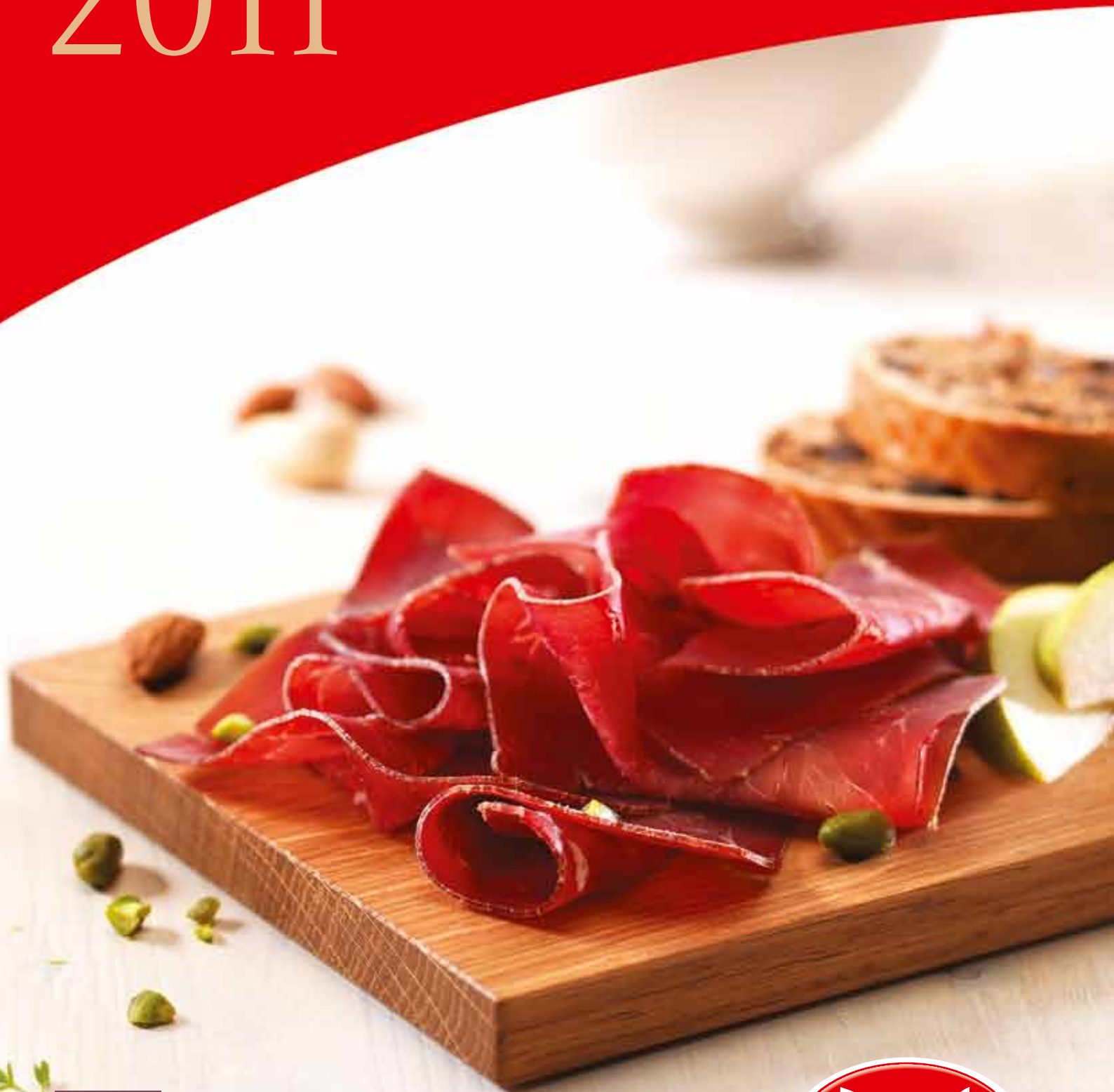


BELL SA

RAPPORT ANNUEL 2011



Vivre nos valeurs —
avec engagement et enthousiasme.



VIVRE LES VALEURS DE BELL

Derrière chaque produit se trouve une personne. Les collaborateurs de Bell s’engagent tous les jours à ce que nos produits répondent aux standards de qualité les plus élevés. Leur passion, leur flair et leur maîtrise du métier sont les ingrédients de la recette parfaite, à savoir : l’assurance d’un régal absolu. Cultiver les traditions leur tient tout aussi à cœur que l’élaboration de produits innovants. Et ce toujours dans l’optique de la durabilité – car nous respectons nos ressources, tout comme nous respectons nos collaborateurs qui sont le fondement de notre réussite. Vous pourrez lire dès la page 9 du présent rapport comment cela se traduit en pratique.

SOMMAIRE

03_ Bell en bref

04_ Editorial

BELL SUISSE

20_ Nouvel essor

22_ Viande fraîche

23_ Charcuterie

23_ Vollaile

24_ Seafood

25_ Perspectives 2012

BELL INTERNATIONAL

26_ Nouveaux marchés

27_ Allemagne

29_ Europe de l’Est

29_ France

30_ Autres marchés

30_ Perspectives 2012

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

32_ Prendre ses responsabilités

36_ Approvisionnement et prestations

37_ Efficience des ressources

39_ Responsabilité sociale

41_ Communication

RAPPORT FINANCIER

44_ Groupe Bell

69_ Corporate Governance

82_ Bell SA

86_ Contacts

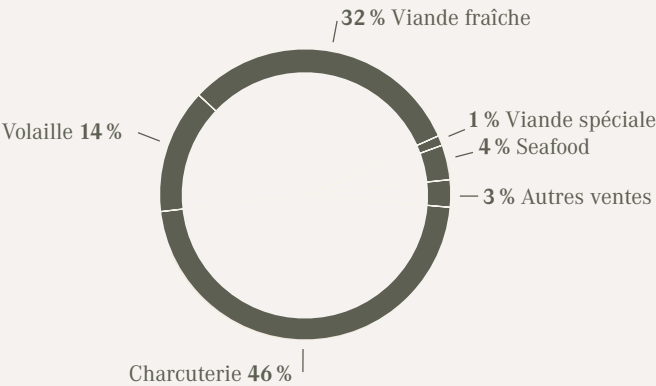
87_ Impressum

Bell en bref

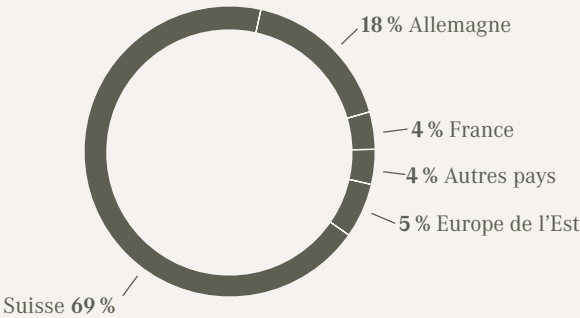
Chiffres clés financiers

en milliers de CHF	2011	Variation	2010
Chiffre d'affaires	2 516 953	-3.8 %	2 617 574
Produit nets d'exploitation	2 482 588	-3.9 %	2 584 277
EBITDA	204 291	-4.0 %	212 695
en % des produits nets	8.2 %		8.2 %
EBIT	89 849	-11.2 %	101 236
en % des produits nets	3.6 %		3.9 %
Bénéfice net	71 618	11.0 %	64 519
en % des produits nets	2.9 %		2.5 %
Investissements nets dans les immobilisations d'exploitation	56 188	-17.6 %	68 176
en % du flux de fonds avant modification des actifs circulants nets	30.9 %		37.8 %
Fonds propres	626 583	6.1 %	590 456
en % des actifs	50.0 %		50.6 %
Rentabilité des fonds propres (ROE)	12.3 %		11.1 %
Cours de l'action au 31.12. en CHF	1 762	-0.2 %	1 766
EBITDA par action en CHF	514	-4.6 %	539
EBIT par action en CHF	226	-12.1 %	257
Bénéfice net par action en CHF	180	10.4 %	163
Dividende par action en CHF	60	20.0 %	50

Chiffre d'affaires par groupes de produits



Chiffre d'affaires par pays



Chiffres clés de rendement

Production de matière première (Suisse) en tonnes	Abattages propres	Achats complémentaires/ importations	Pourcentage des importations	2011	2010
Viande d'abattage	101 821	5 733	4.2 %	107 555	106 355
Volaille	24 310	9 361	26.4 %	33 672	32 109
Viande spéciale (gibier, lapin et autres)	-	1 211	100.0 %	1 211	1 231
Seafood	-	5 274	97.1 %	5 274	4 670
Total	126 132	16 306	5.9 %	249 992	246 050
Volume vendu Charcuterie					
Suisse				32 462	32 345
Europe				103 551	98 245
Nombre de sites					
Centres de production				27	27
Points de vente				94	71
Autres sites				3	3
Effectif du personnel					
Effectif moyen calculé sur la base d'unités à plein temps				6 059	6 179
Effectif du personnel au 31.12.				6 470	6 488
Effectif du personnel au 31.12. par pays					
Suisse				3 324	3 497
Allemagne				1 445	1 461
France				404	399
République tchèque				557	618
Hongrie				226	200
Pologne				182	178
Autres pays				332	135
Chiffres clés de l'environnement					
Part de la production de viande de labels durables (seulement Bell Suisse)					
Viande de bétail de boucherie (abattages propres)				49 %	49 %
Volaille (abattages propres ; programme STS inclus)				100 %	100 %
Seafood				45 %	44 %
Total des émissions de CO2 (en tonnes ; seulement Bell Suisse)				6 637	6 754
Total de la consommation d'énergie (en GWh)				283	261
Total de la consommation d'eau (en 1 000 m³)				1 876	1 821
Total des déchets (en 1 000 tonnes)				19	21

BELL EN BREF

2011

Bell a encore progressé
– en Suisse comme à
l'international

Après les bons résultats de l'exercice précédent, Bell a continué sur sa bonne lancée en 2011. Le chiffre d'affaires est en hausse de 1,8 %, hors changements dans le périmètre de consolidation et des fluctuations de change. Le chiffre d'affaires nominal est, avec CHF 2,52 milliards, inférieur de 3,8 %. Le résultat opérationnel au niveau de l'EBITDA et de l'EBIT est inférieur à l'année précédente, en raison des changements dans le périmètre de consolidation et de l'effet net d'éléments non récurrents. Le *bénéfice de l'exercice* > page 44 de CHF 71,6 millions (+11 %) est supérieur au niveau de l'année précédente.

En *Suisse* > page 20 toutes les divisions ont enregistré une progression de leurs ventes, permettant à Bell d'étendre encore davantage son leadership. Les principaux moteurs de croissance ont été la demande croissante de viande suisse et de produits à forte création de valeur *Bell International* > page 26 a également réussi à consolider sa position sur le marché européen. La nette augmentation des prix des matières premières a toutefois eu un impact négatif sur le résultat général.

PERSPECTIVES

Performances et valeurs

Bell se montre prudent quant aux prévisions conjoncturelles pour 2012, et s'attend néanmoins à une croissance modérée des ventes, tant sur les marchés européens que sur le marché principal suisse. Bell travaille activement à la restructuration des assortiments vers plus de valeur ajoutée afin de renforcer et d'optimiser ses chances de vente.

Outre la compétitivité, les valeurs qui impliquent une *action durable* > page 32 sont de plus en plus importantes. C'est pourquoi nous voulons vivre nos valeurs – avec engagement et enthousiasme.

BELL

Frais du jour

Un assortiment de viande, de charcuterie, de volaille, de convenance et de seafood riche et varié arrive chaque jour frais de Bell aux consommateurs. Plus de 6'450 *collaborateurs* > page 9 y travaillent en Suisse et international. 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, l'entreprise française Polette ainsi que les sociétés allemandes ZIMBO et Abraham font partie du groupe Bell.

NOTRE VISION

La compétence au service
de la qualité de vie

L'offre de Bell est un gage d'alimentation de qualité et de plaisir gustatif – et donc d'une meilleure qualité de vie. En tant que fournisseur assurant un service complet à ses clients, Bell est le numéro 1 dans ses marchés : 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.

NOS MARQUES

Le plaisir dans l'assiette



EDITORIAL

ENCORE UNE BONNE ANNÉE POUR LE GROUPE BELL

Rapport du président du conseil d'administration
et du président de la direction du groupe



CHÈRES ACTIONNAIRES, CHERS ACTIONNAIRES,

Vivre nos valeurs – avec engagement et enthousiasme. Durant l'exercice écoulé, nous avons travaillé avec une intensité toute particulière à la définition et à l'ancrage de nos valeurs. Dans plusieurs divisions, nous avons fixé des stratégies pour les prochaines années. Outre les contenus stratégiques et opérationnels, nous avons aussi défini nos valeurs. Car nous avons la conviction qu'une entreprise qui aspire au succès devra à l'avenir obligatoirement inclure, à part la compétitivité, des valeurs impliquant une action durable sur le long terme.

+1,9%

Le volume des ventes a grimpé à 224 millions de kilogrammes.

Après les bons résultats de l'exercice précédent, nous avons poursuivi sur cette bonne lancée en 2011, dans un contexte très volatile et toujours très exigeant. Bell a encore progressé tant en Suisse que sur le plan international. Le chiffre d'affaires est en hausse de 1,8 %, hors changements dans le périmètre de consolidation et des fluctuations de change. Le chiffre d'affaires nominal est, avec CHF 2,52 milliards, inférieur de 3,8 % (CHF -100,6 mio.). Les fluctuations de change, en particulier le cours de change du franc suisse en euro, en moyenne nettement inférieur, ont fait chuter le chiffre d'affaires nominal d'environ CHF 81 millions. La déconsolidation de Bell Convenience totalise CHF 82 millions.

Le résultat opérationnel au niveau de l'EBITDA et de l'EBIT est inférieur à l'année précédente, en raison des changements dans le périmètre de consolidation et de l'effet net d'éléments non récurrents. Les détails y relatifs sont présentés dans le chapitre consacré au rapport financier. Quelques éléments extraordinaires ont été portés au résultat d'exploitation. Un amortissement extraordinaire d'un montant global de CHF 26 millions du goodwill et de la valeur de la marque ZIMBO en Allemagne a été effectué. En revanche, des revenus extraordinaires de CHF 8 millions ont été enregistrés en

rapport avec des prestations d'assurance ultérieures liées à l'incendie Frigo de 2010 ainsi que CHF 14,5 millions provenant d'opérations de couverture de change. Le bénéfice d'exploitation de CHF 71,6 millions (+11 % ou CHF 7 mio.) est supérieur au niveau de l'année précédente.

Le flux de fonds avant modification des actifs circulants nets a augmenté de 1,8 à CHF 182 millions (+1 %). Le volume de production a progressé de 1,9 % à environ 224 millions de kilogrammes. Dans l'ensemble, le groupe Bell occupait 6'470 personnes dans 12 pays au 31.12.2011.

UN EXERCICE RÉUSSI SUR LE MARCHÉ PRINCIPAL SUISSE

Bell a encore consolidé sa position de leader en Suisse. Toutes les divisions commerciales ont réussi à augmenter leurs ventes. Le chiffre d'affaires a progressé de CHF 20 millions à CHF 1,75 milliards, sans prise en compte de la déconsolidation de Bell Convenience. Le volume d'écoulement a augmenté à 120,8 millions de kilogrammes (+2,1 %).

Les principaux moteurs de croissance ont été la demande croissante de produits à forte création de valeur ainsi que la viande suisse. Les ventes saisonnières comme Pâques ou les grillades ont également été bonnes en 2011. La stabilité des prix des matières premières a eu un impact positif sur l'évolution des ventes. Elle a engendré une consommation de viande régulière tout au long de l'année. Nous avons par ailleurs généré de nouveaux gains de productivité sur nos sites de production.

Les conséquences du tourisme des achats sont moins réjouissantes. Celui-ci a été encore boosté par la dévaluation de l'euro par rapport au franc suisse. Selon les enquêtes de l'Union Professionnelle Suisse de la Viande, les personnes domiciliées en Suisse ont acheté de la viande et des produits carnés pour environ un milliard de francs suisses en région frontalière.

La nouvelle stratégie de marque doit nous servir à exploiter encore plus résolument la force de la marque Bell.

FORTE HAUSSE DU PRIX DES MATIÈRES PREMIÈRES DANS L'UE

Avec une progression du volume d'écoulement de 5 % à 103'551 tonnes au total, Bell International a encore renforcé la position sur le marché européen. Le chiffre d'affaires en monnaie locale a augmenté de 5,7 % à 625 millions d'euros. Environ 14 millions d'euros sont à rapporter à l'acquisition de Hoppe. En raison du cours de change de l'euro inférieur à la moyenne, le chiffre d'affaires en francs suisses se situe à CHF 771 millions sous le niveau de l'exercice précédent (-4,8 % ou CHF -39 mio.).

Dans l'ensemble, le résultat global ne répond pas à nos attentes. La responsabilité en incombe en premier lieu à la forte hausse du prix des matières premières. La demande de pays comme la Russie ou la Chine a explosé, provoquant en un laps de temps très court le doublement de prix d'importants éléments de matière première dans l'UE. Les prix des matériaux d'emballage ainsi que ceux des adjuvants et additifs ont aussi subi une hausse massive. Nous avons dû ajuster nos prix en conséquence, ce que le commerce de détail n'a admis que partiellement et avec beaucoup de retard. Les marges en ont souffert, celles des saucissons secs et échaudés tout particulièrement, alors que la situation du jambon sec s'est quelque peu stabilisée durant le second semestre.

