les statuts de Bell Holding SA peuvent également être consultés sur son site Internet, rubrique [www.bell.ch/statuts](http://www.bell.ch/statuts). Un extrait du règlement est à disposition sur [www.bell.ch/organisation-fr](http://www.bell.ch/organisation-fr).

### Structure du groupe

**Structure du groupe** Le groupe Bell ne détient pas de participations dans des sociétés cotées et il n'existe aucune participation croisée. Le récapitulatif des participations est présenté à la page 66.

### Structure du capital et droits des actionnaires

**Principaux actionnaires** Voir page 62.

**Structure du capital** La société n'a pas de prêts convertibles, d'options ou de bons de jouissance en cours. Le capital-actions de la société est entièrement libéré et s'élève à CHF 2 000 000. Il existe 400 000 actions nominatives d'une valeur nominale de respectivement CHF 5. Les actions nominatives peuvent être converties en actions au porteur par modification des statuts.

### Augmentation du capital approuvée (art. 3a des statuts)

Le conseil d'administration est en droit d'augmenter le capital-actions, jusqu'au 14 avril 2012, en une ou plusieurs étapes, par émission d'au maximum 100 000 actions nominatives entièrement libérées d'une valeur nominale de respectivement CHF 5, jusqu'à un montant de CHF 500 000. Le conseil d'administration détermine le montant respectif de l'émission, la date du droit aux dividendes, ainsi que la nature des apports.

Après acquisition, les nouvelles actions nominatives sont assujetties aux restrictions de transmission conformément à l'article 5 des statuts.

Par principe, l'augmentation du capital a lieu dans le respect des

droits de souscription des actionnaires à la date de la prise de décision, sachant que le conseil d'administration est en droit de traiter l'augmentation du capital également sous forme d'une reprise ferme par une banque ou un groupe bancaire et de respecter alors indirectement les droits de souscription des actionnaires. Les droits de souscription non exercés reviennent à la société qui les place dans le public aux conditions du marché. En cas d'affectation d'actions au rachat d'entreprises, de parties d'entreprises ou de participations, le conseil d'administration est habilité à exclure le droit de souscription des actionnaires.

### Augmentation conditionnelle du capital (art. 3b des statuts)

Le capital-actions de la société est augmenté à hauteur du montant maximum de CHF 1 000 000 par émission d'actions nominatives entièrement libérées à leur valeur nominale (conformément à l'article 3 des statuts), dont

- jusqu'à un montant de CHF 750 000 par exercice de droits d'option et de conversion que la société lie à de futures obligations d'emprunt ou similaires;
- jusqu'à un montant de CHF 100 000 par exercice de droits d'option accordés aux actionnaires;
- jusqu'à un montant de CHF 150 000 par exercice de droits d'option de collaborateurs de la société ou des sociétés du groupe qui ont droit – conformément à un plan à adopter par le conseil d'administration – à de nouvelles actions à un prix de souscription fixé par le conseil d'administration.

Le droit de souscription des actionnaires est exclu. L'acquisition des actions nominatives par exercice de droits d'option ou de conversion et la transmission ultérieure des actions nominatives sont assujetties aux restrictions de transmission conformément à l'article 5 des statuts.

suite page 70

# Corporate Governance

## Membres du conseil d'administration



**Hansueli Loosli**, 1955, Suisse  
Diplôme fédéral d'expert-comptable et de contrôleur de gestion  
Président de la direction générale de Coop Société Coopérative; depuis 2001

### Mandats de conseil d'administration

- transGourmet Holding S.E., Cologne (Allemagne); président
- Coopernic SCRL, Bruxelles (Belgique); président
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau; président
- Coop Mineraloel AG, Allschwil; président
- Palink UAB, Wilna (Lituanie)
- Palink SIA, Riga (Lettonie)
- Swisscom (Suisse) SA, Berne
- Autres mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

### Parcours professionnel

- Coop Société Coopérative, Bâle; président de la direction générale de Coop et responsable de la direction Retail; 2001 - 2009
- Coop Suisse, Bâle; président de la direction générale de Coop et de la direction du groupe Coop; 1997 - 2000
- Coop Zurich; directeur général; 1992 - 1997
- Coop Suisse, Wangen; directeur Achats non alimentaire; 1992 - 1996
- Waro AG, Volketswil; dernière fonction: directeur général; 1985 - 1992
- Mövenpick Produktions AG, Adliswil; contrôleur, directeur adjoint; 1982 - 1985
- BBC AG, Baden; responsable du service fiduciaire; 1979 - 1982
- Intertest AG, Baden; assistant de révision; 1978 - 1979
- Huba-Control AG; Würenlos; comptable principal; 1974 - 1978



**Hans Peter Schwarz**, 1950, Suisse  
Diplôme fédéral d'expert-comptable et de contrôleur de gestion  
Membre de la direction générale de Coop Société Coopérative et responsable de la direction Finances/Services (CFO); depuis 2001

### Mandats de conseil d'administration

- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Banque Coop SA, Bâle
- transGourmet Holding S.E., Cologne (Allemagne) et ses filiales
- CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle
- Coop Vitality AG, Berne
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Service 7000 AG, Netstal
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen
- The Body Shop Switzerland AG, Uster
- Banque Raiffeisen Ettingen, Ettingen
- Autres mandats d'administrateur dans des filiales de Coop

### Parcours professionnel

- Coop Suisse, Bâle, responsable de la division Finances et comptabilité centrales, membre de la direction générale; 1998 - 2001
- Coop Suisse, Bâle, responsable de la division Finances et comptabilité centrales, membre de la direction; 1991 - 1997
- Aluminium AG, Münchenstein, directeur commercial; 1982 - 1990
- Coop Basel ACV, Bâle, directeur commercial grande boucherie; 1978 - 1982
- Coop Basel ACV, Bâle, controller; 1975 - 1978
- Mercedes-Benz AG, Schlieren, comptable; 1970 - 1974
- Entreprise Saner-Hüssy, Olten, employé spécialisé; 1969 - 1970



**Jörg Ackermann**, 1958, Suisse  
Economiste d'entreprise ESCEA  
Mandats de PDG de Coop Société Coopérative; depuis 2008

### Mandats de conseil d'administration

- transGourmet Holding S.E., Cologne (Allemagne)
- HiCoPain AG, Dagmersellen
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau
- Parrainage Coop pour les régions de montagne, Bâle
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Association GS1 Suisse, Berne

### Parcours professionnel

- Vice-président de la direction générale de Coop, responsable de la direction Logistique/Informatique/Production, Bâle; 2004 - 2008
- membre de la direction générale de Coop, responsable de la direction Informatique/Production, Bâle; 2001 - 2003
- Membre de la direction générale de Coop, responsable de la direction Informatique/Production, Bâle; 1998 - 2001
- Responsable du développement d'entreprise de Coop Suisse, Bâle; 1997
- Fonctions dirigeantes chez Coop Winterthour:
  - directeur adjoint; 1995 - 1996
  - responsable du secteur Marketing, membre de la direction générale; 1992 - 1994
  - responsable du secteur Marketing produits et logistique, membre de la direction générale; 1989 - 1991
  - assistant du responsable du secteur Marketing clients; 1984 - 1988



**Irene Kaufmann-Brändli**, 1955, Suisse  
Doctorat en économie publique  
Présidente du conseil d'administration de Coop  
Société Coopérative; depuis 2009

#### Mandats de conseil d'administration

- Coop Immobilien AG, Berne; présidente
- Banque Coop SA, Bâle
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- transGourmet Holding S.E., Cologne (Allemagne)
- Membre du conseil de fondation ETH Zürich Foundation, Zurich
- Membre du conseil de fondation Juventus-Schulen Zurich, Zurich

#### Parcours professionnel

- Vice-présidente du conseil d'administration de Coop; 2000 - 2009
- Mandats de révision et conseil auprès de sociétés du secteur privé pour le compte de Dr. Nabholz Treuhand AG, Zurich; 1980 - 2002
- Direction de projets de consultation auprès d'administrations publiques et d'entreprises, principalement dans les domaines des finances et de l'organisation; depuis 1985
- Nabholz Beratung, Zurich depuis 1980; fonction dirigeante depuis 1985



**Werner Marti**, 1957, Suisse  
Avocat  
Cabinet d'avocats; depuis 1988

#### Mandats de conseil d'administration

- Alp Transit Gotthard AG, Lucerne
- Billag SA, Fribourg; président
- Service 7000 AG, Netstal
- Autres mandats d'administrateur dans différentes PME

#### Parcours professionnel

- Surveillant des prix; 1996 - 2004
- Conseiller national du canton de Glaris; 1991 - 2008  
A ce titre, membre de la commission des finances (président 2004/2005), de la commission de la communication, des transports et des télécommunications, ainsi que de diverses commissions ad hoc
- Conseil d'Etat du canton de Glaris, responsable de la direction de l'Intérieur (direction de l'économie publique); 1990 - 1998
- Conseiller municipal de la commune de Sool et sous-préfet du canton de Glaris; 1986 - 1990
- Propre cabinet d'avocats à Glaris; depuis 1988
- Collaborateur/partenaire dans un cabinet d'avocats; 1983 - 1987



**Joachim Zentes**, 1947, Allemand  
Professeur d'économie d'entreprise  
Directeur de l'Institut de commerce et de marketing international (H.I.M.A.) et de l'Institut d'Europe, section sciences économiques, Université de Sarre; depuis 1991

#### Mandats de conseil d'administration

- Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH, Hanau (Allemagne), président du conseil de surveillance

#### Parcours professionnel

- Titulaire d'une chaire d'économie d'entreprise, en particulier pour le marketing, à l'université d'Essen (Allemagne); 1982 - 1991
- Titulaire d'une chaire d'économie d'entreprise, en particulier pour la production et la vente à l'université Johann Wolfgang Goethe, Francfort-sur-le-Main (Allemagne); 1980 - 1981
- Nomination à la chaire d'économie d'entreprise de l'université de Bâle; 1993
- Nomination à la chaire de marketing de l'université de Fribourg; 1988
- Professeur invité aux universités de Metz et à l'E.M. Lyon (France), aux universités de Regensburg (Allemagne), Fribourg et Bâle (Suisse), Varsovie (Pologne), Santiago (Chili)

Concernant les emprunts à option et convertibles, le droit de souscription prioritaire des actionnaires peut être restreint ou exclu par décision du conseil d'administration en vue du financement de l'acquisition d'entreprises, de parties d'entreprises ou de participations ou de nouveaux projets d'investissement de la société, ou de l'émission d'emprunts à option ou convertibles sur des marchés internationaux des capitaux.

Dans la mesure où le droit de souscription prioritaire est exclu, les obligations d'emprunt doivent être placées dans le public aux conditions du marché, le délai d'exercice des droits d'option doit être fixé à cinq ans au maximum et celui des droits de conversion à dix ans au maximum à partir de la date d'émission des emprunts; en outre, le prix des nouvelles actions doit être déterminé au minimum en conformité avec les conditions du marché à la date de l'émission des emprunts.

Des détails complémentaires relatifs à la structure du capital et à l'action sont présentés aux pages 62 et 65.

**Transfert d'actions** Le transfert d'actions nominatives en propriété ou de leur usufruit nécessite l'approbation du conseil d'administration, qui peut déléguer ses pouvoirs en totalité ou en partie (art. 5 des statuts).

**Restrictions des inscriptions** Conformément aux statuts (art. 5), l'inscription d'un actionnaire au registre ne peut être refusée que pour des motifs importants et si un actionnaire détient plus de 5% des voix.

## Conseil d'administration

**Election et durée du mandat** Le conseil d'administration est élu par l'assemblée générale. Les membres du conseil d'administration sont élus individuellement. La nomination des membres du conseil d'administration incombe à son président. Le conseil d'administration se compose d'au moins trois membres, lesquels sont élus par l'assemblée générale pour une période de quatre ans et sont rééligibles. Le mandat prend fin à l'issue de l'assemblée générale ordinaire de l'année considérée.

Les membres du conseil d'administration ayant atteint l'âge de 65 ans révolus quittent cet organe à la prochaine assemblée générale ordinaire.

## Composition du conseil d'administration

au 31.12.2010

	Président du conseil d'administration	Membre du conseil d'administration	Fin du mandat
Hansueli Loosli	depuis 2009	-	2011
Hans Peter Schwarz	-	depuis 2001	2011
Jörg Ackermann	2001-2009	depuis 2000	2011
Irene Kaufmann-Brändli	-	depuis 2009	2011
Werner Marti	-	depuis 2009	2011
Joachim Zentes	-	depuis 1997	2011

**Principes et éléments de rétribution** Les membres du conseil d'administration reçoivent une indemnité appropriée pour leur activité conformément à l'article 23 des statuts.