ORIENTATION STRATÉGIQUE

En 2011, nous avons défini nos priorités stratégiques futures dans différents domaines. Nous avons notamment adopté une nouvelle stratégie de marque pour Bell Suisse. Par ce biais, nous voulons exploiter pleinement la force de notre marque afin de consolider notre leadership en Suisse. La stratégie de marque internationale sera adoptée dans le courant de l'année. Nous avons par ailleurs abordé, dans le cadre d'une nouvelle stratégie du personnel, des questions telles que les principes de direction et de comportement, les rémunérations et le recrutement de collaborateurs. Dans notre stratégie IT, nous avons entre autres défini un système ERP pour Bell Suisse et Bell International et fixé des paramètres économique-financiers contractuels dans la stratégie financière.

Toutes les études stratégiques sont placées sous le sceau de la durabilité, à laquelle nous vouons une importance particulière. Nous sommes convaincus que les actions inscrites dans la durée sont décisives pour la réussite des affaires. C'est déjà le cas aujourd'hui et d'autant plus demain. Non seulement du point de vue écologique et social, mais aussi pour des questions économiques. En ce moment, par exemple, nous réfléchissons chez Bell aux moyens de resserrer les liens en amont de l'entreprise, afin d'obtenir plus de garanties sur le respect de nos exigences croissantes en matière d'élevage. Dans les pays baltes, nous investissons de concert avec divers partenaires dans un projet d'avenir résolument axé sur la durabilité, pour la production de viande de bœuf de qualité issue d'un élevage avec vaches mère sur la base de prairies. Cela nous permettrait en outre de réduire notre dépendance à l'égard des grands fournisseurs de matières premières et des fluctuations de prix des matières premières.

En Suisse, nous avons pris d'autres dispositions importantes en ce qui concerne notre politique d'implantation. A Oensingen (canton de Soleure), nous avons réservé une parcelle adéquate d'env. 6,5 hectares pour y construire la nouvelle usine de transformation de viande de porc. Elle se trouve à proximité immédiate de notre usine de viande fraîche provenant de l'espèce bovine. Cette nouvelle usine remplacera l'exploitation de Bâle qui arrive en bout de course. La mise en service est prévue pour 2015 ou 2016. Une autre usine est planifiée à Cheseaux (canton de Vaud) pour la production de charcuterie. Les investissements liés à ce projet s'élèvent à CHF 32 millions. Les volumes de charcuterie des usines existantes à Cheseaux et à Lausanne seront réunis dans la nouvelle usine. Nous cherchions surtout une solution de rechange pour Lausanne : le contrat de location sur l'ancien emplacement des abattoirs touche à sa fin en 2014, et la ville de Lausanne, qui est propriétaire, veut utiliser cette zone à d'autres fins.

En avril, Bell a repris rétroactivement au 1^{er} janvier 2011 la société Kocherhans und Schär AG de Churwalden (canton des Grisons), productrice de

Des progrès importants ont déjà été réalisés pour l'exploitation des potentiels synergiques à l'échelle du groupe.

spécialités de viande séchée pour une capacité d'environ 1'000 tonnes de matière première par an, et l'a intégrée dans la division Charcuterie. Ainsi Bell comble-t-elle la dernière lacune importante dans son portefeuille de produits.

Dans le secteur d'activité Convenience, Bell a initié une coopération prometteuse avec l'entreprise liechtensteinoise Hilcona spécialiste de ce secteur. La commission de la concurrence ayant donné leur accord, la coopération a pu avancer promptement. Le secteur d'activité de Bell Convenience sur le site de Schafisheim (canton d'Argovie) a déjà été transférée chez Hilcona AG. Les bases de la future prospection du marché sont ainsi établies. Grâce à la participation stratégique et également à la reprise en 2011 de Hoppe, le spécialiste allemand de la viande Convenience, nous avons réuni les conditions idéales pour dégager de nouveaux potentiels dans le secteur en croissance rapide de la division Convenience fraîcheur et d'assumer une position dominante en Europe.

Des progrès importants ont également été réalisés pour l'exploitation des potentiels synergiques à l'échelle du groupe. Le personnel qualifié de Bell International a enrichi nos centres de compétences, jusque-là orientés vers la Suisse. Il nous apporte d'autres expériences et de nouvelles idées, et surtout des opportunités concrètes qui nous permettent de concevoir de façon plus productive des processus associant les organisations suisses et internationales. Pour la vente, nous travaillons avec notre large portefeuille de produits à la consolidation systématique des relations commerciales avec les clients existants, proches ou non, et à l'acquisition de nouveaux clients. Par le biais d'actions coordonnées, nous profitons d'avantages certains à cet égard — d'une part, grâce à une meilleure transparence à l'échelle internationale et d'autre part, en offrant de meilleures conditions grâce au regroupement des volumes. D'autres synergies au niveau administratif sont possibles en Allemagne.

L'exploitation des potentiels est un des objectifs déclarés de la nouvelle direction du groupe sous la présidence de Lorenz Wyss qui s'est immergé avec détermination, dès son arrivée le 1^{er} avril 2011, dans l'organisation et les processus.

En septembre 2011, nous avons eu à déplorer le décès soudain de Hans Peter Schwarz, membre de longue date du conseil d'administration. Membre du conseil d'administration de Bell depuis 2001, il a, par son expérience et sa personnalité, beaucoup apporté à l'entreprise. Lors de l'assemblée générale de 2012, le conseil d'administration proposera l'élection d'un nouveau membre en remplacement du défunt.

AUGMENTATION DU DIVIDENDE À CHF 60 PAR ACTION

Dans le cadre de la stratégie financière de Bell, nous avons également procédé à l'actualisation de la politique de dividendes. Sur la base des valeurs habituelles du marché, nous souhaitons atteindre un taux de distribution de 30 à 40 % en fonction des résultats. Dans ce contexte et compte tenu du résultat annuel de 2011, le conseil d'administration propose à l'assemblée générale une augmentation du dividende à CHF 60 par action (CHF +10 par action ; taux de distribution 33,3 %).

Le cours des actions Bell est resté quasiment inchangé par rapport à la valeur correspondante de l'année précédente. Les fluctuations ont toutefois été plus grandes au cours de l'année, comme les cours les plus élevés de l'année de CHF 2'300 en avril et les plus bas de CHF 1'665 de novembre l'attestent. A CHF 1'762, le cours de l'action Bell au 31 décembre 2011 était en baisse de 0,2 % par rapport à celui de fin d'année 2010 (CHF -4). Durant la même période, le Swiss Performance Index (SPI) a cédé 7,7 %.

Nous poursuivons la restructuration de nos assortiments vers plus de création de valeur.

PERSPECTIVES 2012

Les perspectives conjoncturelles se sont dégradées sur nos marchés. Cela vaut pour nos marchés européens comme pour le marché principal suisse où l'on a observé, vers la fin 2011, un certain fléchissement de la dynamique de croissance. En Europe, les prix des matières premières persisteront probablement sur ce haut niveau. Grâce à l'augmentation continue de la productivité, nous pourrions compenser une partie des coûts supplémentaires. L'évolution du produit continuera de dépendre étroitement de la rapidité à laquelle les changements des prix des matières premières sont répercutés sur le marché.

Nous poursuivons la restructuration de nos assortiments vers plus de création de valeur, d'une part avec la concentration des assortiments, d'autre part avec de nouveaux concepts de produit innovants. Nous voulons ainsi renforcer et élargir nos perspectives de vente. Pour 2012, nous nous attendons à une croissance modérée du marché, mais nous voulons, comme les années précédentes, croître plus fortement que nos marchés de référence.

Le groupe Bell est bien armé pour les défis à venir. C'est à nos collaborateurs que nous devons cette certitude, eux qui s'engagent inlassablement pour la réussite de l'entreprise. C'est pourquoi nous saisissons cette occasion pour remercier chacun et chacune de leur volonté à répondre ensemble aux défis qui nous attendent pour atteindre les objectifs ambitieux qui sont les nôtres. Nous remercions également chaleureusement nos actionnaires, clients et fournisseurs, de la loyauté et de la confiance dont ils continuent.



Hansueli Loosli

Président du conseil d'administration



Lorenz Wyss

Président de la direction du groupe

VIVRE NOS VALEURS — AVEC ENGAGEMENT ET ENTHOUSIASME

Qualité et tradition. Plaisir et développement durable. Des valeurs incarnées par tous les collaborateurs de Bell — et que l'entreprise marque de son empreinte. Jour après jour.

Les collaborateurs de Bell sont tous des spécialistes de leur domaine. Ils recherchent la *perfection* avec un instinct aiguisé et une passion hors du commun. C'est ainsi que naissent par exemple les steaks rassis sur l'os, une spécialité dont la tendreté et les arômes incomparables surpassent les exigences les plus élevées. Ou la *traditionnelle* viande des Grisons qui déploie son goût typique grâce à une manutention soignée et l'air frais des Alpes. Les collaborateurs de Bell répondent aux souhaits de *plaisirs savoureuses* sans complications avec les produits Convenience — sans pour autant renoncer à la fraîcheur des ingrédients. Ils s'engagent en outre en faveur du *développement durable*, en misant sur des méthodes de pêche qui ménagent les ressources.



« Rien n'est plus tendre
et goûteux que la viande
rassie sur l'os. Pour moi,
c'est le summum de
la qualité. »

Denise Hofmann 29 ans, est conceptrice
de produits chez Bell Viande fraîche à
Oensingen (Suisse).



LE STEAK PARFAIT

De plus en plus appréciée, la viande rassie sur l'os – aussi appelée « dry-aged beef » – est une pratique très ancienne en boucherie. Rien d'étonnant à cela : grâce à la maturation, les morceaux nobles deviennent si tendres et développent des arômes si uniques qu'ils remportent les suffrages de tous les gourmets.

Pour cette spécialité, Bell n'utilise que la meilleure viande de bœuf de races sélectionnées pour leur musculature prononcée et leur bonne couverture de graisse.

La viande rassit sur l'os durant plusieurs semaines, à une température entre 0 et 1 degré Celsius et une humidité de l'air ne dépassant pas 70 %, ce qui entraîne une perte d'humidité et un gain de qualité. Grâce à Bell, un bon produit devient encore meilleur.

21

jours de maturation

C'est ce qu'il faut en moyenne à notre délicieux « dry-aged beef » pour atteindre une qualité parfaite.





« L'air frais et pur ainsi que le *climat équilibré* de la vallée de Churwald sont les conditions idéales pour la qualité de notre viande des Grisons. »

Hanspeter Treichler 51 ans, boucher qualifié, dirige aujourd'hui l'usine de Churwalden (Suisse). Il travaille depuis 1994 pour l'entreprise de séchage de viande Kocherhans und Schär AG, que Bell a reprise l'an dernier.



LA SPÉCIALITÉ DES GRISONS

Dans les Alpes suisses, le séchage de la viande à l'air frais existe depuis la nuit des temps. Chez Bell, les morceaux nobles du bœuf sont délicatement frottés à la main selon une méthode traditionnelle, avec du sel et des épices – contrairement à la plupart des autres fabricants qui effectuent cette étape importante à la machine. Des halles de séchage modernes assurent aujourd'hui des conditions climatiques idéales pour le temps complet de maturation. Pendant plusieurs jours, c'est cependant encore l'air frais des montagnes qui sèche la viande et renforce les arômes authentiques et épicés de cette spécialité.

La viande des Grisons est un produit issu des morceaux nobles du bœuf qui jouit d'une indication géographique protégée (IGP), garants de sa valeur. Une chose est sûre : ce produit naturel vaut bien son prix !

49 %

de perte de poids

sont prescrits pour la viande des Grisons. Durant le processus de séchage, elle perd près de la moitié de son poids d'origine, ce qui lui permet d'acquérir son irrésistible tendreté.





SZALÀMI HONGROIS



« J'apprécie le climat agréable qui règne ici à l'usine. Il nous motive et nous incite à fournir *la meilleure qualité.* »

Viktòria Vogt 26 ans, travaille depuis septembre 2011 dans l'usine d'emballage de ZIMBO dans le village hongrois de Perbàl, à environ 30 km à l'ouest de Budapest.



11

différentes épices

en moyenne entrent dans la composition du Szalámi hongrois – du poivre à la cardamome en passant par le paprika. Au gré de la région, de la tradition et de la recette.

TOUS LES GOÛTS SONT DANS LA NATURE

Chaque pays et chaque région possèdent des spécialités uniques. Bell produit dans sept pays et souhaite préserver, voire encourager, leur diversité. L'indication d'origine garantit que les produits de tradition proviennent aussi de leur région d'origine et sont fabriqués selon des recettes originales. Le *Szalámi hongrois* est une spécialité régionale typique qui se distingue par des arômes légèrement fumés.

Comment le salami est-il arrivé en Hongrie ? La question reste ouverte. Une chose est cependant sûre : son mélange d'épices et son caractère fumé le démarquent clairement de la variante d'origine italienne et le rattachent divinement bien à la saveur de la cuisine hongroise.



« Seule une *idée de produit* sur dix se fraie son chemin. Le fait de la trouver me motive pour les dix suivantes. »

Jürgen Neumann 30 ans, est cuisinier qualifié et technicien diplômé en alimentaire. Il travaille depuis mars 2007 en tant que concepteur de produits chez Hoppe GmbH à Bad Wünnenberg (Allemagne) pour la capacité d'innovation dans le secteur des produits de viande hachée.





16'000'000

Kilos

de produits Convenience, voilà ce que produit annuellement Hoppe, le spécialiste de la branche établi dans la petite ville allemande de Bad Wünnenberg.

PLACE AU GOÛT

Les produits Convenience sont dans l'air du temps. Les personnes actives ont de moins en moins le temps de cuisiner, mais pas question pour elles de renoncer au plaisir de manger et à la diversité. D'où la demande croissante pour des aliments innovants, vite préparés et néanmoins savoureux. Un produit qui remplit ces exigences à la perfection, ce sont les *fricandeaux* de Hoppe.

La filiale de ZIMBO est connue pour ses innovations, comme le très apprécié fricandeau aux légumes. Bell mise sur les produits Convenience et répond ainsi aux souhaits de plaisirs gustatifs sans complications.



LE THON



« Le thon est pêché à la ligne à main depuis des bateaux stationnaires, ce qui demande beaucoup *d'expérience* et encore plus de patience. »

Ce pêcheur philippin gagne sa vie dans ce que l'on appelle le « Triangle de corail » – la zone maritime qui présente la plus grande biodiversité au monde.



5'000

pêcheurs philippins

sont impliqués dans le projet du thon
jaune, l'objectif étant d'assurer
les moyens de subsistance de
l'homme et de la nature par
un développement
économique pérenne.

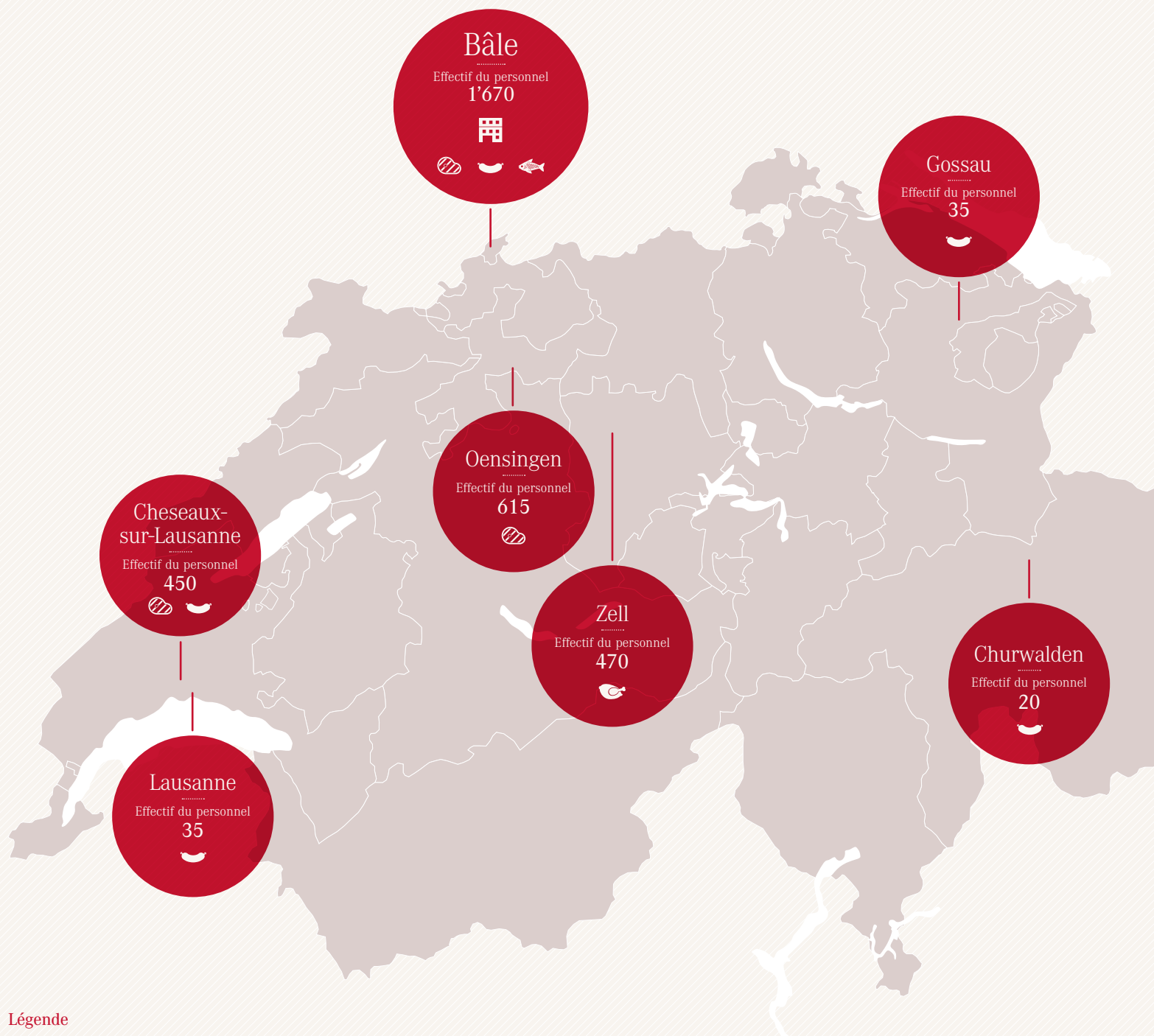
PÊCHER — LE PLUS NATURELLEMENT DU MONDE

La pêche durable préserve les emplois et ménage l'environnement. Bell Seafood prend ses responsabilités à cœur et mise résolument sur des solutions durables. Le meilleur exemple à cet égard est le projet issu d'un partenariat entre le WWF, la Coop (Suisse) et DEG pour la protection *du thon jaune* des côtes philippines. Les quotas de pêche et la pêche ciblée, à la ligne à main, doivent servir à assurer des stocks à long terme.