Honoraires annuels bruts:

Président	CHF 90 000
Vice-président	CHF 70 000
Membres	CHF 60 000

Cas particuliers

Modalités de paiement des honoraires:

- lors du départ d'un membre du conseil d'administration au prorata
- en cas de maladie ou d'accident 100%

Cette indemnité comprend un forfait pour frais professionnels de 10% qui est indiqué séparément. Les charges sociales légales (part du salarié) sont déduites de 90% de l'indemnité.

En plus de l'indemnisation, les membres du conseil d'administration reçoivent des jetons de présence par réunion représentant une demi-action de Bell Holding SA. Les représentants de Coop au conseil d'administration travaillent sur la base d'un mandat. Leurs honoraires sont retransmis au constituant du mandat. Les sommes totales et actions remises sont détaillées à la page 58 du rapport de gestion.

## Organisation interne et réglementation des compétences

Le conseil d'administration de Bell Holding SA détermine les directives stratégiques, donne les instructions qui s'imposent et supervise les activités générales du groupe, alors que la direction est responsable des activités opérationnelles. Le conseil d'administration surveille les plans fondamentaux de l'entreprise, en particulier les planifications annuelles et pluriannuelles, les projets d'investissement ainsi que les objectifs de l'entreprise. Il identifie les opportunités et les risques et initie les mesures requises. Un règlement détaillé d'organisation et d'entreprise fixe les compétences et responsabilités du conseil d'administration et de la direction générale du groupe.



Celui-ci peut en partie être consulté sur le site Internet de Bell, [www.bell.ch/organisation-fr](http://www.bell.ch/organisation-fr).

Outre les responsabilités et compétences intransmissibles, le conseil d'administration se prononce notamment sur les fusions, litiges juridiques et contrats d'une importance particulière, sur les projets d'investissement dépassant CHF 3 millions ainsi que sur l'achat et la vente de sociétés et biens immobiliers. Il décide de l'organisation du groupe et nomme, licencie et supervise les personnes chargées de la direction opérationnelle. Il définit la politique du groupe en matière de rémunération ainsi que dans les domaines social, des investissements et placements et contrôle son application. Par ailleurs, il se prononce sur une représentation au sein de groupes d'intérêt et associations ainsi que sur l'octroi de prêts de plus de CHF 100 000 à des tiers et les cautions en général.

Au sein du groupe Bell, les recommandations figurant dans les directives en ce qui concerne la fonction et les tâches des différents organes sont assumées par le conseil d'administration in corpore. Ce principe se justifie tant du point de vue de la transparence qu'en ce qui concerne les rapports spécifiques de Bell en tant qu'organisation maîtrisable.

Le conseil d'administration dans son ensemble se réunit en règle générale sept fois par an, la durée de chaque réunion variant normalement entre quatre et six heures. En outre, une à deux réunions exceptionnelles consacrées à des activités stratégiques et opérations de grande envergure ont lieu chaque année. Les membres de la direction générale du groupe Bell assistent aux réunions. Lorsque la situation l'exige, la participation de consultants externes est sollicitée (ce ne fut pas le cas en 2010).

En 2010, le conseil d'administration a tenu huit réunions ordinaires. Outre les affaires ordinaires, le conseil d'administration a traité les thèmes et projets suivants sous forme approfondie:

- actualisation de la stratégie d'internationalisation dans le but de renforcer la position actuelle sur le marché
- élaboration et remaniement des stratégies des secteurs d'activité du groupe
- plan directeur pour les sites de Cheseaux et Zell
- option sur un terrain situé à Niederbipp
- reprise du site de l'abattoir de Bâle avec bâtiment et infrastructure
- participation Hilcona
- incendie Frigo St. Johann
- reprise de la production «Du darfst» sous licence d'Unilever
- réglementation de la succession du président de la direction générale du groupe

Pour des informations plus détaillées sur ces thèmes et projets, veuillez consulter la partie rapport du rapport de gestion.

## Instruments d'information et de contrôle

La direction générale du groupe informe régulièrement le conseil d'administration de la marche des affaires. Le président du conseil d'administration entretient des contacts réguliers avec la direction générale du groupe, dont il rencontre généralement les membres une fois par mois en réunion de travail.

Tous les deux mois, la direction générale du groupe rédige un rapport de gestion de la direction (MIS) ainsi qu'un rapport sur le résultat global et par division, le bilan et de nombreuses statistiques et chiffres clés. Les informations financières constituent toujours un élément central des réunions du conseil d'administration. Tout écart fait l'objet d'une discussion, suivie de mesures si nécessaire.

**Système de contrôle interne** Sur la base du COSO-Framework reconnu à l'échelle internationale, Bell met en œuvre un système de contrôle interne (SCI) qui fait partie intégrante de l'assurance de la qualité (AQ). L'attention se porte principalement sur la sécurité financière des processus, du fait que des thèmes tels que la sécurité des produits, l'assurance qualité et la traçabilité sont déjà pris en compte à travers divers standards (ISO 9001, IFS, etc.). En plus de la protection de l'entreprise face à des actes délictueux ou négligents, la sauvegarde de son patrimoine constitue un enjeu prioritaire dans le cadre des processus de travail. Le SCI a été encore perfectionné en 2009 et sera constamment élargi et mis à jour également durant l'année à venir. Le SCI de Bell vise une amélioration constante des activités de l'entreprise et a pour but d'assurer les processus et instruments nécessaires à la détection et gestion des risques.

**Révision interne** Parallèlement au service de révision statutaire, la Révision Interne contrôle par ordre du conseil d'administration, en tant qu'instance indépendante, le respect des directives et règlements, l'adéquation des instruments d'audit et l'organisation de la structure et des processus, ainsi que l'efficacité du système de contrôle interne. Elle accompagne par des contrôles et des conseils la mise en place ou le remaniement de processus d'exploitation existants et soutient la direction générale dans l'atteinte de ses objectifs en mettant en évidence des propositions d'amélioration des processus d'exploitation. Dans ce contexte, la Révision Interne suit un principe de contrôle orienté vers le risque.

Les constatations sont documentées et communiquées au président du conseil d'administration. La réalisation des mesures est surveillée. La Révision Interne coordonne ses activités de contrôle et procède à un échange d'informations approfondi avec la Révision Externe.

**Gestion des risques** Concernant la gestion des risques, le conseil d'administration et la direction générale du groupe procèdent une fois par an à une évaluation des risques majeurs. Le traitement des mesures destinées à limiter les risques a lieu en permanence.

suite page 76

# Corporate Governance

## La direction générale du groupe à partir du 01.04.2011



**Lorenz Wyss**, 1959, Suisse

Boucher

Diplôme de commerce

Diplôme d'Etat en technologie bouchère

A partir du 01.04.2011:

Directeur général du groupe (CEO)

Responsable de Bell International

chez Bell depuis 2011; dans cette fonction depuis 2011



**Martin Gysin**, 1960, Suisse

Expert fédéral diplômé en comptabilité et controlling

Directeur général adjoint

Directeur Finances/Services (CFO)

chez Bell depuis 1992; dans cette fonction depuis 1994



**Thorid Klantschitsch**, 1969, Suisse

Ingénieur en technologie alimentaire EPF

Doctorat en sciences techniques EPF

Ingénieur en gestion UTS

Directrice Bell Suisse

chez Bell depuis 2009; dans cette fonction depuis 2010

**Mandats de conseil d'administration**

- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen
- Coopérative Proviande, Berne

**Parcours professionnel**

- Fonctions dirigeantes chez Coop:
  - Responsable Category Management produits frais/Gastronomie; 2008 - 2011
  - Responsable en Approvisionnement/Disposition Food; 2004 - 2008
  - Direction Pool d'achat produits frais; 1998 - 2004
  - Responsable de groupe de marché Viande/Traiteur et de produits surgelés; 1995 - 1998
- Fonctions dirigeantes chez Gehrig AG, Klus:
  - Responsable Vente/Entreprise (gérant adjoint); 1992 - 1995
  - Directeur technique; 1987 - 1991
  - Chef d'exploitation/chef du personnel; 1983 - 1984
- Responsable de division Jenzer AG, Arlesheim; 1978 - 1981

**Mandats de conseil d'administration**

- CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle

**Parcours professionnel**

- Directeur Finances/Comptabilité Bell SA, Bâle; 1992 - 1994
- Contrôleur de gestion Valora AG, Berne; 1990 - 1991
- Directeur commercial R. Vix AG, Bâle, 1984 - 1989

**Parcours professionnel**

- Managing Director, membre de la direction du groupe HOCHDORF, Hochdorf; 2006 - 2009
- Responsable Vente Gastronomie, membre de la direction Le Patron AG, Böckten; 2002 - 2005
- Strategy Management Consultant Roland Berger AG, Zurich; 2000 - 2002
- Assistante au laboratoire des sciences laitières de l'EPF, Zurich, promotion des technologies laitières, 1995 - 1999
- Divers stages en Suisse et à l'étranger; 1991 - 1995:
  - Nestlé Linor, Orbe
  - Laboratoire cantonal, Zurich
  - Nestlé R & D, New Milford (USA)

## Bell Suisse

### Responsables des divisions

**Markus Bänziger**, 1955, Suisse  
Diplôme fédéral de chef de marketing  
Directeur de la division Convenience  
chez Bell de 1975 à 1985 et depuis 1995;  
dans cette fonction depuis 2010

**Josef Dähler**, 1955, Suisse  
Maîtrise fédérale de boucher  
Diplôme de commerce  
Directeur de la division Viande fraîche  
chez Bell depuis 1996; dans cette fonction  
depuis 2007

**Adolf Maassen**, 1964, Allemand  
Maître boucher-charcutier  
Technicien en denrées alimentaires  
Diplômé en gestion technique d'entreprise IHK  
Directeur de la division Charcuterie  
chez Bell depuis 1990; dans cette fonction  
depuis 2007

#### Parcours professionnel

- Fonctions dirigeantes chez Bell SA, Bâle:
  - Directeur division Convenience a.i.; 2009
  - Directeur secteur d'activité Convenience; 2000 - 2008
  - Responsable vente Engros; 1995 - 2000
- Service externe Fleischtrocknerei Churwalden AG; 1988 - 1995
- Responsable de l'expédition GNZ Schlieren; 1987
- Vente Gebr. Niedermann, Schlieren; 1985 - 1987
- Responsable du bureau des commandes Wallisellen, Bell AG; 1983 - 1985
- Responsable de succursale Bell SA; 1980 - 1983
- Boucher succursale Bell SA; 1975 - 1980

#### Mandats de conseil d'administration

- Identitas AG, Berne
- Proviande Coopérative, Berne

#### Parcours professionnel

- Directeur division Romandie, Bell SA; 1996 - 2006
- Fonctions dirigeantes chez Micarna SA, Courtepin; 1983 - 1996
- Bell Romandie: Vente succursales; 1979 - 1983

#### Parcours professionnel

- Fonctions dirigeantes chez Bell SA, Bâle:
  - Directeur de Charcuterie Bâle; 2001 - 2006
  - Responsable de la Production Charcuterie; 2000 - 2001
  - Responsable en Technologie/Gestion de la qualité; 1994 - 1999
  - Responsable du Développement; 1991 - 1994
- Responsable de la production «Fleischwaren Maassen», Korschbroich (Allemagne); 1987 - 1990

**Christine Schlatter**, 1965, Suisse  
Diplôme fédéral de planificatrice en marketing  
Directrice de la division Volaille  
chez Bell depuis 1997; dans cette fonction  
depuis 2008

#### Parcours professionnel

- Fonctions dirigeantes au sein du groupe Bell:
  - Responsable Vente/Marketing Bell Volaille; 2003 - 2008
  - Responsable Marketing/Vente SEG Poulets AG et gérante GWI AG; 1998 - 2003
  - Responsable Marketing/Vente GWI AG; 1997 - 1998
- Responsable du Marketing des Fromageries Bel (Suisse), Cham; 1996 - 1997
- Product Manager chez Fabio Import AG, Oberarth; 1996

# Corporate Governance

---

## Bell International

---

### Directeurs

#### Groupe Abraham

---

**Christian Schröder**, 1971, Allemand  
Employé de commerce  
Porte-parole de la direction générale  
Directeur Distribution/Marketing et  
Administration  
chez Abraham depuis 2007, en fonction  
depuis 2009

---

---

**Markus von der Pütten**, 1970, Allemand  
Spécialiste en technique des denrées  
alimentaires  
Directeur Production et Technique  
chez Abraham depuis 2010; en fonction  
depuis 2011

---

#### Parcours professionnel

- Fonctions dirigeantes au sein du groupe d'entreprises Reinert, Versmold:
  - Schinken-Einhaus GmbH (Friesoythe/Brunsbek/Lörrach): directeur; 2002 - 2007
  - Orig. Holst. Katenschinken GmbH: directeur; 2000 - 2001
- Associé gérant H. & C. Schröder Schinkenveredelung GmbH; 1994 - 1999