Bell Seafood est membre du WWF Seafood Group et travaille selon les directives du Marine Stewardship Council (MSC).

BELL SUISSE

Des structures efficaces, une offre optimale, une planification ciblée des sites et d'importantes coopérations stratégiques ont marqué l'année 2011. Bell a pu considérablement étendre son leadership pour la transformation de viande en Suisse, créant ainsi une base solide pour son essor futur.



Légende

Effectif du personnel au 31.12.2011 ; nombres arrondis



Siège



Viande fraîche



Charcuterie



Volaille



Seafood

SOMMAIRE

- **Nouvel essor pour Bell Suisse**
 - Contexte du marché
 - Coopération stratégique avec Hilcona
- **Bell Viande fraîche : fixation de la stratégie d'implantation**
- **Bell Charcuterie : nouvelle compétence pour la viande des Grisons**
- **Bell Volaille : développement des produits Convenience**
- **Bell Seafood : croître grâce au développement d'un assortiment qualitatif**
- **Perspectives 2012 : des signes peu favorables**

NOUVEL ESSOR POUR BELL SUISSE

Bell Suisse a terminé l'exercice 2011 avec succès et a réussi à consolider encore davantage sa position de leader. Les résultats ont été particulièrement positifs durant les trois premiers trimestres, la dynamique de croissance s'affaissant légèrement durant le quatrième trimestre.

Le chiffre d'affaires nominal a reculé de 3,4%. La déconsolidation du secteur d'activité Bell Convenience, transférée au 1^{er} janvier 2011 vers Hilcona, en est la cause. Corrigé de cet effet, le chiffre d'affaires a grimpé de 1,2% à CHF 1,75 milliard. Le volume d'écoulement a simultanément augmenté de 2,1% à 120,8 millions de kilogrammes. Tous les divisions ont contribué à cet essor réjouissant.

Ce fut notamment le cas de la demande de viande de production suisse, en particulier la volaille indigène. L'évolution du résultat est semblable à l'exercice précédent. Le niveau de création de valeur plus élevé dans tous les assortiments a eu un impact positif sur les rendements et d'autres activités saisonnières comme Pâques, les grillades et les jours de fêtes se sont très bien déroulées. La stabilité des prix des matières premières et l'amélioration de l'efficacité des processus dans les usines de production de Bell en Suisse ont été d'autres facteurs de succès déterminants.

CONTEXTE DU MARCHÉ

La consommation de viande en Suisse a augmenté d'env. 1 % durant cet exercice (estimation Bell). Cela correspond peu ou prou à la croissance démographique, si bien que la consommation par personne est restée stable. Si l'on tient compte des produits carnés achetés dans les pays limitrophes par des personnes domiciliées en Suisse, la consommation de viande a pourtant globalement augmenté. Les produits achetés à l'étranger ne

sont pas visibles dans les statistiques officielles. La prédilection pour la volaille a poursuivi son ascension – une tendance qui se dessine déjà depuis plusieurs années. En 2011, la volaille a pour la première fois dépassé la viande de bœuf, se hissant avec onze bons kilos par personne au deuxième rang des sortes de viandes préférées. La viande de porc est et reste le leader incontesté avec une consommation d'environ 25 kilos par habitant.

En Suisse, la production de viande a globalement augmenté de 1 %. Exception faite de la viande d'agneau, toutes les espèces ont connu une hausse des ventes ou sont restées stables. Les importations ont également augmenté, notamment celles de bœuf et de volaille. La part d'importation des principales sortes de viande est d'env. 21 % à l'échelle nationale.

Le cours de change euro/franc très favorable a encouragé le tourisme des achats dans les régions limitrophes dans l'exercice considéré – jusqu'à 20 % selon les estimations les plus prudentes. L'expérience prouve que les touristes du shopping transfrontalier ont une prédilection pour la viande, le lait et d'autres produits frais. Selon l'Union Professionnelle Suisse de la Viande, jusqu'à un milliard de francs suisses est dépensé uniquement pour la viande dans les régions limitrophes, ce qui correspond à une hausse de plus de 50 % par rapport à l'exercice précédent.

Le franc fort a aussi un impact négatif sur le tourisme. Pour les touristes de la zone euro ou dollar, le coût des vacances en Suisse a augmenté de 20 % en peu de temps. A l'inverse, les voyages à l'étranger n'ont jamais été aussi avantageux pour les habitants de la Suisse. Les branches touchées (tourisme, hôtellerie et restauration etc.) craignent

Avec sa participation stratégique à Hilcona, Bell s'établit encore plus fermement dans le secteur Convenience fraîcheur en pleine croissance.

en conséquence des pertes massives pour la saison d'hiver 2011/2012, comme l'été et l'automne l'ont déjà fait sentir. En souffrent, outre les restaurants et hôtels à vocation touristique, les supermarchés dans les régions de vacances.

COOPÉRATIONS STRATÉGIQUES AVEC HILCONA

Au 1^{er} janvier 2011, Bell et Hilcona ont uni leurs activités complémentaires dans le secteur Convenience fraîcheur, sous l'égide d'Hilcona AG. L'objectif de cette coopération est de continuer à croître de manière rapide et profitable en Suisse et en Europe. Dans le cadre de cette transaction, Bell apporte son secteur d'activité Convenience au sein du groupe Hilcona et prend, en contrepartie, une participation de 49 % à Hilcona. Dans quatre ans, Bell acquerra 2 % supplémentaires du capital. La déconsolidation de Bell Convenience explique une réduction du produit net du groupe Bell de CHF 82 millions environ. Au niveau du résultat d'exploitation, cette opération a une incidence proportionnelle au rendement de la participation. Dans le bilan, la participation est consolidée, en tant que participation minoritaire, par mise en équivalence.

Grâce à cette participation stratégique, Bell s'établit encore plus fermement dans le secteur très porteur du Convenience fraîcheur. De son côté, Hilcona devient un prestataire d'assortiment complet, renforçant ainsi sa compétence en matière de pénétration du marché et d'assortiment. Hilcona conserve son indépendance et continuera d'approvisionner, comme par le passé, le commerce alimentaire de détail, le canal discount, le segment des produits d'impulsion, l'hôtellerie-restauration ainsi que l'industrie, en Suisse et dans l'Europe voisine. Le marché a bien accueilli cette coopération. Les autorités de concurrence ayant donné leur accord, la coopération a pu avancer promptement. L'intégration de Bell Convenience sur le site de Schafisheim (canton d'Argovie) au sein de Hilcona AG a déjà été réalisée et les bases de la future stratégie commerciale sont pour la plupart à disposition.

Dans l'exercice considéré, le rendement de la participation a été inférieur aux prévisions. La faiblesse du cours de l'euro/franc suisse a eu

un impact négatif sur le rendement. Hilcona réalise environ un tiers de son chiffre d'affaires avec des exportations dans la zone euro.

BELL VIANDE FRAÎCHE : FIXATION DE LA STRATÉGIE D'IMPLANTATION

Dans la division Viande fraîche, le chiffre d'affaires de Bell a augmenté de 0,8 % à CHF 816 millions. Le volume des ventes était en hausse de 1,3 % ou 720 tonnes pour atteindre 54'757 tonnes en tout.

La production de viande d'abattage a progressé de 2,4 % à 101'821 tonnes. Les abattages ont moins progressé au niveau national, ce qui signifie que Bell a acquis des parts de marché dans ce domaine. L'augmentation des volumes concerne avant tout l'espèce bovine. Les prix des matières premières sont restés stables dans l'ensemble ; chez Bell, le prix moyen pondéré a été inférieur de 0,9 % par rapport à l'année précédente. Les prix inférieurs à la moyenne pour la viande de porc ont été en majeure partie compensés par les prix plus élevés pour le bétail d'étable et la viande de veau. Au total, Bell a acheté des animaux de boucherie pour environ CHF 607 millions à l'agriculture suisse, soit environ 11 millions de plus que l'année précédente. A l'inverse, nos importations ont nettement reculé. C'est en particulier le cas de la viande de porc dont l'importation a quasiment diminué de moitié en raison de l'offre excédentaire en Suisse.

Le résultat opérationnel de la division a également évolué de façon positive. D'une part, en raison des volumes d'écoulement plus élevés et d'autre part, en raison des augmentations dans les assortiments à forte création de valeur, comme les articles Convenience et en libre-service ainsi que les produits transformés à base de viande hachée. Le succès des activités promotionnelles, à l'instar des semaines consacrées à différents pays, a également contribué à ce résultat positif.

En ce qui concerne la stratégie d'implantation, Bell s'est déterminée en faveur d'un site approprié pour la nouvelle usine de transformation de viande de porc. Nous avons opté pour une parcelle de 6,5 hectares à Oensingen (canton de Soleure). Ce terrain n'est éloigné que peu de mètres de l'usine Bell d'Oensingen, ce qui permettra cer-

Le résultat opérationnel de Bell Viande fraîche a évolué favorablement.

taines synergies. Les travaux de planification vont bon train. Nous estimons que la nouvelle usine sera prête en 2015 ou 2016 et que nous pourrions alors transférer la transformation de la viande de porc de Bâle à Oensingen.

Bell investit 32 millions de francs à Cheseaux (canton de Vaud) pour une nouvelle usine de production de charcuterie. Les volumes de charcuterie des usines actuelles de Cheseaux et de Lausanne seront intégrés dans le nouveau bâtiment. Une solution de remplacement s'imposait surtout pour Lausanne étant donné que le contrat de location sur les terrains de l'ancien abattoir arrive à échéance à fin 2014. La Ville de Lausanne, propriétaire du terrain, prévoit en effet d'autres affectations. Bell profitera des réserves de terrain à côté de l'actuelle usine de Cheseaux pour construire sa nouvelle usine. Celle-ci sera aménagée pour la production flexible de spécialités régionales et de petites séries. L'achèvement de la planification et le début du chantier étant prévus pour le printemps 2012, la mise en service du nouveau site de production à Cheseaux devrait se faire à fin 2013.

BELL CHARCUTERIE : NOUVELLE COMPÉTENCE POUR LA VIANDE DES GRISONS

Le chiffre d'affaires de la division Charcuterie a diminué de 0,5 % ou de CHF 2,4 millions à CHF 443 millions. Le volume des ventes était en hausse de 0,4 % ou de 117 tonnes pour atteindre 32'462 tonnes.

Les volumes d'écoulement de saucisses échaudées ont augmenté dans l'exercice considéré, notamment en raison de la hausse des volumes auprès du commerce de gros et de la restauration. Les ventes des saucisses secs ont fléchi en raison de la diminution des actions promotionnelles, alors que celles de produits de salaison cuits sont restées stables.

En avril, Bell a repris rétroactivement au 1^{er} janvier 2011 la société Kocherhans und Schär AG de Churwalden (canton des Grisons), productrice de spécialités de viande séchée pour une capacité d'environ 1'000 tonnes de matière première par an, et l'a intégrée dans la division Charcuterie. Ainsi Bell comble-t-elle la dernière lacune importante

dans son portefeuille de produits. Nous disposons désormais de nos propres capacités de séchage pour la production de spécialités des Grisons, ce qui nous permet de réduire notre dépendance à l'égard de tiers, tant pour le marché intérieur que pour l'exportation. L'intégration de la société et de son personnel au sein de Bell Suisse SA s'est effectuée à fin juin. Une première étape d'agrandissement est prévue pour le premier semestre de 2012. Environ CHF 8 millions seront investis dans la transformation des halles de salaison et de séchage, ce qui permettra d'augmenter les capacités de production d'environ 50 %. En fonction de l'évolution du marché, Bell envisage d'autres étapes d'agrandissement dans les années à venir.

En ce qui concerne le modèle commercial de Bell Churwalden, l'accent est clairement mis sur la tradition et l'artisanat. Ainsi, les pièces de viande de qualité continuent-elles d'être salées à la main et non à la machine comme la plupart des autres fabricants. Nous laissons en outre le temps nécessaire au produit de développer pleinement ses arômes typiques. La production de viande des Grisons et de jambon sec des Grisons a débuté fin 2011 : les premières pièces brutes ont été entreposées et seront prêtes à la livraison à mi-2012, après un temps de maturation moyen de 22 à 26 semaines.

BELL VOLAILLE : DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS CONVENIENCE

Le chiffre d'affaires de la division Volaille s'élevait à CHF 362 millions dans l'exercice concerné, ce qui correspond à une hausse de 2,3 % ou de CHF 8,2 millions. Le volume des ventes était en hausse de 5,4 % ou de 1'403 tonnes pour atteindre 27'438 tonnes au total.

L'abattage a atteint un volume de 24'310 tonnes, ce qui représente une hausse de 3,4 % ou de 798 tonnes. En comparaison au marché global, les importations ont progressé moins fortement. La part importée concernant Bell Volaille s'élève encore à environ 26 %. La moyenne pour l'ensemble de la Suisse se situe à 50 %. Bell mise sur une croissance continue pour la volaille fraîche suisse. Avec succès : les ventes dans ce segment ont augmenté de 35 % depuis 2005.

En Suisse, la volaille ne cesse de gagner en popularité.

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.



En Suisse, la volaille ne cesse de gagner en popularité. En 2011, la consommation par habitant fut pour la première fois supérieure à celle de la viande de bœuf et se situe à présent en deuxième place, derrière le porc. La hausse des ventes dans l'exercice considéré concerne en première ligne la consommation à l'extérieur et le secteur Convenience, bien avant la consommation privée, assurée par le commerce de détail.

Ces faits se reflètent aussi dans la marche des affaires de Bell Volaille. Alors que la croissance des ventes dans le commerce de détail s'est légèrement tassée, les ventes de l'industrie alimentaire et de la restauration ont augmenté. Mais en ce qui concerne la restauration, le tableau est contrasté : alors que le commerce de gros sur enlèvement ou les take-aways se développent bien, le commerce de gros qui approvisionne les restaurants connaît en partie de grandes difficultés.

Parmi les produits dignes de mention se trouvent notamment les nouveautés des assortiments saisonniers « grillades » et des produits Convenience. Les produits traités thermiquement arrivant frais ou surgelés chez les consommateurs font partie de ce segment. C'est précisément dans ce groupe de produits que Bell a réussi à évincer des concurrents et à acquérir de nouveaux clients.

Le groupe de produits Chasse a connu un début de saison timide, en raison d'un automne particulièrement doux. Ce départ très mou n'a pas pu être rattrapé. De surcroît, Bell a enregistré le départ d'un grand client industriel. Au sein du groupe de produits Viande spéciale, le lapin s'est développé de façon positive. Le lapin provient de Suisse et du nouveau programme d'importation « Relax Rabbit » hongrois qui remplit les sévères normes suisses en faveur de la protection des animaux.

En avril 2011, Bell fut la première entreprise suisse à passer du système traditionnel d'étourdissement électrique des volailles dans un bain d'eau à l'étourdissement par atmosphère contrôlée. Ce procédé, qui répond aux hautes exigences en matière de bien-être animal, est plus doux et agit favorablement sur la qualité de la viande. Le développement du site de Zell est actuellement testé dans le cadre d'un masterplan.

BELL SEAFOOD: CROÎTRE GRÂCE AU DÉVELOPPEMENT D'UN ASSORTIMENT QUALITATIF

Dans le segment Seafood, Bell a obtenu un chiffre d'affaires en hausse de 10,9 % ou de CHF 11,3 millions pour un total de CHF 115 millions. Le volume des ventes était en hausse de 12,2 % ou de 559 tonnes pour atteindre 5'127 tonnes, dans un contexte de marché stable et des volumes de consommation semblables à l'année précédente. Dans le commerce de détail, Bell a principalement progressé grâce à la pénétration renforcée du marché romand. Les acquisitions de nouveaux clients pour l'approvisionnement du commerce de gros pour la restauration et l'industrie alimentaire ont aussi contribué à ce bon résultat.

Dans l'exercice considéré, l'accent a été principalement mis sur le développement qualitatif des performances sur le marché. Les assortiments existants à valeur ajoutée dans le segment Grill et Convenience ont été élargis de façon conséquente. La valeur intrinsèque des produits a été soulignée par un nouveau concept d'emballage. Bell Seafood a en outre mis en œuvre des mesures promotionnelles ciblées pour les groupes de clients du commerce de détail et de la restauration.