#### Parcours professionnel

- Schinken-Einhaus GmbH, Friesoythe; fondé de pouvoir; 2006 - 2010
- Bernard Matthews, Oldenburg; directeur d'usine; 2001 - 2006
- Oldenburger Fleischwaren GmbH, Oldenburg; directeur d'usine; 1995 - 2001

---

#### Groupe Polette

---

**Philippe Polette**, 1960, Français  
Diplôme de commerce  
Président de la direction générale  
chez Polette depuis la création de la société  
en 1980, en fonction depuis 1980

---

---

**Ludovic Jouanneau**, 1974, Français  
Diplôme de l'Ecole Supérieure de Commerce  
de Clermont-Ferrand  
Directeur Administration et Finances  
chez Polette 2008; en fonction depuis 2008

---

---

**Gilles Patient**, 1961, Français  
Licencié en Sciences Economiques  
Directeur commercial  
chez Polette depuis 1994 ; en fonction  
depuis 1994

---

#### Mandats de conseil d'administration

- Consortium des Salaisons d'Auvergne

#### Parcours professionnel

- Directeur des sociétés de distribution nord/nord-est et responsable financier chez Batext-Rot; 2001 - 2008
- Contrôleur financier chez Bosch Systèmes de Freinage (France/Tuquie/Espagne); 1997 - 2001

#### Parcours professionnel

- Directeur commercial profession indépendante; 1990 - 1994
- Directeur commercial chez Souchon d'Auvergne; 1987 - 1990
- Directeur commercial chez Salaison Prost; 1985 - 1987
- Chef de secteur GMS chez Continent; 1981 - 1985

## Bell International

### Groupe ZIMBO

**Christof Queisser**, 1969, Allemand  
Diplômé en gestion d'entreprise  
Président de la direction générale  
Directeur Marketing et Distribution  
chez ZIMBO depuis 2008; en fonction  
depuis 2008

#### Parcours professionnel

- VARTA Consumer Batteries GmbH & Co. KGaA, Francfort-sur-le-Main; 2000 - 2007:
  - Directeur Headquarter Europe/ROW: Distribution et Marketing Europe, Moyen-Orient, Afrique, Asie et Pacifique; gestion globale de l'innovation, développement de produits VARTA, Remington
  - Directeur des filiales du groupe en Angleterre et en Irlande, Londres (Royaume-Uni)
  - Directeur Distribution Internationale et Marketing, Global
- Groupe Tengelmann OHG; 1995 - 2000:
  - Chef de secteur Category Management Boissons et Tabacs, Viersen
  - Responsable Strategie-Unit Category Management/ECR, Munich
  - Développement Concepts succursales et Assortiment, Wiesbaden
- Unilever Allemagne/Angleterre; 1991 - 1995:
  - Category Development Manager, Londres (Royaume-Uni)
  - Sales et Marketing, Mannheim/Hambourg

**Manfred Dahmen**, 1958, Allemand  
Diplômé d'économie  
PDG adjoint  
Directeur Finances et Controlling  
chez ZIMBO depuis 2005; en fonction  
depuis 2006

#### Parcours professionnel

- Conseiller fiscal à Schmitten (Taunus) et chef de projet auprès de banques et sociétés commerciales de moyenne importance à Mayence et Mülheim an der Ruhr; 2003 - 2004
- Directeur de Metallbank GmbH devenue ensuite Gontard & Metallbank AG à Francfort-sur-le-Main; 1996 - 2003
- Fondateur de pouvoir général de Metallbank GmbH à Francfort-sur-le-Main; 1993 - 1996
- Contrôleur financier de Metallgesellschaft AG à Hong Kong (République populaire de Chine); 1988 - 1992
- Réviseur principal et conseiller fiscal chez Arthur Andersen GmbH, cabinet d'expertise comptable, société de conseils fiscaux à Francfort-sur-le-Main; 1984 - 1988

**Uwe Ginkel**, 1962, Allemand  
Maître boucher-charcutier  
Maîtrise de gestion et de commerce  
Directeur Production et Logistique  
chez ZIMBO depuis 2000; en fonction  
depuis 2004

#### Parcours professionnel

- Tengelmann Warenhandels-gesellschaft Mülheim: chef du secteur Category Manager pour Plus (charcuterie, viande, convenance, épicerie fine); 1998 - 2000
- Steinhaus GmbH: chef des ventes (charcuterie, pâtes); 1995 - 1998
- Promodes Allemagne: acheteur central (charcuterie, viande, convenance); 1992 - 1995
- Coop Francfort: chef de rayon Plaza SB-Warenhaus; 1984 - 1992



# Corporate Governance

Sont considérés comme tels les risques susceptibles d'influencer le produit net de plus de 20 pour cent et présentant une forte probabilité de survenue. Des dispositifs et mesures ont été initiés, dans toute la mesure du possible, en ce qui concerne les risques extérieurs, en tout ou partie, du champ d'influence du groupe. Pour la direction, les risques majeurs se situent notamment dans les domaines de fluctuations particulièrement rapides ou fortes des prix des matières premières, de décisions relatives à la politique agricole, d'épidémies et de la sécurité des produits et processus.

En tant qu'entreprise du secteur alimentaire, la situation des risques peut globalement être considérée comme stable, même si nous dépendons un peu plus du contexte conjoncturel à l'internationale qu'en Suisse. En revanche, nous ressentons dans tous les domaines les effets plus directs sur la situation du rendement des cycles des prix des matières premières, lesquels répondent à des lois qui, dans une large mesure, sont extérieurs à notre champ d'influence.

Les risques inhérents aux marchés financiers se limitent à l'exposition aux monnaies étrangères, en particulier dans la zone euro. Toutefois, ceux-ci ne dépassent pas le seuil qui en ferait des risques majeurs. En cas de fortes turbulences sur les marchés des actions, des risques dépassant le cadre défini pourraient être liés aux engagements de la CPV/CAP Caisse de pension Coop.

Vous trouverez de plus amples informations sur l'appréciation des risques en page 62 de ce rapport de gestion.

## Principes et éléments de rétribution

La rétribution se compose d'un salaire de base et d'une composante variable. Le salaire de base repose sur les conditions du contrat de travail, lesquelles sont réexaminées chaque année et adaptées selon les circonstances. Parallèlement, un forfait pour frais est versé aux membres de la direction du groupe qui disposent d'un véhicule de fonction. La composante variable (participation aux bénéfices) dépend de la réalisation des objectifs de rentabilité du groupe et ne peut excéder 25,4% du salaire de base; le conseil d'administration définit chaque année les principes d'attribution et le montant de la participation aux bénéfices. Celle-ci peut être perçue à concurrence de 50% en actions de Bell Holding SA, la valeur de chaque action étant calculée au cours moyen du mois précédent le versement (généralement mars), minoré de 20%. Les actions acquises à ce titre ne peuvent être cédées pendant un délai de quatre ans. En se basant sur la réalisation des objectifs de rendement, les membres de la direction du groupe ont perçu en 2010 une participation aux bénéfices de 20,9% (année précédente 20%). Les sommes totales et actions remises figurent à l'annexe du rapport de gestion, page 58.

## Droits de participation des actionnaires

Conformément à l'art. 11 des statuts, chaque action donne droit à une voix.

Conformément aux statuts (art. 8) et au Code des obligations (art. 12 et 13 CO), tout actionnaire peut se faire représenter à l'assemblée générale par un autre actionnaire. La représentation peut également être assurée par la banque dépositaire ou un représentant indépendant.

D'autres droits d'intervention sont réglés dans les statuts de Bell Holding SA. Ceux-ci peuvent être consultés sur le site Internet de Bell, rubrique [www.bell.ch/statuts](http://www.bell.ch/statuts). Faute d'une réglementation par les statuts, le Code suisse des obligations est applicable.

La date d'inscription au registre des actionnaires pour participer à l'assemblée générale est annoncée sur le site Internet de Bell, rubrique [www.bell.ch/agenda-fr](http://www.bell.ch/agenda-fr).

L'actionnaire n'a pas droit à l'impression et à la délivrance d'actes pour actions nominatives.

Restrictions en liaison avec des augmentations du capital: voir chapitre Corporate Governance page 67.

## Clause de contrôle des changements

Pas de restrictions ou réglementations statutaires.

## Organe de révision

Organe de révision	PricewaterhouseCoopers; depuis 1998
Réviseur principal	Rodolfo Gerber, réviseur principal depuis 2010
Durée du mandat	L'organe de révision est élu chaque année.

Le conseil d'administration supervise les révisions externes. Deux fois par an, l'organe de révision informe le président du conseil d'administration des constatations faites lors de la vérification des comptes. En outre, il en informe une fois par an l'ensemble du conseil d'administration.

La supervision de l'organe de révision s'effectue sur la base de critères d'évaluation précis par le président du conseil d'administration, le président de la direction générale du groupe et le responsable de la division Finances/Services. L'attention se porte principalement sur la qualification professionnelle, la capacité de s'imposer, l'indépendance ainsi que sur les relations entretenues avec les équipes d'experts de nos services internes. Par ailleurs, des réflexions externes interviennent également dans l'évaluation.

En 2010, l'activité de révision de la révision externe s'est concentrée sur les devoirs statutaires, y compris sur l'évaluation de l'existence du SCI.

### Honoraires de révision et autres

en milliers de CHF	2010	2009
Services de révision	1 172	1 215
Conseils fiscaux	-	-
Conseils juridiques	-	-
Conseils relatifs aux transactions (y c. Due Diligence)	-	112
Total	1 172	1 327

### Politique d'information

Bell publie chaque année des rapports annuels et semestriels qui informent sur la marche des affaires et les résultats du groupe Bell. Les évolutions actuelles sont par ailleurs annoncées par le biais de communiqués de presse et du site Internet, lequel permet également d'accéder aux archives des rapports annuels, semestriels et des communiqués de presse ad hoc. [www.bell.ch](http://www.bell.ch)

### Dates importantes

Clôture des comptes	au 31 décembre
Assemblée générale de Bell Holding SA	le 7 avril 2011
Publication des résultats du 1er semestre 2011	le 11 août 2011
Publication du chiffre d'affaires de 2011	le 1er semestre de janvier 2012
Publication des résultats de 2011	en février 2012

D'autres dates, ou les dates actualisées, sont publiées sur le site Internet de Bell, rubrique [www.bell.ch/agenda-fr](http://www.bell.ch/agenda-fr).

Les interlocuteurs et possibilités de prise de contact pour des informations complémentaires sur le groupe Bell sont indiqués à la page 84 du présent rapport de gestion.

# Management

---

## Direction du Groupe

**Lorenz Wyss** Directeur Général du Groupe (à partir du 01.04.2011)  
**Martin Gysin** Directeur Général Adjoint,  
Directeur Finances/Services  
**Thorid Klantschitsch** Directrice Bell Suisse

## Comité exécutif de direction du groupe

**Michael Gloor** Responsable Révision interne  
**Elisabeth Wegeleben** Responsable Secrétariat Général/Bureau des actions, Secrétaire CA

---

## Finances/Services

**Martin Gysin** Directeur Finances/Services  
**Rolf Anti** Responsable Organisation  
**Thomas Denne** Responsable Controlling Division Charcuterie/  
Division Viande fraîche  
**Peter Kunimünch** Responsable IT  
**Johannes Meister** Responsable Personnel/Formation  
**Marc Pittino** Responsable Controlling  
**René Stampfli** Responsable Analyse et design des  
processus d'affaires  
**Thomas Studer** Responsable Projets  
**Ulrich Süss** Responsable Comptabilité

---

## Bell Suisse

**Thorid Klantschitsch** Directrice Bell Suisse

## Comité exécutif de direction Bell Suisse

**Davide Elia** Responsable Marketing/Communication

## Division Viande fraîche

**Josef Dähler** Directeur Division  
**Jean-Luc Aebischer** Responsable Marketing/Vente Romandie  
**Roderich Christoph Balzer** Responsable Usine Oensingen  
**Christian Gremion** Responsable Viande fraîche Romandie  
**Marcel Joseph** Responsable Usines Romandie  
**Franz Kupper** Key Account Manager  
**Michel Lerch** Responsable Usine Bâle  
**Elvira Meyer** Responsable Vente/Marketing  
**José-Michel Perez** Responsable Management qualité  
**Martin Reinhard** Responsable Achat  
**Stefan Seiler** Responsable Usines Suisse allemande  
**Josef Zuber** Responsable Vente Commerce/Gastro Suisse allemande

## SBA Schlachtbetrieb Basel AG

**Joachim Messner** Directeur

## Division Volaille

**Christine Schlatter** Directrice Division  
**Walter Bieri** Responsable Achat  
**Thomas Graf** Responsable Usine  
**Reto Kaufmann** Responsable Vente/Marketing  
**Sara Patrizia Kraettli** Responsable Vente/Marketing  
**Christoph Schatzmann** Responsable Production Intégrée