Une autre priorité de Bell concerne depuis des années l'approvisionnement en produits de la mer durables. D'une part, nous avons développé la part des poissons issus d'élevages labellisés, notamment grâce au label de qualité Marine Stewardship Council (MSC). Le MSC et le label correspondant garantissent la traçabilité du poisson et s'engagent à ce que le poisson provienne de pêches durables. En ce qui concerne l'élevage en aquaculture, nous suivons d'autre part de très près l'évolution au niveau du label. A l'heure actuelle, différentes organisations travaillent à la mise en place et au développement de programmes durables pour la pisciculture. Nous sommes convaincus que les programmes de labels pour l'aquaculture joueront un rôle toujours plus important à l'avenir. Les deux-tiers environ du volume global des ventes de Bell Seafood proviennent de fermes d'élevage. D'autre part, en sa qualité de membre de WWF Seafood Group, l'unité Bell Seafood assume ses responsabilités et mise sur des solutions qui ménagent les ressources et l'environnement. Cette étroite collaboration a pour objectif de proposer des

En 2012, l'intensité de la concurrence dans le com- merce de détail se renforcera très nettement.

produits délicieux de qualité, produits en harmonie avec la nature et ses ressources. C'est pourquoi nous nous sommes engagés à passer progressivement au poisson élevé dans des conditions d'exploitation durables et respectueuses de l'environnement. Cela implique, d'une part, qu'aucune espèce menacée d'extinction, comme le requin, la raie, l'espadon ou le thon rouge, n'entre dans l'assortiment. D'autre part, Bell recherche activement des solutions d'approvisionnement alternatives pour les poissons dont les stocks sont surexploités.

PERSPECTIVES 2012: DES SIGNES PEU FAVORABLES

Pour 2012, Bell Suisse s'attend à une croissance modérée pour tous les groupes de produits. Les conditions économiques au niveau européen et leur impact sur la Suisse sont difficiles à évaluer. L'intensité de la concurrence dans le commerce de détail continuera de croître. Dans l'exercice à venir, il faudra compter dans l'ensemble des segments à une guerre des prix encore plus féroce et à une concurrence encore plus impitoyable.

En l'absence d'une dépréciation substantielle du franc suisse par rapport à l'euro, la situation dramatique du tourisme ne se détendra pas – tout comme le tourisme des achats en zones limitrophes.

Il est évidemment difficile de prévoir l'évolution du prix des matières premières sur le seul marché suisse. Pour soutenir la dynamique de consommation, empêcher les achats à l'étranger et réduire les distorsions de concurrence, nous comptons sur la stabilité des prix des matières premières.

Du côté de l'offre, nous portons encore davantage nos efforts sur la recherche de solutions de produits innovantes – avec l'objectif d'exploiter de nouveaux potentiels créateurs de valeur. Bell travaille en outre systématiquement à l'amélioration de la productivité. A cet égard, le regroupement des unités de l'entreprise au niveau international est encore davantage mis à profit, par exemple pour l'achat de biens d'investissement ou de matériel de production.

Nous nous promettons de nouvelles impulsions à partir de la stratégie de marque décidée à fin 2011 pour la Suisse. La nouvelle stratégie nous permettra d'exploiter encore davantage la force de la marque Bell afin de faire progresser nos activités commerciales et de les positionner. Nous attendons à cet égard un impact favorable sur les ventes.

BELL INTERNATIONAL

En 2011, le groupe Bell a réussi à consolider sa position sur le marché européen. Le volume des ventes et le chiffre d'affaires ont tous deux progressé. La hausse notoire du coût des matières premières a toutefois pesé sur les comptes.

Danemark

Effectif du personnel
5
Succursale
1

Benelux

Effectif du personnel
50
Sites/centres de production
2
Volume des ventes
9'700 t

Allemagne

Effectif du personnel
1'450
Sites/centres de production
8
Volume des ventes
65'800 t

France

Effectif du personnel
400
Centres de production
6
Volume des ventes
12'000 t

Tchéquie

Effectif du personnel
560
Points de vente
65

Suisse

Effectif du personnel
3'325
Centres de production
10
Volume des ventes
120'800 t

Espagne

Effectif du personnel
55
Centre de production
1
Volume des ventes
4'400 t

Effectif du personnel au 31.12.2011 ; nombres arrondis
Volumes des ventes non consolidés

INHALT

- Bell International gagne de nouveaux marchés
- Guerre des prix et innovations sur le marché allemand
- Croissance modérée en Europe de l'Est
- Pression sensible sur les prix en France
- Focus sur le régionalisme en Europe de l'Ouest et du Nord
- Perspectives 2012 : accroître l'efficacité et encourager les synergies

Pologne

Effectif du personnel
180
 Centre de production
1
 Volume des ventes
7'700t

Slovaquie et Roumanie

Effectif du personnel
220
 Points de vente
29

Hongrie

Effectif du personnel
230
 Centre de production
1
 Volume des ventes
7'100t

BELL INTERNATIONAL GAGNE DE NOUVEAUX MARCHÉS

Bell International a pu consolider sa position sur le marché européen sur le plan du volume des ventes. Celui-ci a augmenté de plus de 5 % pour atteindre 103'551 tonnes au total. Le chiffre d'affaires en monnaie locale a augmenté de 5,7 % à 625 millions d'euros, dont environ 14 millions sont à rapporter à l'acquisition de Hoppe. En raison du cours de change de l'euro inférieur à la moyenne, le chiffre d'affaires en francs suisses se situe à CHF 771 millions sous le nouveau de l'exercice précédent (-4,8 % ou CHF -38,7 mio.).

Les résultats escomptés n'ont globalement pas été atteints, principalement en raison de la forte hausse du coût des matières premières qui n'a pu être répercutée que partiellement et encore avec retard. La forte demande en provenance de Russie et de Chine pour les composants de viande de porc a entraîné, en des temps record, le doublement de certains prix de ces produits essentiels pour nous. De même, les prix des matériaux d'emballage ainsi que ceux des adjuvants et additifs ont subi une hausse massive. Le commerce n'a admis que partiellement, et avec beaucoup de retard, les hausses de prix nécessaires. Les marges ont particulièrement souffert dans le secteur des saucissons secs et échaudés, alors que la situation du jambon sec s'est quelque peu stabilisée au second semestre, sans toutefois atteindre un niveau acceptable.

Bell a également progressé sur le plan de la réalisation de premiers effets synergiques. Grâce au réseau du groupe, de nouveaux marchés ont été gagnés pour des spécialités régionales spécifiques. De plus, les organisations de distribution établies au niveau régional ont pu compléter leur portefeuille de produits sur différents marchés, grâce aux assortiments d'autres entreprises du groupe. Une stratégie de marque internationale est également en cours d'élaboration. Notre objectif est de redimensionner notre portefeuille de marques et de nous concentrer sur les marques fortes pour les développer de façon ciblée.

GUERRE DES PRIX ET INNOVATIONS SUR LE MARCHÉ ALLEMAND

Depuis juin 2010, les prix des « packaged goods » pour le commerce de détail ne cessent d'augmenter. La responsabilité en incombe pour l'essentiel à l'augmentation croissante du coût des matières premières. Répercuter ces surcoûts sur les prix de vente des fabricants n'est que partiellement envisageable et conduit à une pression accrue sur les marges des fabricants. C'est notamment le cas du segment discount où les prix des matières premières pèsent lourd dans la balance en raison du niveau de prix globalement bas.

Le développement du marché des saucisses en libre-service a été modéré. Malgré le niveau déjà élevé, la part des marques commerciales sur l'ensemble du marché a encore grimpé, pour atteindre tout juste 47 %.

+5,4 %

Augmentation du volume des
ventes de Bell International.

Chez Bell Allemagne, le chiffre d'affaires des groupes de produits saucisses crues et échaudées ainsi que du jambon cuit a affiché une croissance moins forte que le volume des ventes, en raison de prix de vente inférieurs à la moyenne. Cette situation est attribuable, d'une part, à l'évolution des segments et groupes d'assortiments focalisés sur la clientèle et le marché, et d'autre part, à l'augmentation continue de la part des marques commerciales et des discounters. A l'inverse, le chiffre d'affaires du groupe de produits jambon cru a augmenté davantage que le volume. Cela vient de l'évolution du mix de produits vers des articles de meilleure qualité. La hausse massive de 10 à 15 % du prix des matières premières pour la viande et les matières grasses par rapport à l'année précédente, a eu une influence considérable sur le résultat. Le niveau était déjà nettement plus élevé au début de l'année que l'année précédente. De plus, la reprise saisonnière attendue en fin d'année ne s'est pas produite. C'est pourquoi la hausse des prix intervenue dès septembre n'a pas suffi à compenser les coûts. Afin d'agir activement et à temps contre une telle situation, nous avons pris des initiatives pour améliorer l'efficacité – notamment sur le plan de la production de saucisses échaudées et des processus administratifs.

Le marché du jambon sec en Allemagne s'est montré stable par rapport à l'exercice précédent, affichant un tonnage quasiment inchangé. Chez Abraham, le leader de la catégorie, les spécialités internationales de jambon sec ont connu une évolution particulièrement réjouissante – notamment le jambon espagnol Serrano ainsi que le prosciutto crudo et le jambon de Parme d'Italie. Nous avons pu consolider notre position de leader dans ces deux segments. Les mesures d'efficacité mises en œuvre en 2010 ont permis d'économiser sur les coûts prévus au budget, et ce malgré des volumes de vente plus élevés en 2011. L'agrandissement de l'entrepôt de logistique et de maturation à Harkebrügge en Allemagne (Basse-Saxe) a représenté l'investissement central. Nous avons aussi investi

de manière conséquente dans la technique de production, avec une nouvelle ligne d'emballage de viande en tranches, afin de répondre à l'essor des ventes dans le secteur des emballages pliés. La tendance vers les ménages de petite taille poursuit son essor. Abraham répond aux besoins de ce groupe de consommateurs avec un concept d'emballages spécialement adapté aux produits de jambon de qualité – à savoir les emballages pliés. Le format offrant un gain de place, la fermeture refermable et la transparence des emballages sont de puissants incitatifs à l'achat. Avec six produits existants et deux nouveaux, dont le jambon de Savoie de la maison Polette, l'assortiment répond aux désirs actuels des consommateurs. Cette variante d'emballage s'impose progressivement sur le marché, générant ainsi de la croissance. Ceci nous permet de compenser le léger recul des jambons allemands classiques, proposés en emballages standards. Autre fait digne de mention, l'exportation de spécialités de jambon cru vers le Japon, lancée en février 2011.

Dans le domaine Convenience, Bell a repris l'an dernier la société Hoppe GmbH. Celle-ci disposant d'un site de production moderne et de surfaces offrant l'espace nécessaire à un agrandissement, nous avons décidé d'y intégrer l'usine de production existante de ZIMBO. Le transfert de Steinheim, dans la Rhénanie-Du-Nord-Westphalie, dans la ville voisine de Bad Wünnenberg, a été achevé en décembre 2011. A l'avenir, les activités Convenience seront rassemblées sur le même site. La production à Steinheim a été stoppée au 31 décembre 2011. Début 2012, Hoppe a lancé une nouvelle offensive sur le marché, avec un concept de marque remanié et des innovations de produits très prometteuses.

L'exploitation des articles fabriqués sous licence, sous les marques « Du darfst » et « Becel » se situe à un niveau stable, avec des ventes d'un niveau élevé constant. La stagnation du marché est palpable. Le développement de nouveaux produits s'oppose cependant à cette tendance. Le partena-

Bell Allemagne a réussi à consolider sa position de leader pour les spécialités de jambon cru.

riat de licence existant avec Unilever a été étendu, fin 2011, à la charcuterie et aux saucisses sous la marque internationale « Bertolli ». Cette marque symbolise la joie de vivre italienne, bénéficie d'un haut niveau de notoriété et jouit d'une grande estime auprès des consommateurs. Dès début 2012, des spécialités de saucisses fraîches de cette marque seront tout d'abord proposées en Allemagne et aux Pays-Bas, comme le salami Milano ou la mortadelle.

CROISSANCE MODÉRÉE EN EUROPE DE L'EST

Alors que la plupart des pays d'Europe de l'Est n'ont pas encore surmonté les conséquences dramatiques de la crise économique mondiale, la crise de la dette jette déjà une ombre sur leur développement futur. S'ajoute à cela l'attractivité des prix de l'alimentation. Tout cela inquiète les consommateurs qui deviennent très sensibles aux prix. La tendance aux articles bon marché et aux discounters demeure élevée dans tous les pays de l'Europe de l'Est. L'évolution défavorable des taux de change du zloty polonais et du forint hongrois a par ailleurs renchéri en 2011 l'importation des matières premières pour nos sites de production en Pologne et en Hongrie. Si les inéluctables hausses de prix ont pu être réalisées dans les deux pays, elles ne l'ont pas été dans l'ordre de grandeur exigé.

En 2011, comme l'année précédente, la Pologne a enregistré une croissance économique stable. Le développement dynamique des discounters s'est poursuivi sur le marché. Dans ce contexte, nous avons pu consolider notre position sur le marché, notamment avec quelques clients clés. Durant le troisième trimestre, le cours de change défavorable et la hausse du prix des matières premières ont pesé sur les résultats.

L'évolution conjoncturelle en Hongrie s'est assombrie durant le second semestre. Il faut encore compter sur la faiblesse persistante de la conjoncture globale. Dans un tel contexte, aussi bien le segment des prix d'entrée que la part des labels

privés poursuivent leur croissance. Le développement de nos affaires a subi l'influence de plusieurs facteurs négatifs : au début de l'année, la Hongrie a suspendu l'importation de matières premières et des produits finis d'Allemagne, en raison du scandale de la dioxine en Allemagne, ce qui a conduit à des pertes de revenu et de référencement. 80 % des matières premières transformées en Hongrie sont importées. D'autres pertes ont été enregistrées en raison de l'évolution défavorable des taux de change. Des progrès ont néanmoins été constatés : la nouvelle organisation de l'équipe de direction et le renforcement de la distribution en Hongrie ont pu être mis en place. Grâce à l'introduction d'un nouveau système ERP au 1^{er} juillet, les processus informatiques ont pu être considérablement améliorés.

En Tchéquie, la consommation privée reste faible, malgré une croissance économique prometteuse. Les consommateurs se montrent toujours très sensibles aux prix, une attitude favorisée par la croissance constante des marques commerciales et des discounters. Dans ce contexte, l'évolution de nos affaires demeure très réjouissante sur le plan des activités commerciales et d'approvisionnement. Conséquence de la forte création de valeur par kilo, le résultat se situe nettement au-dessus du niveau de l'année précédente. L'expansion du réseau de points de vente en Tchéquie, en Slovaquie et en Roumanie s'est poursuivie, grâce à de nouvelles ouvertures. Le nombre de points de vente est passé de 23 à 94 unités au total.

PRESSIION SENSIBLE SUR LES PRIX EN FRANCE

En France, les consommateurs sont toujours très réticents et le marché reste disputé. Le secteur charcuterie s'est développé dans l'ensemble. Ce résultat est principalement dû au groupe de marchandises Jambon cuit. A l'inverse, les saucisses et jambons secs ont enregistré un recul. Par rapport aux autres pays européens, les produits d'entrée de gamme ont reculé pour la deuxième

année consécutive, alors que les articles de marque et les marques commerciales ont poursuivi leur progression. C'est particulièrement le cas des articles en libre-service, alors que le service au comptoir et les produits plus lourds et onéreux ont de nouveau subi des pertes.

Dans ce contexte, le groupe Polette a réussi à renforcer son chiffre d'affaires pour atteindre EUR 76 millions. Les volumes de vente étaient dans l'ensemble supérieurs au niveau de l'exercice précédent et ont atteint 11'900 tonnes. Cette progression peut s'expliquer par deux facteurs : l'augmentation des ventes de produits à forte création de valeur et l'acquisition de nouveaux clients. Les ventes de saucisses secs ont globalement progressé. Les spécialités plus lourdes à partir de 400 grammes font exception, étant donné que leur prix de vente final est plus élevé. Les volumes de vente de jambon secs ont repris, en particulier en fin d'exercice.

Le renchérissement énorme des matières premières – lié à la réticence du commerce à adapter les prix de vente en conséquence – ont exercé une très forte pression sur les marges. Différentes composantes de matières premières ont connu un renchérissement supérieur à 20 %. Certains prix d'approvisionnement ont parfois plus que doublé. Les volumes de vente en augmentation et de nouvelles améliorations de l'efficacité nous ont permis de contrer en partie la pression sur les marges. Mais nous n'avons pas trouvé d'alternative à la répercussion du renchérissement des matières premières sur les prix de vente.

FOCUS SUR LE RÉGIONALISME EN EUROPE DE L'OUEST ET DU NORD

Nous avons connu une évolution réjouissante en Espagne. Sanchez Alcaraz, une usine spécialisée dans la production de jambon sec, établie dans les environs de Madrid à Casarrubio del Monte, a pu augmenter son chiffre d'affaires, atteignant le meilleur résultat de l'entreprise depuis longtemps.

Cette croissance n'est pas uniquement due aux exportations vers l'Allemagne, mais aussi à l'acquisition de nouveaux clients indigènes. Malgré les difficultés économiques sur le marché indigène, le jambon sec est et reste le mets favori des Espagnols. La dégradation des prix du jambon Ibérico, dont le temps de maturation peut atteindre 36 mois, semble terminée.

La crise de l'euro a considérablement freiné l'essor économique des pays du BENELUX dont les économies nationales sont fortement tournées vers l'exportation. Le marché déjà très concurrentiel s'est encore durci. Dans ce contexte difficile, nous avons réussi à maintenir, voire augmenter, le niveau des ventes à nos clients les plus importants. Le volume des ventes des assortiments fabriqués au sein du groupe est stable voire légèrement supérieur à l'exercice précédent. Les produits du commerce ont en revanche plutôt baissé.

Dans les pays d'Europe de l'Ouest et du Nord, le groupe Bell s'est principalement concentré sur les centres de production de spécialités régionales afin de défendre et de consolider sa présence sur le marché. De plus, nous consolidons notre réputation de spécialiste établi pour les gammes Charcuterie et Convenience internationales, en mettant l'accent sur la combinaison de l'offre, de la proximité avec les clients, des prestations de service optimales, un réseau solide et des structures de coûts efficaces. Tout cela fait de Bell un partenaire de service compétent et indépendant pour les spécialités fraîches internationales.

PERSPECTIVES 2012 : ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ ET ENCOURAGER LES SYNERGIES

L'évolution du prix des matières premières aura une importance cruciale en 2012 aussi. Il est crucial que les augmentations de prix correspondantes soient imposées à temps du côté de l'acheteur. Le groupe Bell consacre beaucoup de temps à élaborer des stratégies permettant de réduire la dépendance à la volatilité des prix des matières premières.

L'évolution du prix des matières premières aura une importance cruciale en 2012 aussi.

Nous nous concentrons avant tout sur les assortiments à haute création de valeur, et continuons de réduire de manière significative les éléments d'assortiment à faible création de valeur. Cela nous permet de créer un assortiment optimal aussi bien en largeur qu'en profondeur pour les saucisses crues et échaudées. Nous finançons par ailleurs de nouveaux concepts de produit innovants et planifions des activités de vente efficaces.

Nous sommes confiants que nos atouts en matière de solutions innovantes et conceptuelles feront plus que compenser les éventuels effets exogènes comme la pression concurrentielle croissante. Les investissements déjà réalisés, les programmes d'optimisation de l'efficacité et les projets de synergie au sein du groupe Bell contribueront aussi à la poursuite de notre essor en 2012. Nous mettons notamment l'accent sur le domaine des achats et prestations de service, la distribution à l'échelle internationale, la logistique et les services administratifs.

Nous comptons aussi sur le développement de l'approvisionnement du commerce de gros sur enlèvement et de la restauration. Grâce à des assortiments composés de manière spécifique et les bonnes expériences tirées de nos marchés clés, nous voulons intensifier les relations clientèle existantes et étendre nos débouchés du point de vue géographique.

En plus de l'optimisation continue de nos activités commerciales opérationnelles, nous nous consacrerons de manière intensive aux questions de durabilité en 2012 afin de procéder aux réorientations nécessaires pour davantage de différenciation et de création de valeur.

Volumes de production et de chiffre d'affaires

Bell International	Chiffre d'affaires [en millions d'euros]	Volume des ventes [en tonnes]
Groupe Abraham	193	26'300
Groupe ZIMBO	356	65'800
Groupe Polette	76	11'900
Total Bell International	625	104'000

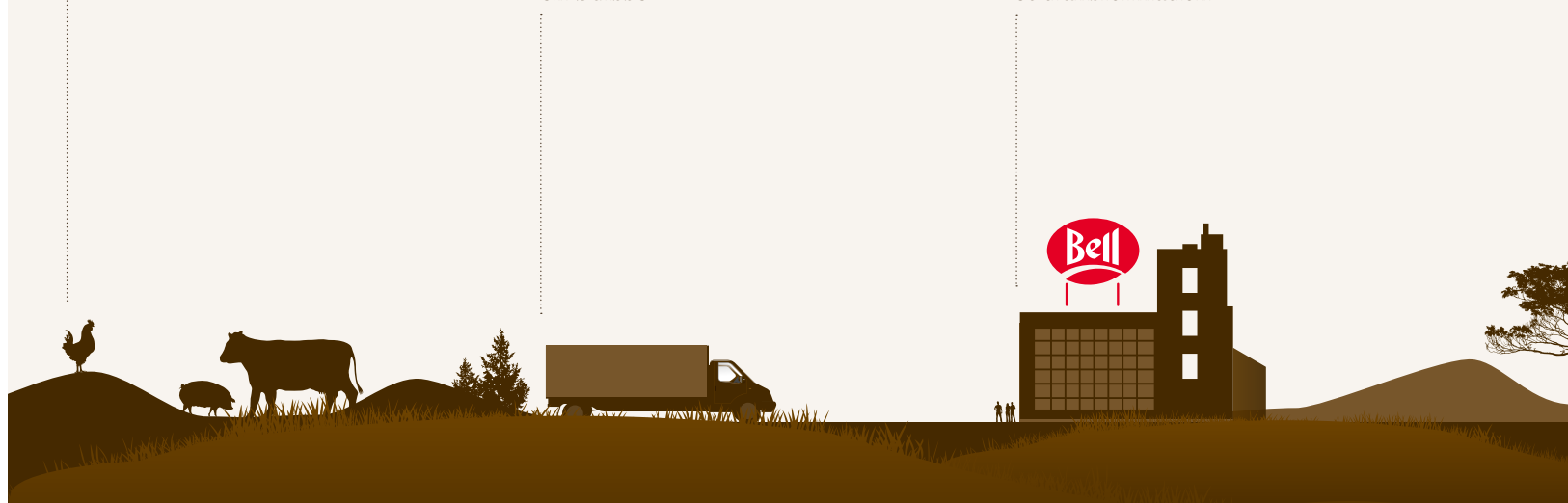
BELL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Un steak juteux sur l'assiette – du pur plaisir. En toute bonne conscience, lorsqu'il s'agit d'un produit Bell. Nous nous engageons en faveur de conditions d'élevage respectueuses des animaux et de voies de transport courtes, disposons d'installations d'abattage et de transformation de pointe et veillons constamment à une disponibilité et une fraîcheur optimales. C'est ainsi que la traçabilité est garantie sur tous les maillons de la chaîne de production de valeur. Du paisible bœuf de pâturage au steak juteux sur l'assiette. Parce que nous assumons nos responsabilités.

Production animale

Le transport d'animaux en Suisse

Abattage, découpage et transformation



Intégration en amont

Bell répond à la demande croissante de viande, poisson et volaille produits dans l'esprit du développement durable par des solutions respectueuses de l'environnement. Nous misons sur l'intégration de tous les niveaux en amont, notamment sur une collaboration exclusive avec des engraisseurs de volaille suisses soigneusement sélectionnés, la pêche durable de thon albacore aux Philippines, de la viande de bœuf de qualité issue d'un élevage avec vaches mère dans les pays baltes (projet).

Sans compromis

Bell ne procède à des abattages qu'en Suisse, et uniquement d'animaux indigènes, à ses sites de Bâle, Oensingen et Cheseaux-sur-Lausanne. Des dispositions officielles rigoureuses et des conditions d'achat précises pour la commercialisation/transformation règlent chaque détail d'un transport d'animaux.

Energie et ressources

Bell analyse systématiquement l'efficacité énergétique de tous les déroulements pour en tirer des mesures d'optimisation et les mettre en oeuvre.

20%

des besoins annuels en chaleur à distance grâce à des économies à l'abattoir de Bâle, suite à des adaptations et l'exploitation du réseau de vapeur urbain.

49%

Proportion de viande de programmes labellisés.



Garantir la disponibilité des produits

Bell assure un approvisionnement du commerce de détail à des rythmes pouvant atteindre six jours par semaine — c'est notre manière de garantir la fraîcheur.

200 Camions

sillonnent quotidiennement le pays pour approvisionner le commerce de détail et de gros ainsi que nos clients de l'industrie en Suisse.

Des denrées alimentaires sûres

Bell assure la sécurité des denrées alimentaires par une gestion de la qualité globale. Ça nous permet d'assurer que tous les impératifs légaux, liés aux divers standards, labels et clients, ainsi que tous les impératifs internes relatifs à l'hygiène et aux processus sont contrôlés, documentés et respectés.

Transparente

Bell pratique une communication ouverte et transparente — sur toute la chaîne de création de valeur.

> 3'000 questions

de toutes les catégories d'interlocuteurs ont été enregistrées et traitées en 2011 par le biais de divers canaux de communication.

CONTENU

- **Prendre ses responsabilités**
Les trois piliers de la durabilité
Perspectives – la stratégie 2012
- **1^{er} pilier : approvisionnement et prestations**
Gestion de la qualité et sécurité des denrées alimentaires
Approvisionnement
Production de viande
Emballage
- **2^e pilier : efficience des ressources**
Energie
Eau
Valorisation des résidus
Sécurité du travail
- **3^e pilier : responsabilité sociale**
Encadrement du personnel
Evolution du personnel
- **Communication**
Dialogue avec les groupes d'interlocuteurs

Chacune des activités de l'entreprise a des conséquences sur l'homme et l'environnement.

PRENDRE SES RESPONSABILITÉS

Pour Bell, la qualité est le maître mot. Ce n'est toutefois pas en fonction du produit final que nous la mesurons, mais sur la totalité du parcours qui y mène. Chacune des activités de l'entreprise a des conséquences sur l'homme et l'environnement. Il y a longtemps que nous sommes conscients de cette responsabilité et nous l'exprimons au quotidien. Bell a ainsi notamment assumé un rôle de précurseur en développant et favorisant une production conforme aux besoins de l'espèce.

Nous répondons aux besoins et aux attentes élevées des différentes catégories d'interlocuteurs grâce à une production et transformation de viande et produits carnés efficaces économiquement, irréprochables écologiquement et responsables socialement.

LES TROIS PILIERS DE LA DURABILITÉ

Le développement durable réunit divers aspects. Pour contrôler et évaluer un processus de la chaîne de création de valeur quant à sa conformité au développement durable, il est donc indispensable de se référer à des critères spécifiques. Une évaluation objective implique d'étudier chaque processus sous plusieurs points de vue et selon différents critères. Ces critères constituent les aspects écologiques, économiques et sociaux. Le concept de durabilité de Bell repose sur trois piliers : approvi-

sionnement et prestations, efficience des ressources et responsabilité sociale.

Approvisionnement et prestations : La durabilité commence déjà au niveau de l'achat – des matières premières en passant par les moyens auxiliaires et l'emballage jusqu'à l'énergie. En plus des dispositions légales, nous définissons nos propres standards pour concrétiser notre vision d'un approvisionnement durable. C'est ainsi que nous tenons par exemple compte des conditions d'élevage et d'alimentation des animaux de rente, d'une gestion parcimonieuse des ressources limitées et du choix systématique de moyens auxiliaires et matériel d'emballage respectueux de l'environnement. Ces précieuses matières premières sont transformées en produit alimentaire savoureux qui fera le plaisir d'une multitude de gens. Dans ce contexte, nous tenons à répondre aux exigences les plus élevées. Une gestion de la qualité exhaustive assure le respect de toutes les dispositions relatives à l'hygiène et la sécurité des denrées alimentaires.

Efficience des ressources : Bell analyse systématiquement l'efficience énergétique de tous les déroulements pour en tirer des mesures d'optimisation et les mettre en oeuvre. Il en va de même pour le recours à des éléments pratiques, comme par exemple le matériel d'emballage. Economiser les

La stratégie de durabilité doit être ancrée dans la stratégie d'entreprise, comme partie intégrante de tous les processus.

ressources et valoriser les résidus est un processus continu qui se compose de nombreuses activités. Toutes n'ont qu'un unique objectif : améliorer l'efficacité énergétique et des ressources, tout en réduisant les émissions et les déchets.

Responsabilité sociale : L'entreprise a une responsabilité à l'égard de son personnel. Celle-ci comprend presque autant d'aspects qu'un être humain a de facettes. Notre stratégie du personnel résume les principaux aspects liés à la responsabilité sociale à l'égard des employés. Elle définit également des principes comportementaux et de direction qui incarnent les valeurs de l'entreprise. Si cette stratégie couvre une multitude de domaines, elle ne dispense aucun supérieur hiérarchique de sa responsabilité d'écoute et d'accompagnement à l'égard de chaque collaborateur. Mais en plus de son propre personnel, Bell assume également sa responsabilité sociale face à d'autres groupes d'interlocuteurs au sein de la société.

Dans chacun des trois domaines resp. piliers de la stratégie de durabilité, Bell vise une position de leader de sa branche. A nos yeux, cet objectif fait également partie intégrante de la responsabilité de l'entreprise, et ce pas uniquement en Suisse, notre marché domestique, mais dans tous les pays où Bell exerce des activités. Dans le contexte de l'expansion internationale, il faut de ce fait également tenir compte des conditions légales ainsi que des normes sociales et éthiques du pays considéré. Afin d'être en mesure d'assumer cette responsabilité, nous entretenons un dialogue permanent avec nos groupes d'interlocuteurs, qui comprennent les consommateurs, les partenaires commerciaux, les investisseurs et, bien sûr, notre personnel. Les animaux, à la base de toutes nos activités commerciales, méritent eux aussi une entreprise qui agit avec responsabilité et respect.

Bell identifie les signes du temps. Nous sommes conscients que le respect des principes de durabilité deviendra de plus en plus important, mais nous ne voulons pas devenir le jouet de groupes d'intérêt qui cherchent à se faire remarquer par des actions plus ou moins spectaculaires dans le but d'atteindre leurs propres objectifs plutôt que ceux des cercles intéressés au premier chef. Nous ne visons pas un effet à court terme, nous voulons adopter ce qui sera également la meilleure approche à moyen et long termes. Une attitude responsable à l'égard des clients, des collaborateurs et des ressources est un facteur de succès qui se

traduit par des résultats commerciaux mesurables. Si la société nous perçoit comme une entreprise consciente de ses responsabilités, qui pratique une action économique durable, cette image positive contribuera à assurer une croissance stable.

Mais ne peut être véritablement durable qu'une croissance qui, en plus de nouveaux produits convaincants, comprend aussi l'optimisation permanente du portefeuille et des processus existants et s'appuie sur la solidarité sociale, l'efficacité et la planification et utilisation parcimonieuses des ressources.

A une époque qui se distingue par les changements et implique sans cesse de nouveaux défis, nous sommes en tous les cas certains d'une chose : nous souhaitons connaître encore mieux les répercussions de notre action. Parce que savoir, c'est pouvoir, et que ces connaissances nous permettront de maîtriser encore mieux les défis du futur. En plus de la gestion environnementale interne, nous nous concentrons également sur toute la chaîne des processus et de la création de valeur, de la production de viande et des fournisseurs en passant par la transformation et jusqu'au consommateur. C'est la raison pour laquelle nous collectons toutes les informations disponibles pour en tirer des enseignements concrets, par exemple dans le cadre d'études.

PERSPECTIVES – LA STRATÉGIE 2012

Des activités liées à la durabilité sont en cours dans toutes les sociétés du groupe Bell, même si la méthodologie et l'implantation varient d'une entreprise à l'autre. Afin d'harmoniser ces mesures, nous développons actuellement une stratégie de durabilité destinée à l'ensemble du groupe Bell. Cet aspect devient en effet toujours plus crucial : il ne suffit plus de se contenter de mesures au hasard, l'on doit véritablement approfondir le thème. Notre but est d'agir selon les mêmes principes dans toutes les entreprises et dans tous les pays. En outre, la stratégie de durabilité doit être ancrée dans la stratégie d'entreprise, comme partie intégrante de tous les processus. Nous voulons mettre en œuvre et contrôler des processus que nous sommes à même d'influencer directement et observer, pour mieux les comprendre, ceux qui ne relèvent pas de notre sphère d'influence directe. Ces tâches figureront sur notre agenda 2012 et contribueront à faire de cette année une nouvelle année de succès : pour notre entreprise, mais aussi pour l'être humain et l'environnement.

L'entreprise s'engage en faveur d'une production de viande issue d'animaux nourris et élevés conformément aux besoins de l'espèce.

1^{ER} PILIER : APPROVISIONNEMENT ET PRESTATIONS

GESTION DE LA QUALITÉ ET SÉCURITÉ DES DENRÉES ALIMENTAIRES

Le groupe Bell dispose d'un système de gestion de la qualité très complet qui nous permet d'assurer que tous les impératifs légaux, liés aux divers standards, labels et clients, ainsi que tous les impératifs internes relatifs à l'hygiène et aux processus sont contrôlés, documentés et respectés. Bell est ainsi en mesure de garantir la sécurité des denrées alimentaires.

Par le biais d'audits internes, formations sur l'hygiène, la BPP (bonne pratique de production), le concept HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) et d'autres mesures, notre gestion qualité prépare constamment les divers sites et leur personnel aux contrôles et audits des autorités (UE, Inspectorat des denrées alimentaires, etc.), de clients et de sociétés de certification (IFS, labels tels que Bourgeon Bio, MSC, Berg/Alp, etc.).

La direction de l'entreprise et tous les sites ont de nouveau fait l'objet d'un audit au cours de l'exercice considéré sur le standard IFS version 5 reconnu par GFSI (Global Food Safety Initiative). Tous les certificats en vigueur ont été confirmés une fois de plus. Certains sites ont en outre fait l'objet de contrôles selon le standard BRC (British Retail Consortium) et obtenu confirmation.

La même chose s'applique aux différents labels Bourgeon Bio ainsi qu'aux autres labels de qualité tels que QS, Suisse Garantie, MSC (Marine Stewardship Council) et l'Ordonnance sur l'utilisation des dénominations « montagne » et « alpage » pour le label « Pro Montagna ». Des audits externes ont également confirmé ces certificats pour tous les sites concernés.

Les autorisations d'exploiter sont contrôlées par les autorités sur la base des risques, ce qui fut également le cas dans l'exercice considéré. Au moins un audit s'est déroulé sur chacun des sites. Deux usines ont de nouveau reçu l'autorisation d'exporter de la viande vers les Etats-Unis et quatre usines au total sont autorisées à exporter vers le Japon.