## Division Charcuterie

**Adolf Maassen** Directeur Division  
**Thomas Abt** Responsable Logistique  
**Frank Bechler** Responsable Marketing/Vente  
**Daniel Fässler** Responsable Saucisses échaudées Gossau  
**Jacques Grossenbacher** Responsable Saucisses crues  
**Hanspeter Gysin** Responsable Planification/Technique  
**Ursula Kuhn** Responsable MQ/Laboratoire  
**Roland Rufener** Responsable Achat non-food/articles de commerce  
**Kurt Zenger** Responsable Usines Charcuterie

## Division Convenience

**Markus Bänziger** Directeur Division

### Convenience

**Markus Bänziger** Directeur Secteur d'activité

**Andreas Nieling** Responsable Usine

**Peter Schneider** Responsable Marketing/Vente

### Seafood

**José-Manuel Seabra** Directeur Secteur d'activité

**Marco Märsmann** Responsable Développement/Coordination  
Achat/Vente

**Emilienne Sester** Responsable Vente

### Frigo St. Johann AG

**Bruno Flückiger** Directeur

## Bell International

**Lorenz Wyss** Directeur Bell International (à partir  
du 01.04.2011)

### Abraham GmbH

**Christian Schröder** Porte-parole de la Direction Générale,  
Directeur Vente et Marketing

**Markus von der Pütten** Directeur Production et Technique

**Jürgen Emtmann** Directeur Finances

### Salaison Polette & Cie SAS

**Philippe Polette** Directeur Général

**Gilles Patient** Directeur Commercial

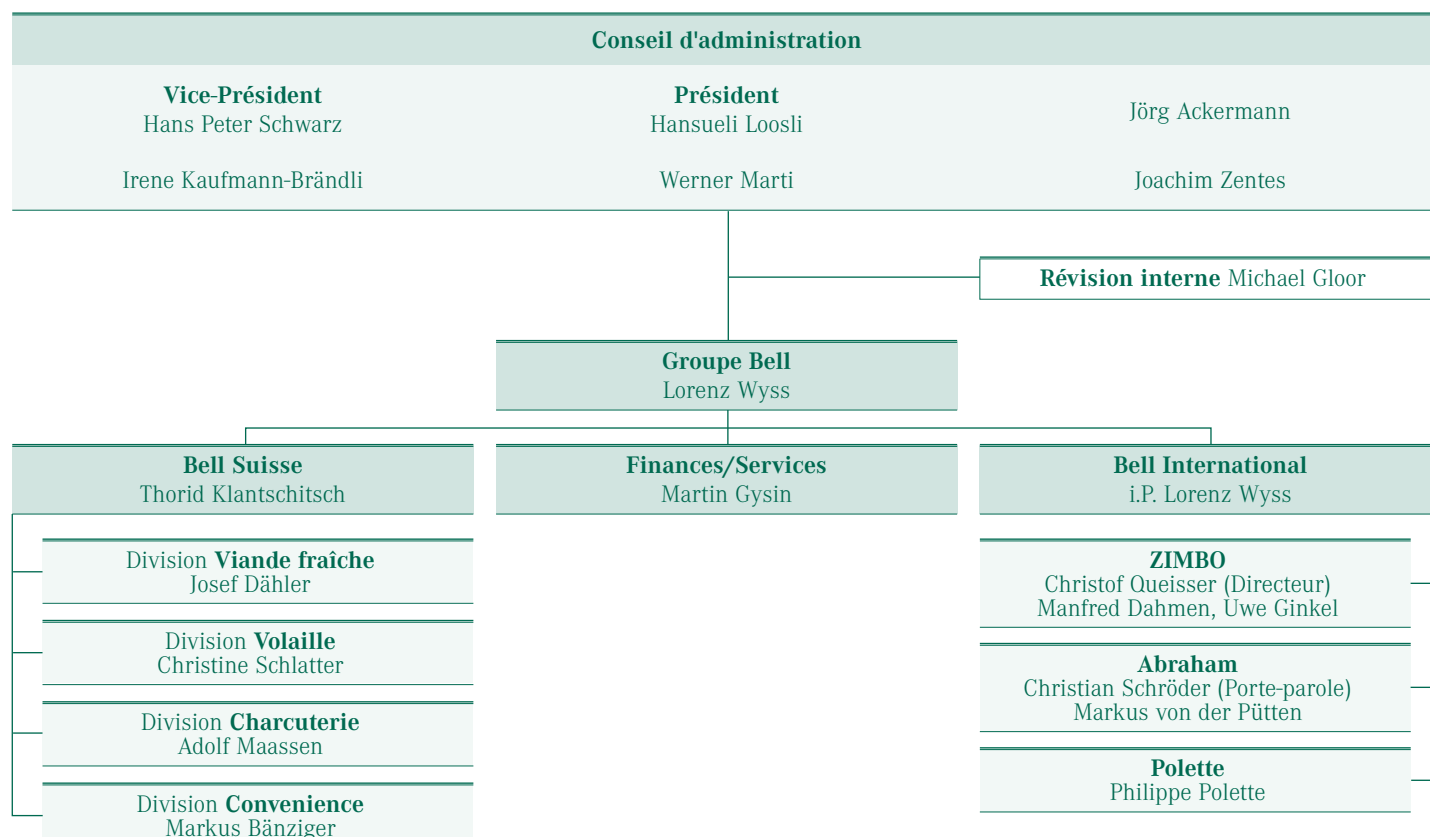
**Ludovic Jouanneau** Directeur Administration et Finances

### ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG

**Christof Queisser** Directeur Général,  
Directeur Marketing et Distribution

**Manfred Dahmen** Directeur Général adjoint,  
Directeur Finances et Controlling

**Uwe Ginkel** Directeur Production et Logistique



# Bell Holding SA

## Bilan

en milliers de CHF		31.12.2010		31.12.2009	
Disponibilités		45		928	
Titres		2 025		604	
Créances des sociétés du groupe		22 475		-	
Autres créances		133		279	
<b>Actifs circulants</b>		<b>24 678</b>	<b>7.4%</b>	1 811	0.6%
Immobilisations financières	Participations majoritaires	147 373		133 123	
	Participations minoritaires	9 051		9 051	
	Prêts des sociétés du groupe/autres immob. financières	151 992		154 020	
Immobilisations corporelles	Terrains	392		538	
	Bâtiments	1 133		1 544	
<b>Capitaux immobilisés</b>		<b>309 941</b>	<b>92.6%</b>	298 276	99.4%
<b>Actifs</b>		<b>334 619</b>	<b>100.0%</b>	300 087	100.0%
Autres dettes à payer pour biens et services		902		1 121	
Engagements envers les sociétés affiliées		17		6 777	
Comptes de régularisation		66		185	
<b>Fonds étrangers à court terme</b>		<b>985</b>	<b>0.3%</b>	8 083	2.7%
<b>Fonds étrangers à long terme</b>		<b>-</b>		-	
<b>Fonds étrangers</b>		<b>985</b>	<b>0.3%</b>	8 083	2.7%
Capital-actions		2 000		2 000	
Réserves légales		10 000		10 000	
Réserves pour actions propres		6 993		9 019	
Autres réserves		257 012		234 962	
Bénéfice au bilan		57 629		36 023	
<b>Fonds propres</b>		<b>333 634</b>	<b>99.7%</b>	292 004	97.3%
<b>Passifs</b>		<b>334 619</b>	<b>100.0%</b>	300 087	100.0%

## Bell Holding SA

### Compte de résultat

en milliers de CHF	2010	2009
Produits des participations	50 518	30 648
Autres produits financiers	6 983	7 739
Autres produits	3 089	3 064
<b>Produits</b>	<b>60 590</b>	<b>41 451</b>
Charges administratives	1 582	1 825
Autres charges	317	224
Intérêts débiteurs	240	508
Autres charges financières	-	2 028
Charges amortissement sur des immobilisations corporelles	411	411
<b>Charges</b>	<b>2 550</b>	<b>4 996</b>
<b>Résultat ordinaire avant impôts</b>	<b>58 039</b>	<b>36 455</b>
Produits issus de la cession d'immobilisations	280	88
<b>Bénéfice d'exploitation avant impôts</b>	<b>58 319</b>	<b>36 543</b>
Impôts	690	520
<b>Bénéfice d'exploitation après impôts</b>	<b>57 629</b>	<b>36 023</b>



# Bell Holding SA

## Répartition du bénéfice

### Proposition du Conseil d'administration à l'assemblée générale

en milliers de CHF	2010	2009
<b>Répartition du bénéfice</b>		
Bénéfice de l'exercice	57 629	36 023
Dividende 50 CHF (40 CHF pour l'exercice précédent)	20 000	16 000
Affectation aux réserves libres	37 629	20 023
<b>Total des répartitions</b>	<b>57 629</b>	<b>36 023</b>

## Annexe

en milliers de CHF	2010	2009
Montant total des cautions, garanties, nantissements en faveur de sociétés du groupe *	<b>331 109</b>	330 955
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	-	-
Valeur assurance incendies bâtiments	<b>4 194</b>	4 194
Participations importantes	<b>page 66</b>	-
Actions propres selon justification des fonds propres des comptes du Groupe	<b>page 47</b>	-
Actionnaire principal: Coop Société Coopérative, Bâle	<b>66.29%</b>	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Bâle	<b>4.09%</b>	4.09%
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	<b>1 000</b>	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	<b>500</b>	-
Informations relatives à l'évolution des risques	<b>page 62/71</b>	-

\* La société répond solidairement et sans restriction pour tous les suppléments d'impôts issus de la taxe à la valeur ajoutée y.c. les intérêts et les éventuelles pénalités du groupe d'imposition - TVA, et ce durant toute la période d'inscription en tant que membre du groupe en Suisse.

# Bell Holding SA

## Rapport de l'organe de révision sur les comptes annuels

### Rapport de l'organe de révision à l'assemblée générale de Bell Holding SA, Bâle

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié les comptes annuels de Bell Holding SA, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe (pages 80 à 82) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2010.

#### Responsabilité du conseil d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels conformément aux dispositions légales et aux statuts incombe au conseil d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels, afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs. En outre, le conseil d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées ainsi que des estimations comptables adéquates.

#### Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à émettre une opinion sur les comptes annuels. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et réaliser l'audit de telle manière à obtenir une assurance raisonnable que les comptes annuels ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures de vérification en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les autres informations contenues dans les comptes annuels. Le choix des procédures de vérification relève du jugement de l'auditeur. Ceci inclut l'évaluation des risques que les comptes annuels puissent contenir des anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne, pour autant que celui-ci soit déterminant pour l'établissement des comptes annuels, afin de définir les procédures de vérification adaptées aux circonstances et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. En outre, l'audit comprend une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

#### Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes annuels pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2010 sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

#### Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 728 CO et art. 11 LSR) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 728a al. 1 chiffre 3 CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des comptes annuels défini selon les prescriptions du conseil d'administration.

En outre, nous attestons que la proposition relative à l'emploi du bénéfice au bilan est conforme à la loi suisse et aux statuts et recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr Rodolfo Gerber  
Expert-réviseur  
Réviseur responsable

Ralph Maiocchi  
Expert-réviseur

Bâle, le 15 février 2011

## Contacts

[illegible]

# IMPRESSUM

---

## Remarques générales

Pour une meilleure lisibilité, les tournures de langage masculines englobent dans une même mesure les femmes et les hommes. Toutes les valeurs ont été arrondies séparément.

## Informations prospectives

Le rapport annuel contient des informations prospectives. Celles-ci reposent d'une part sur des hypothèses et des estimations et d'autre part, sur les informations dont Bell disposait au moment de la clôture de rédaction. De ce fait, des développements et résultats effectifs peuvent diverger sensiblement par rapport à ceux exposés, expressément ou implicitement, dans ces informations prospectives.

Notre rapport annuel est publié en allemand, avec des traductions en français et en anglais. La version imprimée en allemand est déterminante dans tous les cas. Des versions imprimées supplémentaires peuvent être obtenues au siège de Bell ou commandées sur Internet. Le rapport annuel peut également être consulté en ligne : [www.bell.ch/rapportannuel](http://www.bell.ch/rapportannuel).

Vous trouverez des informations complétant le rapport annuel, ainsi que d'autres informations actuelles sur le groupe Bell, à l'adresse [www.bell.ch](http://www.bell.ch).

## Editeur

Bell Holding SA  
Elsässerstrasse 174  
4056 Bâle  
Suisse

## Responsabilité générale

Davide Elia, Bell SA, Marketing/communication

## Concept, réalisation graphique

Grayling Suisse SA; Walter Stähli

## Photos

Photoart, Zürich  
Eugen Leu & Partner SA, Riehen  
Diverses autres sources

## Impression

Werner Druck SA, Bâle