Une série d'audits de clients à différents sites complète le spectre des contrôles et certifications réussis.

APPROVISIONNEMENT

La fabrication de produits carnés sûrs et de bonne qualité constitue notre activité centrale. L'entreprise s'engage en faveur d'une production de viande issue d'animaux nourris et élevés conformément aux besoins de l'espèce. L'itinéraire de la viande est en partie retraceable jusqu'au niveau du producteur. Dans le cadre de la législation et d'impératifs internes de clients, nous déclarons l'origine en toute transparence, en tant qu'information pour le client et le consommateur.

Bell a défini des conditions-cadres précises et des directives en rapport pour l'achat d'animaux d'abattage, de viande et de poisson. Celles-ci se réfèrent aux législations nationales ainsi qu'à des exigences spécifiques à l'entreprise et aux clients.

Nous contrôlons de manière tout aussi rigoureuse nos partenaires à l'étranger dont Bell importe de la viande. Ceux-ci sont sélectionnés selon des critères sévères, régulièrement contrôlés dans le cadre d'audits et ils s'engagent à documenter toutes les mesures et à respecter les directives de Bell. En cas de dérivations, nous initions les mesures qui s'imposent.

En ce qui concerne l'élevage de volaille suisse, Bell travaille exclusivement avec des partenaires contractuels sélectionnés. Les conditions sont définies conjointement avec les représentants de l'organisation des engraisseurs de volaille MOSEG.

Pour tous les autres articles commercialisés et le non-alimentaire, la règle est la suivante : en plus de conditions d'achat spécifiques aux articles, nos choix sont dictés par des critères sociaux et éthiques.

Concernant le matériel d'emballage primaire, des attestations de conformité sont réunies. De plus, nous exigeons de la part de tous nos fournisseurs d'emballages primaires et de produits alimentaires une certification selon IFS, BRC, HACCP ou la présentation d'une équivalence.

Avant de collaborer avec un nouveau partenaire fournisseur, celui-ci doit se soumettre à une procédure d'évaluation spéciale qui lui permettra de figurer sur la liste des fournisseurs autorisés.

Afin de répondre à la demande croissante de viande, poisson et volaille produits en conformité

Tous les processus énergétiques font l'objet d'analyses systématiques chez Bell.

avec le développement durable, Bell mise systématiquement sur des solutions écocompatibles et durables, en n'hésitant pas au besoin à s'engager sur des voies nouvelles et non conventionnelles. C'est ainsi que nous investissons par exemple dans un projet d'avenir pour la production de viande de bœuf de qualité issue d'un élevage avec vaches mère sur la base de prairies dans les pays baltes. Cette viande de bœuf de qualité supérieure est destinée aux marchés suisse et UE. Ce projet se déroulera en collaboration avec Coop (Suisse), l'Initiative internationale de protection du climat, le distributeur balte IKI et la société Estonian-ACB-VIANCO OÜ, filiale de VIANCO AG, une entreprise suisse de commerce de bétail.

Bell Seafood est membre du WWF Seafood Group et a retiré de son assortiment les espèces de poissons les plus menacées selon le WWF. Bell Seafood collabore en outre avec Marine Stewardship Council (MSC) dans le cadre de son offre de poissons issus d'une production durable. Ce label garantit la traçabilité du poisson et donne l'assurance qu'il provient d'une pêche compatible avec le développement durable. L'élargissement de ce type d'assortiments de Bell Seafood restera l'une de nos priorités à l'avenir.

A fin 2010, le WWF, la société allemande DEG (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft) et Blueyou Consultancy ont initié un partenariat avec Coop (Suisse), Bell Seafood et Seafresh pour une pêche de thon durable avec de petits pêcheurs des Philippines. Ce projet porte sur deux régions réunissant environ 5'000 pêcheurs et 2'700 bateaux en bois traditionnels. Les pêcheurs ne travaillent qu'à la ligne avec de gros hameçons, une méthode respectueuse du fait que chaque thon est attrapé individuellement. Elle n'occasionne ainsi quasiment pas de prises accessoires et les répercussions sur les fonds marins sont moindres. La pêche à la ligne est l'une des principales sources de revenus de ces communautés de pêcheurs. L'objectif du projet est d'atteindre la durabilité requise afin d'obtenir la certification MSC en 2014.

PRODUCTION DE VIANDE

Toute la matière première en provenance de l'étranger est uniquement achetée dans un état prêt à la transformation. Bell exploite en revanche ses propres abattoirs et usines de découpage en Suisse. Dans le cadre de la production de viande, nous attachons une très grande importance au

respect des animaux. C'est la raison pour laquelle nous collaborons étroitement avec divers organismes concernés, par exemple la Protection Suisse des Animaux (PSA), et misons toujours sur une technologie de pointe dans le cadre des transformations et nouvelles constructions.

Bell est ainsi la première entreprise de Suisse à avoir introduit, en avril 2011, l'étourdissement par atmosphère contrôlée en lieu et place du système traditionnel d'étourdissement électrique des volailles dans un bain d'eau. Ce procédé répond aux hautes exigences en matière de bien-être animal et présente également un effet positif sur la qualité de la viande.

EMBALLAGE

L'emballage de la viande doit satisfaire à des exigences particulières : les dispositions relatives à l'hygiène et les attentes des consommateurs sont notre référence. Les solutions d'emballage actuelles constituent le meilleur compromis possible en ce moment, mais incitent aussi constamment Bell à rechercher de nouvelles optimisations. Notre objectif déclaré est et reste le développement d'un emballage à la fois judicieux écologiquement et à même de répondre aux exigences des consommateurs et des clients.

Bell étudie actuellement dans tous les sites de production du groupe des moyens de réduire les quantités de matériel d'emballage et de se procurer des emballages issus de matières premières renouvelables ou recyclées. L'usine de Suhl, dans la Thuringe en Allemagne, participe à un programme d'encouragement du ministère allemand de l'Economie et de la Technologie visant à améliorer l'efficacité des matériaux. Nous sommes également soutenus par les progrès technologiques du côté de nos fournisseurs. C'est ainsi que nous pouvons aujourd'hui utiliser des feuilles plus minces assurant la même efficacité de protection.

2^E PILIER : EFFICIENCE DES RESSOURCES

Tous les processus énergétiques font l'objet d'analyses systématiques chez Bell, afin d'en retirer des mesures correspondantes et de les appliquer. Economiser les ressources et valoriser les résidus est un processus continu qui se compose de nombreuses activités.

Une politique de l'énergie respectueuse de l'environnement fait partie des priorités de Bell.

ENERGIE

La réduction significative des émissions de CO₂ à l'échelle du groupe est l'un des objectifs majeurs de Bell. Les conditions-cadres et les objectifs de chaque pays sont déterminantes pour l'introduction de mesures concrètes.

Une politique de l'énergie respectueuse de l'environnement fait partie des priorités de Bell. La transformation de viande consomme beaucoup d'énergie, puisqu'il faut par exemple refroidir la plupart des espaces de travail. Nous avons continué d'intensifier nos efforts ces dernières années et disposons aujourd'hui d'un contrôle actif de l'énergie qui recense tous les mois, de manière centralisée, les quantités et coûts de toutes les énergies, de la consommation d'eau, des résidus et des sous-produits animaux. De cette manière, nous pouvons immédiatement réagir à tout écart. Ce système de contrôle actif, et les améliorations qui en résultent, ont déjà sensiblement optimisé la consommation d'énergie.

L'énergie utilisée aux sites de Bell provient de différents fournisseurs. Des sources d'énergie durables constituent un critère de choix décisif et nous recourons par exemple dans une large mesure à la chaleur à distance. En outre, nous exploitons systématiquement la chaleur perdue des installations de refroidissement, ce qui nous évite de recourir à une autre forme d'énergie pour le chauffage.

Au cours de l'exercice considéré, diverses mesures sont à l'origine de nouvelles économies d'énergie : des adaptations à notre installation frigorifique pour la maturation des salamis à Bâle nous ont par exemple permis de réduire la consommation de vapeur de 1'500 MWh par an, soit 10 % de la consommation totale. La chaleur perdue des installations frigorifiques est maintenant exploitée pour tout le processus de maturation des saucisses crues, grâce à une pompe à chaleur à haute pression ; aucune autre énergie de chaleur n'est désormais requise.

Le raccordement de deux installations frigorifiques décentralisées et l'utilisation du réseau de vapeur urbain permettent à l'abattoir de Bâle d'exploiter la récupération de chaleur de toute l'installation. Nous économisons ainsi 1'000 MWh de chaleur à distance, soit environ 20 % des besoins annuels.

Grâce à des investissements communs dans des mesures d'économie d'énergie, Bell Volaille et les producteurs de volaille ont déjà réussi à réduire les émissions de CO₂ de 10 % par rapport à l'année précédente. Une ventilation et un éclairage optimisés ont également amélioré l'efficacité énergétique de la production.

A l'avenir encore, Bell continuera d'investir, avec ses producteurs de volaille en Suisse, dans des processus de production écologiques : les grands toits des poulaillers, généralement orientés au sud, réunissent des conditions idéales pour accueillir des installations solaires. Cela permet aux éleveurs de volaille, avec le soutien de Bell, de contribuer grandement à un engraissement de volaille écologique et durable. Chaque poulailler fait actuellement l'objet d'études de faisabilité dans la perspective de telles installations.

En Allemagne, les émissions de CO₂ ont pu être fortement réduites grâce à la construction du nouveau centre logistique et dépôt de maturation de l'usine d'Abraham à Harkebrügge (Basse-Saxe). De plus, 365 tonnes de CO₂ sont évitées grâce à l'emploi d'un nouveau réfrigérant et 63 tonnes supplémentaires par la récupération de chaleur.

EAU

Grâce à des mesures ciblées, Bell a aussi réussi à réduire la consommation d'eau. Certaines étapes de travail continuent malgré tout d'exiger énormément d'eau, si bien que nous redoublerons d'efforts dans ce domaine. Bell évalue en permanence les processus de travail, en veillant systématiquement à la consommation d'eau à l'achat de nouvelles installations, en plus d'autres critères.

Chez ZIMBO, l'optimisation de la consommation d'eau et d'énergie, ainsi que la réduction de la pollution des eaux usées, constituent des priorités en matière de durabilité dans les usines de production. C'est ainsi qu'une amélioration des déroulements relatifs au nettoyage des installations a déjà permis d'obtenir des économies significatives d'eau et d'écoulements polluants.

VALORISATION DES RÉSIDUS

Les sous-produits, issus de la production de viande dans nos abattoirs et usines de découpage en Suisse, sont collectés dans chaque usine, de manière sûre et hygiénique, dans des flux de produits

La majorité du personnel se déclare satisfaite du contexte professionnel dans notre entreprise et aime travailler chez Bell.

séparés. Les sous-produits sont généralement valorisés par Centravo, une entreprise spécialisée dans l'élimination de sous-produits d'origine animale. Bell détient une participation financière de Centravo, avec d'autres transformateurs suisses de viande. Un petit pays comme la Suisse permet en effet de regrouper les sous-produits de plusieurs entreprises pour une valorisation judicieuse sur les plans économique et écologique.

Dans le cadre de sa gestion environnementale, Bell dispose toutefois aussi d'un concept différencié de valorisation des résidus. Le principe en est le suivant : dans toute la mesure du possible, il s'agit d'éviter les résidus ; les résidus inévitables sont à minimiser et doivent rejoindre les filières de valorisation thermique, biologique et matérielle, dans le respect de l'environnement.

Dans notre abattoir d'Oensingen (canton de Soleure), les eaux industrielles sont nouvellement épurées par une presse à vis. Comme cela réduit le poids à transporter, le nombre de transports requis et, par conséquent, les coûts d'énergie, diminuent. Une étude montrera par ailleurs comment récupérer l'énergie contenue dans les eaux usées du traitement de tripes.

SÉCURITÉ DU TRAVAIL

En plus d'une action responsable à l'égard de l'environnement et des ressources, la sécurité et la santé du personnel sont des préoccupations centrales chez Bell. Dans chaque usine, des concepts de sécurité et un responsable de la sécurité veillent à l'application, partout et toujours, de ces règles. Les accidents font l'objet d'analyses systématiques afin d'en tirer des mesures et de les appliquer. De plus, des groupes de travail pour le domaine de la sécurité sont constitués dans les plus grands sites.

Les nouvelles installations sont toujours soumises à une analyse ciblée des risques, ce qui a permis d'optimiser le standard de sécurité. Le « facteur humain » a également été pris en compte dans ce contexte – par le biais de formations continues du personnel et de mesures de prévention, et ce également dans la perspective d'accidents non professionnels. Tous les sites sont soumis à des audits internes annuels afin d'optimiser le standard environnemental et de sécurité.

3^E PILIER : RESPONSABILITÉ SOCIALE

Dans le cadre de sa stratégie du personnel, Bell a redéfini des objectifs et principes comportementaux pour l'ensemble du personnel, ainsi que des principes de direction pour les cadres. Il s'agira maintenant d'ancrer la stratégie du personnel dans toutes les entreprises du groupe Bell. Le défi consiste à assurer l'harmonisation des objectifs et principes dans les différentes sociétés. L'attitude fondamentale du groupe Bell à l'égard de son personnel est identique dans tous les pays où nous sommes représentés. Des systèmes et cultures existants ainsi que des particularités et besoins, nationaux ou régionaux, seront pris en compte dans ce cadre. La législation du travail dans le pays concerné nous apparaît comme une exigence minimale de nos conditions d'engagement.

Le droit à la libre expression de son opinion et l'égalité de traitement ne sont que deux des raisons qui expliquent la loyauté du personnel à notre égard. Pour le reste, nous misons également sur une rémunération axée sur les prestations et une pratique d'information transparente, en temps utile et adaptée au niveau hiérarchique.

ENCADREMENT DU PERSONNEL

Satisfaction du personnel : Nous tenons à savoir à quel point notre personnel est satisfait de travailler chez Bell. C'est la raison pour laquelle nous avons systématiquement recensé pour la deuxième fois en 2011 la satisfaction du personnel à tous nos sites en Suisse. Le personnel était invité à s'exprimer sur 14 critères différents et leur importance respective en matière de satisfaction. Les résultats montrent dans quels domaines Bell Suisse et les différentes divisions doivent agir. Suite à la première enquête menée en 2010, Bell a déjà pris des mesures pour améliorer la situation. Avec succès : par rapport à l'année précédente, le taux de réponse de l'enquête était deux fois plus élevé en 2011 et les résultats nettement meilleurs. La majorité du personnel se déclare satisfaite du contexte professionnel dans notre entreprise et aime travailler chez Bell. Un besoin d'agir apparaît lorsque la différence entre l'importance attribuée à un critère et la satisfaction sur ce point est particulièrement grande. Le cas échéant, nous analysons intensément les points concernés et visons des améliorations. La prochaine enquête auprès du personnel est prévue pour le printemps 2013.

Chiffres du personnel groupe Bell	2011	2010
Effectifs du personnel		
Effectifs du personnel moyens convertis en postes à plein temps	6'059	6'179
Effectifs du personnel au 31.12. en nombre de personnes	6'470	6'488
Effectifs du personnel par pays		
Suisse	3'324	3'497
Allemagne	1'445	1'461
France	404	399
Tchéquie	557	618
Hongrie	226	200
Pologne	182	178
Autres	332	135
Part plein temps	79 %	75 %
Part temps partiel	21 %	25 %
Part hommes	60 %	59 %
Part femmes	40 %	41 %
Part de femmes dans les cadres	17 %	20 %
Nombre de nationalités	74	77
Structure d'âge		
jusqu'à 19 ans	2 %	3 %
20 – 29 ans	18 %	20 %
30 – 39 ans	26 %	27 %
40 – 49 ans	30 %	29 %
50 – 59 ans	21 %	19 %
plus de 60 ans	3 %	2 %
Formation et perfectionnement		
Apprentis	83	76
Nombre de journées de formation	7'430	7'295

Les résultats de l'enquête menée en 2011 chez Abraham en Allemagne étaient comparables à ceux de Bell Suisse. Nous avons maintenant l'intention d'étendre l'instrument des enquêtes auprès du personnel à toutes les sociétés de Bell International. De plus, nous étudions des moyens de multiplier la systématique qui a fait ses preuves.

Dialogue avec le personnel : Des entretiens d'évaluation individuels sont menés chaque année avec l'ensemble du personnel de tous les sites du groupe Bell. Leur but est d'aborder et de documenter les points essentiels de la collaboration. De plus, ces entretiens servent également à définir

des objectifs individuels, contrôler leur réalisation et prévoir des mesures de formation et évolution.

Bell a organisé un séminaire de fixation des objectifs au cours de l'automne 2011 pour tous les cadres moyens et supérieurs à l'échelle du groupe. En plus de thèmes et objectifs liés à l'entreprise, des mesures pour les objectifs personnels ont également pu être élaborées à cette occasion.

Diverses structures internes et externes sont à la disposition du personnel dans le but de favoriser un dialogue constructif. En plus de son supérieur hiérarchique direct, chaque collaborateur a ainsi

Chaque collaborateur de Bell doit pouvoir évoluer dans tous les domaines.

un interlocuteur au service du personnel. Les instruments de communication internes, comme l'Intranet et les magazines du personnel, représentent d'autres plateformes de dialogue.

EVOLUTION DU PERSONNEL

Formation et perfectionnement : La formation et le perfectionnement du personnel sont essentiels à nos yeux et nous considérons notamment que l'aspect de la promotion du personnel fait partie de notre responsabilité sociale. En Suisse et en Allemagne, nous assurons une formation professionnelle de base dans plus de 15 métiers : le spectre va du boucher-charcutier en passant par l'employé de commerce jusqu'à l'informaticien ou le mécanicien. De plus, Bell étudie en permanence l'introduction de nouveaux métiers de formation et l'optimisation des conditions de formation dans les métiers établis.

Gestion des talents : Bell pratique un développement du personnel et une promotion de la relève actifs et systématiques. Nous soutenons l'élargissement et l'encouragement des aptitudes et connaissances de nos employés afin de leur permettre d'exercer leurs fonctions avec succès, de les étendre et d'en assumer de nouvelles. Le but de la gestion des talents est d'identifier et d'encourager individuellement les potentiels de notre personnel.

Chaque collaborateur de Bell doit pouvoir évoluer dans tous les domaines ; de plus, l'internationalisation croissante du groupe Bell offre également d'intéressantes opportunités de carrière. Les stages transfrontaliers sont l'un des moyens de les exploiter. A l'avenir, nous avons l'intention d'instaurer une pratique homogène à l'échelle du groupe dans ce domaine. L'harmonisation et la simplification de ces processus est une étape dans cette direction.

COMMUNICATION

DIALOGUE AVEC LES GROUPES

D'INTERLOCUTEURS

L'échange régulier avec les clients et d'autres groupes d'interlocuteurs de Bell est un facteur de succès majeur. Le dialogue joue un rôle central dans ce cadre, puisqu'il nous permet d'évaluer nos prestations d'un point de vue extérieur et d'identifier des chances et des risques à un stade précoce. Le site Internet, les rapports annuels et semestriels ainsi que les communiqués de presse sont les principaux vecteurs de communication avec des interlocuteurs externes. Un service de presse central est également à leur disposition pour répondre à des questions individuelles. Plus de 3'000 demandes au total ont été enregistrées et traitées en 2011 par le biais de divers canaux de communication.

En plus des entretiens personnels, l'Intranet, les magazines du personnel ou les bulletins électroniques sont des instruments de la communication interne. Des rencontres régulières et, dans le cas de certaines associations, l'engagement actif, nous permettent d'entretenir un contact permanent avec les autorités, des associations et divers groupes d'intérêt.

Dans le domaine des médias électroniques, nous avons poursuivi l'implémentation de mesures introduites avec succès. Une équipe de rédaction interne s'occupe des contenus des sites Internet de l'entreprise ainsi que de la présence sur le web des différentes marques de Bell. Plusieurs bulletins électroniques informent régulièrement les abonnés de nos nouvelles campagnes et initiatives.

Bell entretient aussi ses propres profils sur les principaux réseaux sociaux, ce qui nous permet de disposer d'une plateforme de dialogue supplémentaire avec nos groupes d'interlocuteurs.

Renvoi

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



Viande spéciale

Volume des ventes
800 t



Seafood

Volume des ventes
5'100 t



Charcuterie Bell Schweiz

Volume des ventes
32'300 t



Volaille

Volume des ventes
27'400 t



Charcuterie Bell International

Volume des ventes
103'600 t



Viande fraîche

Volume des ventes
54'800 t

GRAPHIQUE:

Volume des ventes par groupes de
produits ; nombres arrondis

Rapport financier et
Corporate Governance

BELL EN CHIFFRES

Groupe Bell

- 44_ Rapport financier
- 46_ Bilan consolidé
- 47_ Compte de résultat consolidé
- 48_ Flux de fonds
- 49_ Justification des fonds propres
- 50_ Principes de consolidation et d'évaluation
- 52_ Annexe au bilan consolidé
- 59_ Annexe au compte de résultat consolidé
- 64_ Données complémentaires
- 65_ Participations importantes
- 66_ Aperçu sur plusieurs années
- 67_ Informations sur les actions
- 68_ Rapport de l'organe de révision

Corp. Governance

- 69_ Corporate Governance

Bell SA

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

- 86_ Contacts
- 87_ Impressum

Tous les nombres sont arrondis individuellement

Rapport financier

LE GROUPE BELL MAINTIENT LE CAP

Martin Gysin,
Responsable direction Finances/Services

Suite à la déconsolidation du secteur d'activité Convenience et en raison de l'évolution des changes dans la zone euro, le groupe Bell présente en 2011 un recul du chiffre d'affaires d'environ CHF 100 millions. Une correction de ces deux effets fait apparaître une croissance de CHF 44 millions ou 1,8 %. En Suisse, la marche des affaires était réjouissante. Les volumes ont encore progressé de 1,5 %, en partant d'un niveau élevé, et les marges ainsi que les coûts ont également connu une évolution favorable. En revanche, 2011 était une année tendue sur les marchés européens. Une nette hausse des matières premières au premier semestre n'a pu être répercutée qu'avec d'importants retards. Vers l'automne, certains éléments ont subi un nouveau renchérissement majeur, en raison d'une forte demande de quelques pays acheteur forts. L'évolution défavorable des cours en Hongrie et en Pologne s'est ajoutée à ces phénomènes, si bien que le résultat général, malgré une croissance réjouissante des volumes de 5,2 % au total, n'avait rien de satisfaisant.

La marge bénéficiaire brute a reculé de 33,4 à 33,2 %, et ce parce que la marge de l'année précédente avait été favorisée par un effet unique. Après correction de cet effet, la marge bénéficiaire brute est inchangée, malgré la déconsolidation de Bell Convenience. Les charges d'exploitation ont diminué de 25,2 à 24,9 % des produits nets, mais ces changements sont également à rapporter à des effets uniques. C'est ainsi que CHF 8 millions de prestations d'assurance suite à l'incendie chez Frigo St. Johann AG en 2010 ont été portés au crédit des charges d'exploitation à l'issue des investigations légales. Par ailleurs, des coûts d'un montant total d'environ CHF 1,2 million pour la fermeture de l'usine de Steinheim ont été imputés à divers postes des charges d'exploitation. Le résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) est ainsi inchangé, à 8,2 %.

Un marché très tendu en Allemagne a motivé un réexamen complet de notre position chez ZIMBO. Nous sommes parvenus à la conclusion que l'entreprise ne serait pas en mesure de générer les résultats initialement escomptés dans un proche avenir, en raison d'une concurrence agressive associée à l'évolution défavorable des prix des matières premières. Le goodwill encore activé et la valeur de la marque ne se justifiaient donc plus. De ce fait, nous avons totalement dévalué le goodwill repris avant 2011 ainsi que la valeur de la marque. Après correction des dévaluations et d'influences extraordinaires, l'EBIT 2011 s'élèverait à CHF 111 millions, contre CHF 105 millions l'année précédente à périmètre constant.

Les produits financiers comprennent des bénéfices de CHF 14,5 millions sur des opérations de change. Nous avons décidé au début du mois d'août de couvrir nos besoins en euros pour plusieurs trimestres ; suite à la fixation d'un cours plancher par la Banque nationale, cette précaution était devenue inutile et la position a pu être liquidée. Les produits des participations contiennent des bénéfices proportionnels de Hilcona AG et Centravo Holding AG. Des amortissements de goodwill de CHF 2,1 millions ont été effectués en compensation sur la quote-part de bénéfices de Hilcona AG.

A fin 2011, l'endettement net s'élevait d'environ CHF 253 millions, soit en hausse de plus de CHF 63 millions par rapport à l'exercice précédent. Des investissements de CHF 115 millions dans des participations ainsi qu'une forte progression des actifs circulants nets d'environ CHF 54 millions expliquent cette augmentation.



Martin Gysin
Responsable direction Finances/Services

La société Hoppe GmbH a été consolidée dans les comptes de Bell à partir du mois de mai. La société Kocherhans und Schär AG a été intégrée par fusion à Bell Suisse SA au 1^{er} juillet. Egalement au 1^{er} juillet, Bell a acquis les parts restantes de la société SBV Schlachtbetrieb Basel AG, qui a été entièrement consolidée à partir de cette date ; précédemment, il s'agissait d'une participation minoritaire. Ces deux rachats n'ont pas eu d'incidence notable sur le chiffre d'affaires et le résultat. En octobre, nous avons signé un accord final, qui prendra effet à fin 2012, avec les coactionnaires d'Abraham Schinken GmbH régissant le rachat des parts restantes. En raison de la teneur de cet accord, la consolidation à 100 % d'Abraham a dû être effectuée dès octobre 2011.

Les fonds propres avant part de tiers au capital ont augmenté, malgré une autre influence de conversion négative, de CHF 50 millions à environ CHF 627 millions.

Bilan consolidé

en milliers de CHF	Annexe	31.12.2011	31.12.2010	
Disponibilités	1	22 708	33 674	
Titres	2	5 582	4 513	
Créances de livraisons et prestations	3	149 004	146 526	
Créances d'entreprises affiliées	4	111 027	93 121	
Autres créances à court terme		45 007	47 366	
Stocks	5	170 109	152 401	
Comptes de régularisation		16 885	17 834	
Actifs circulants		520 322	495 436	42.4 %
Immobilisations financières	12	103 305	39 152	
Immobilisations incorporelles	13	76 692	76 303	
Terrains et bâtiments	14	322 096	325 610	
Installations techniques et agencement	15	229 723	230 885	
Capitaux immobilisés		731 815	671 950	57.6 %
Actifs		1 252 138	1 167 386	100.0 %
Engagements financiers à court terme	9	116 696	107 329	
Dettes sur livraisons et prestations		142 472	145 667	
Dettes d'entreprises affiliées	6	21 912	14 822	
Autres engagements à court terme	7	38 885	49 403	
Provisions à court terme	11	9 726	10 356	
Comptes de régularisation	8	61 925	58 409	
Fonds étrangers à court terme		391 616	385 986	33.2 %
Engagements financiers à long terme	9	164 998	121 134	
Provisions à long terme	11	68 940	69 811	
Fonds étrangers à long terme		233 939	190 945	16.4 %
Fonds étrangers		625 555	576 931	49.4 %
Capital-actions		2 000	2 000	
Réserves de bénéfices		630 698	584 299	
Différences de conversion		-75 406	-67 352	
Déduction des actions propres		-3 113	-6 992	
Bénéfice de l'exercice		71 618	64 519	
Fonds propres avant part de tiers au capital		625 797	576 474	49.4 %
Part de tiers au capital		786	13 982	
Fonds propres		626 583	590 456	50.6 %
Passifs		1 252 138	1 167 386	100.0 %

Compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	Annexe	2011		2010	
Chiffre d'affaires	16	2 516 953		2 617 574	
Autres produits d'exploitation	16	59 848		51 355	
Produits bruts d'exploitation		2 576 801		2 668 929	
Diminution des produits	16	-94 213		-84 652	
Produits nets d'exploitation	16	2 482 588	100.0%	2 584 277	100.0%
Charges de matières premières et de matières consommables	24	1 659 306	66.8%	1 720 353	66.6%
Résultat brut d'exploitation		823 282	33.2%	863 923	33.4%
Charges de personnel	17	391 416	15.8%	405 671	15.7%
Loyers	18	21 759		24 607	
Energie, matériaux d'exploitation et auxiliaires	19	49 214		49 275	
Réparations et entretien		46 096		47 731	
Transports externes		62 471		66 021	
Publicité		20 989		22 821	
Autres charges d'exploitation	20/24	27 046		35 101	
Charges d'exploitation	21	618 991	24.9%	651 228	25.2%
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)		204 291	8.2%	212 695	8.2%
Amortissements sur immobilisations corporelles	14/15/24	72 144	2.9%	74 220	2.9%
Amortissements sur immobilisations incorporelles*	13/24	11 608		4 817	
Amortissements sur goodwill*	13/24	31 691		32 422	
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)		89 849	3.6%	101 236	3.9%
Produits financiers (incl. résultat de sociétés associées)	22	25 754		11 058	
Charges financières	22/24	14 342		13 144	
Bénéfice d'exploitation avant impôts (EBT)		101 261	4.1%	99 150	3.8%
Impôts	23/24	28 865		33 083	
Bénéfice d'exploitation après impôts		72 396	2.9%	66 067	2.6%
Part de tiers au bénéfice		-778		-1 548	
Bénéfice de l'exercice		71 618	2.9%	64 519	2.5%

* Amortissements exceptionnels sur goodwill et droit des marques de mille CHF 26'016 (année précédente mille CHF 17'166).

Flux de fonds

en milliers de CHF	2011		2010	
Bénéfice d'exploitation après impôts	72 396		66 067	
Amortissements des immobilisations corporelles	70 294		73 038	
Amortissements exceptionnels des immobilisations corporelles	1 850		1 183	
Amortissements des immobilisations incorporelles	16 282		20 072	
Amortissements exceptionnels des immobilisations incorporelles	26 016	114 442	17 166	111 459
Produits (-) pertes (+) issus de la cession d'immobilisations corporelles	-929		-530	
Produits (-) pertes (+) issus de prise de participation	-		-1 584	
Produits issus de l'évaluation des participations non consolidées	-6 273		-576	
Bénéfice (-) perte (+) des actifs de la fondation	390		-89	
Augmentation (-) diminution (+) des impôts latents actifs	1 133		568	
Variation des provisions	849		4 878	
Flux de fonds avant modification des actifs circulants nets	182 008		180 193	
Augmentation (-) et diminution (+) des stocks	-19 180		1 087	
Augmentation (-) et diminution (+) des créances	-27 470		-16 908	
Augmentation (-) et diminution (+) des comptes de régularisation actifs	1 957		-10 078	
Augmentation (+) et diminution (-) des engagements	-23 101		31 709	
Augmentation (+) et diminution (-) des comptes de régularisation passifs	13 585	-54 209	-6 414	-604
Flux de fonds relatifs à l'exploitation	127 799		179 589	
Investissements dans des installations techniques et agencement	-52 664		-50 756	
Désinvestissements des installations techniques et agencement	9 850	-42 814	498	-50 258
Investissements dans l'immobilier et terrains	-10 554		-11 129	
Désinvestissements de l'immobilier et terrains	2 059	-8 495	639	-10 490
Investissements dans des participations et immobilisations financières	-116 883		-49	
Désinvestissements de participations et immobilisations financières	1 624		2 771	
Désinvestissements (+) / Investissements (-) de titres	-1 070	-116 389	2 536	5 258
Investissements dans des immobilisations incorporelles	-6 839		-7 481	
Désinvestissements des immobilisations incorporelles	3	-6 836	53	-7 428
Flux de fonds relatifs aux investissements	-174 474		-62 918	
Modification des obligations financières	51 418		-146 800	
Investissements dans des actions propres (-) / Désinvestissements (+)	5 515		2 365	
Dividendes	-20 680		-16 546	
Flux de fonds relatifs aux opérations financières	36 253		-160 981	
Solde des flux de fonds	-10 422		-44 310	
Disponibilités au 01.01.	33 674		81 395	
Influence des comptes libellés en monnaies étrangères sur les liquidités	-544		-3 411	
Variation des disponibilités	-10 422		-44 310	
Disponibilités au 31.12.	22 708		33 674	

Justification des fonds propres

en milliers de CHF	Capital- actions	Réserves bénéfices	Différences de conversion	Actions propres	Bénéfice exercice	Fonds propres	Part de tiers au capital	Fonds propres total
Fonds propres au 01.01.2011	2 000	584 299	-67 352	-6 992	64 519	576 474	13 982	590 457
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-	-
Prise de participation	-	-	-	-	-	-	-13 006	-13 006
Répartition du bénéfice	-	64 519	-	-	-64 519	-	-	-
Dividende	-	-19 755	-	-	-	-19 755	-925	-20 680
Achat / vente actions propres	-	1 635	-	3 879	-	5 514	-	5 514
Bénéfice de l'exercice	-	-	-	-	71 618	71 618	778	72 396
Influence du taux de change	-	-	-8 054	-	-	-8 054	-43	-8 097
Fonds propres au 31.12.2011	2 000	630 698	-75 406	-3 113	71 618	625 797	786	626 584
Fonds propres au 01.01.2010	2 000	544 175	-16 545	-9 019	55 563	576 175	18 604	594 779
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
Fonds propres au 31.12.2010	2 000	584 299	-67 352	-6 992	64 519	576 474	13 982	590 457

	Nombre d'actions au 01.01.	Entrée actions propres	Sortie actions propres	Entrée ac- tions propres participation du personnel	Sortie ac- tions propres participation du personnel	Nombre d'actions au 31.12.
Titres						
Actions émises	400 000	-	-	-	-	400 000
Actions propres détenues par la société	-5 316	-400	3 147	-160	523	-2 206
Titres en circulation 2011	394 684	-400	3 147	-160	523	397 794
Actions émises	400 000	-	-	-	-	400 000
Actions propres détenues par la société	-6 938	-325	1 323	-8	632	-5 316
Titres en circulation 2010	393 062	-325	1 323	-8	632	394 684

Principes de consolidation et d'évaluation

Principes Les principes de consolidation, d'évaluation, de répartition et de présentation sont conformes à toutes les 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 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 65 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

		2011		2010
Bilan	EUR 1	= CHF 1,2200	= CHF 1,2500	
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0500	
	HUF 100	= CHF 0,3900	= CHF 0,4500	
	PLN 1	= CHF 0,2730	= CHF 0,3150	
	USD 1	= CHF 0,9400	= CHF 0,9350	
CR	EUR 1	= CHF 1,2333	= CHF 1,3700	
	CZK 1	= CHF 0,0502	= CHF 0,0543	
	HUF 100	= CHF 0,4426	= CHF 0,4967	
	PLN 1	= CHF 0,2999	= CHF 0,3428	
	USD 1	= CHF 0,8804	= CHF 1,0383	

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, vu 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 résultats font l'objet d'évaluations. Un goodwill résultant d'une telle 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 résultats l'année où elles sont survenues. La correction de valeur pour des réserves pour débiteurs douteux représente 1% du portefeuille de créances sur la base de valeurs d'expérience. 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.

Des impôts latents actifs résultent de reports de pertes dans la consolidation initiale. En 2011, nous avons procédé à un correctif de valeur sur CHF 2,6 millions en raison de bases fiscales modifiées, resp. procédé à une compensation avec des impôts latents au passif. Nous considérons les impôts latents actifs restants comme une substance existante. Concernant les taux d'imposition, nous renvoyons aux remarques relatives aux Provisions / obligations de prévoyance.

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 2011 sont indiquées dans le schéma des participations à la page 65.

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

Immobilisations incorporelles En plus de logiciels, les immobilisations incorporelles contiennent également des droits de marques acquis et le goodwill. Les acquisitions de 2011 représentent un goodwill de CHF 39,4 millions au total. Les amortissements du goodwill « Hilcona » sont compensés dans les comptes financiers avec le résultat annuel proportionnel. Des amortissements supplémentaires d'env. CHF 20 millions sur le goodwill de consolidation ont été effectués suite à un nouvel examen de la valeur intrinsèque de ZIMBO, ainsi que d'environ CHF 6 millions sur la valeur de la marque. Une concurrence agressive ne permet plus d'escompter les rendements souhaités. Le prix d'achat restant a été déterminé dans le cadre de l'accord final avec les vendeurs d'Abraham Schinken GmbH, lequel a été majoré en raison d'un meilleur rendement ; un goodwill d'environ CHF 8 millions a ainsi été rapporté à cette tranche, lequel sera amorti sur les cinq prochaines années. 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 taux d'imposition sont inchangés par rapport à l'exercice précédent.

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 98,8 % (année précédente 100,1 %). 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 Suisse 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 résultat 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 management 10) de Bell 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 au management supérieur peut être versée en titres de Bell 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, 523 actions ont été distribuées au personnel en 2011 (année précédente : 632) et 160 rachetées (année précédente : 8). L'imputation a été effectuée sur les frais de personnel, sur la base du cours de l'action à la date d'octroi.

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 aucun

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	2011	Quote-part	2010
1. Disponibilités			
Caisse	1 658	7.3%	1 047
Avoirs en comptes de chèques postaux	330	1.5%	587
Avoirs en banque à vue	16 721	73.6%	31 306
Dépôts à terme et créances comptables	3 999	17.6%	734
Disponibilités	22 708	100.0%	33 674
Répartition par devises			
CHF	10 319	45.4%	7 705
EUR	9 152	40.3%	19 888
Autres devises	3 237	14.3%	6 080
Disponibilités	22 708	100.0%	33 674
2. Titres			
Actions et placements alternatifs	5 582	100.0%	4 513
Obligations et placements alternatifs	-	-	-
Titres	5 582	100.0%	4 513
3. Créances de livraisons et de prestations			
Correction de valeur soldée dans les créances	-3 277		-1 758
4. Créances d'entreprises affiliées			
Sociétés du Groupe Coop	104 706	94.3%	73 692
Autres entreprises affiliées	6 321	5.7%	19 429
Créances d'entreprises affiliées	111 027	100.0%	93 121
5. Stocks			
Matières premières et produits finis	162 225	95.4%	145 676
Matériaux auxiliaires	16 599	9.8%	15 652
Réajustement de valeurs suite à des dépréciations	-8 715	-5.1%	-8 927
Stocks	170 109	100.0%	152 401
6. Dettes d'entreprises affiliées			
Engagements Groupe Coop	21 844	99.7%	13 701
Engagements autres sociétés affiliées	68	0.3%	1 121
Dettes d'entreprises affiliées	21 912	100.0%	14 822
7. Autres engagements à court terme			
Actionnaires	12	0.0%	10
Taxe sur la valeur ajoutée	11 902	30.6%	6 904
Impôts sur le capital et le bénéfice	23 895	61.4%	21 837
Autres impôts	543	1.4%	1 428
Divers tiers	2 533	6.5%	19 225
Autres engagements à court terme	38 885	100.0%	49 403

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	2011	Quote-part	2010
8. Comptes de régularisation			
Divers passifs transitoires	44 049	71.1%	40 572
Comptes de régularisation du personnel et des oeuvres sociales	17 875	28.9%	17 837
Comptes de régularisation	61 925	100.0%	58 409
9. Engagements financiers			
Emprunts bancaires et crédits à court terme	112 885	40.1%	107 052
Emprunts à court terme des sociétés affiliées	3 695	1.3%	277
Comptes courants avec tiers	116	0.0%	-
Engagements financiers à court terme	116 696	41.4%	107 329
Emprunts bancaires et crédits à long terme	164 998	58.6%	109 134
Emprunts à long terme des sociétés affiliées	-	-	12 000
Engagements financiers à long terme	164 998	58.6%	121 134
Engagements financiers	281 694	100.0%	228 462
Structure de l'échéancier des engagements financiers			
remboursables dans les 360 jours	116 696	41.4%	107 329
remboursables en deux ans	36 164	12.8%	33 733
remboursables en trois ans et plus	128 835	45.7%	87 400
Engagements financiers	281 694	100.0%	228 462
Engagements financiers par devises			
CHF	185 487	65.8%	121 258
EUR	95 125	33.8%	107 054
Autres devises	1 082	0.4%	150
Engagements financiers	281 694	100.0%	228 462

10. Acquisition et cession d'entreprises	Bell Convenience ¹	Hilcona AG ²	Hoppe GmbH ³	Kocherhans und Schär AG ⁴	SBA Schlachtbetrieb Basel AG ⁵
	01.01.2011	01.01.2011	01.05.2011	27.06.2011	01.07.2011
Disponibilités	-	17 504	1 155	157	576
Créances	-	49 842	3 694	331	1 382
Stocks	1 734	49 167	1 195	82	-
Immobilisations corporelles	5 289	177 692	13 551	4 918	5 213
Autres engagements	1 022	27 810	3 297	238	786
Engagements financiers	-	115 849	6 248	1 728	1 257

¹ Cession d'entreprise

² Nouvelle introduction dans le périmètre de consolidation au 01.01.2011 selon part du capital propre ; valeurs incluant Bell Convenience.

³ Première intégration au 01.05.2011

⁴ Fusion avec Bell Suisse SA

⁵ entièrement intégré dans la consolidation à partir du 01.07.2011

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	Pré-retraite	Cadeaux d'ancienneté	Congés-& heures supp.	Impôts latents	Autres provisions	Restruc- turation	Total
11. Provisions							
Provisions au 01.01.2011	21 926	3 027	4 708	44 073	5 069	1 364	80 167
Modification du périmètre de consolidation	-	-	207	690	-	-	897
Reclassement d'impôts latents actifs	-	-	-	-1 439	-	-	-1 439
Reclassement	-427	427	-	-	500	-500	-
Création	1 871	1 120	3 824	989	1 345	-	9 148
Dissolution	-2 119	-1 439	-4 050	-116	-315	-260	-8 299
Emploi	-	-	-	-	-1 521	-	-1 521
Influence du taux de change	-107	-	-14	-69	-97	-	-287
Provisions au 31.12.2011	21 144	3 135	4 674	44 128	4 981	604	78 666
à long terme 2011	20 266	2 096	-	44 128	2 451	-	68 940
à court terme 2011	878	1 040	4 674	-	2 530	604	9 726
Provisions au 01.01.2010	21 147	3 195	5 222	39 442	8 274	300	77 580
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
Provisions au 31.12.2010	21 926	3 027	4 708	44 073	5 069	1 364	80 167
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

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
12. Immobilisations financières							
Valeur nette comptable au 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Valeur d'acquisition au 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Modification du périmètre de consolidation	-1 136	-	-	-	-	-	-1 136
Investissements	59 921	1 560	-	-	-	134	61 614
Désinvestissements	-43	-1 100	-205	-276	-	-	-1 624
Reclassement en provisions	-	-	-	-	-1 439	-	-1 439
Réévaluation	8 405	-	-	-390	-1 133	-	6 882
Reclassement	-	-	-	-	-	-	-
Différences de conversion	-3	-47	-	-	-95	-	-144
Valeur nette comptable au 31.12.2011	94 783	1 023	244	4 453	2 439	362	103 305
Valeur nette comptable au 01.01.2010	40 851	2 628	667	6 037	6 690	228	57 101
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
Valeur nette comptable au 31.12.2010	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 152

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

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	Logiciels	Droit des marques	Autres droits	Goodwill	Total
13. Immobilisations incorporelles					
Valeur nette comptable au 01.01.2011	10 447	7 391	822	57 644	76 303
Valeur d'acquisition au 01.01.2011	31 166	10 293	1 324	130 287	173 071
Modification du périmètre de consolidation	252	-	-	39 382	39 634
Investissements	5 838	-	1 001	-	6 839
Désinvestissements	-481	-	-9	-	-490
Regroupement	724	-	-221	-	503
Différences de conversion	-205	-247	-50	-3 136	-3 638
Valeur d'acquisition au 31.12.2011	37 295	10 046	2 045	166 533	215 920
Amortissements cumulés au 01.01.2011	20 719	2 902	502	72 644	96 767
Modification du périmètre de consolidation	209	-	-	-	209
Amortissements courants *	4 161	1 216	150	12 887	18 414
Amortissements exceptionnels	-	6 081	-	19 935	26 016
Amortissements cumulés / désinvestissements	-478	-	-9	-	-487
Regroupement	189	-	-189	-	-
Différences de conversion	-91	-154	-20	-1 428	-1 692
Amortissements cumulés au 31.12.2011	24 709	10 046	435	104 038	139 227
Valeur nette comptable au 31.12.2011	12 586	-	1 611	62 495	76 692
*L'amortissement du goodwill de Hilcona est présenté dans le résultat des participations.					
Valeur nette comptable au 01.01.2010	6 148	10 266	973	97 130	114 518
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
Valeur nette comptable au 31.12.2010	10 447	7 391	822	57 644	76 303

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	Terrains construits	Bâtiments adminis- tratifs et de production	Transfor- mations dans bâti- ments loués	Bâtiments en construction	Total
14. Terrains et bâtiments					
Valeur nette comptable au 01.01.2011	48 268	272 621	781	3 940	325 610
Valeur d'acquisition au 01.01.2011	48 348	554 039	2 456	3 940	608 784
Modification du périmètre de consolidation	1 747	19 865	1 083	-	22 695
Investissements	1 000	2 537	-	7 017	10 554
Désinvestissements	-790	-2 316	-204	-22	-3 332
Regroupement	-994	3 328	-21	-3 048	-735
Différences de conversion	-401	-7 550	-4	-78	-8 033
Valeur d'acquisition au 31.12.2011	48 911	569 902	3 311	7 809	629 932
Amortissements cumulés au 01.01.2011	80	281 418	1 676	-	283 173
Modification du périmètre de consolidation	-	5 565	470	-	6 035
Amortissements courants	11	20 060	135	-	20 207
Amortissements exceptionnels	-	1 850	-	-	1 850
Amortissements cumulés / désinvestissements	-	-1 069	-204	-	-1 273
Regroupement	-10	10	-3	-	-3
Différences de conversion	-2	-2 148	-3	-	-2 153
Amortissements cumulés au 31.12.2011	79	305 686	2 071	-	307 836
Valeur nette comptable au 31.12.2011	48 832	264 216	1 239	7 809	322 096
Valeur nette comptable au 01.01.2010	50 333	300 227	930	4 376	355 866
Valeur d'acquisition au 01.01.2010	50 428	587 159	2 468	4 376	644 431
Modification du périmètre de consolidation	780	3 595	37	-	4 412
Investissements	-	9 037	-	2 092	11 129
Désinvestissements	-215	-14 901	-	-22	-15 139
Regroupement	-	1 363	-	-2 198	-835
Différences de conversion	-2 644	-32 213	-49	-308	-35 214
Valeur d'acquisition au 31.12.2010	48 348	554 039	2 456	3 940	608 784
Amortissements cumulés au 01.01.2010	95	286 932	1 538	-	288 564
Modification du périmètre de consolidation	-	247	3	-	251
Amortissements courants	-	21 350	175	-	21 525
Amortissements exceptionnels	-	1 010	-	-	1 010
Amortissements cumulés / désinvestissements	-	-15 030	-	-	-15 030
Regroupement	-	-844	-	-	-844
Différences de conversion	-15	-12 248	-40	-	-12 303
Amortissements cumulés au 31.12.2010	80	281 418	1 676	-	283 173
Valeur nette comptable au 31.12.2010	48 268	272 621	781	3 940	325 610

Les « terrains et bâtiments » comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 6 158 (année précédente mille CHF 6 741).

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Machines et installations mécaniques	Installations	Informatique hardware	Mobilier et véhicules	Acomptes	Total
15. Installations techniques et agencement						
Valeur nette comptable au 01.01.2011	117 108	73 504	6 902	22 536	10 835	230 885
Valeur d'acquisition au 01.01.2011	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Modification du périmètre de consolidation	18 125	11 290	689	3 263	345	33 713
Investissements	27 965	4 138	4 406	8 440	7 716	52 664
Désinvestissements	-27 695	-4 990	-480	-13 482	-909	-47 555
Regroupement	6 361	933	855	388	-8 305	232
Différences de conversion	-5 536	-182	-48	-1 339	-201	-7 306
Valeur d'acquisition au 31.12.2011	395 488	194 871	36 420	86 445	9 481	722 706
Amortissements cumulés au 01.01.2011	259 160	110 178	24 097	66 639	-	460 075
Modification du périmètre de consolidation	15 664	7 626	676	2 123	-	26 089
Amortissements courants	25 733	12 889	3 341	8 124	-	50 087
Amortissements exceptionnels	-	-	-	-	-	-
Amortissements cumulés / désinvestissements	-22 099	-3 981	-459	-12 095	-	-38 634
Regroupement	62	-2	265	-322	-	3
Différences de conversion	-3 515	-111	-25	-985	-	-4 636
Amortissements cumulés au 31.12.2011	275 006	126 599	27 895	63 484	-	492 984
Valeur nette comptable au 31.12.2011	120 483	68 272	8 526	22 961	9 481	229 722
Valeur nette comptable au 01.01.2010	127 565	76 627	6 904	26 376	4 600	242 072
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
Valeur nette comptable au 31.12.2010	117 108	73 504	6 902	22 536	10 835	230 885

Les « installations techniques et agencement » comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 1 518 (année précédente mille CHF 2 599).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2011	Variation	2010
16. Produits nets d'exploitation			
Par groupes de produits			
Viande fraîche	815 819	0.8 %	809 552
Charcuterie production propre	360 661	-1.0 %	364 284
Charcuterie achetée	82 008	1.5 %	80 791
Volaille	344 769	3.0 %	334 583
Viande spéciale (gibier, lapin et autres)	17 564	-10.3 %	19 588
Seafood	115 131	10.9 %	103 809
Convenience	-	-100.0 %	84 085
Ventes divers	9 927	-10.4 %	11 081
Groupes de produits Suisse	1 745 879	-3.4 %	1 807 773
Charcuterie	704 650	-5.0 %	742 012
Autres	66 424	-2.0 %	67 789
Groupes de produits International	771 074	-4.8 %	809 801
Chiffre d'affaires par groupes de produits	2 516 953	-3.8 %	2 617 574
Par canaux de distribution			
Chiffre d'affaires avec le Groupe Coop	1 299 527	9.9 %	1 182 242
Chiffre d'affaires avec les autres entreprises affiliées	15 133	-91.7 %	181 536
Chiffre d'affaires avec d'autres acheteurs en gros	423 974	-2.5 %	434 960
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	7 245	-19.8 %	9 035
Canaux de distribution Suisse	1 745 879	-3.4 %	1 807 773
Chiffre d'affaires avec le Groupe Coop	5 013	-	-
Chiffre d'affaires avec acheteurs en gros	699 637	-5.7 %	742 012
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	66 424	-2.0 %	67 789
Canaux de distribution International	771 074	-4.8 %	809 801
Chiffre d'affaires par canaux de distribution	2 516 953	-3.8 %	2 617 574
Répartition géographique du chiffre d'affaires*			
Suisse	1 745 879		1 807 773
Allemagne	440 460		449 771
France	105 777		100 209
Autres pays de l'Europe Occidentale	92 220		110 903
Europe de l'Est	132 617		148 917
Chiffre d'affaires par pays	2 516 953	-3.8 %	2 617 574
*En 2010 structure du chiffre d'affaires par lieu de production			
Autres produits avec le Groupe Coop	2 558	49.4 %	1 712
Autres produits avec des entreprises affiliées	1 857		124
Autres produits avec des tiers	46 598	20.5 %	38 672
Autres produits d'exploitation Suisse	51 014	25.9 %	40 508
Autres produits avec des tiers International	8 834		10 847
Autres produits d'exploitation	59 848	16.5 %	51 355
Diminution de produits avec le Groupe Coop	32 465	4.4 %	31 101
Autres diminutions de produits	5 731	-36.9 %	9 079
Diminution de produits Suisse	38 196	-4.9 %	40 180
Autres diminutions de produits International	56 016		44 472
Diminution de produits	94 213	11.3 %	84 652

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 5 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 chiffres 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

	2011	Variation	2010
17. Charges de personnel			
Salaires et traitements	256 322	-5.4 %	270 963
Prestations sociales	63 639	-0.9 %	64 219
Autres charges de personnel	11 936	-22.8 %	15 470
Salaires étrangers	59 519	8.2 %	55 019
Charges de personnel	391 416	-3.5 %	405 671

Les prestations de la CPV/CAP caisse de pension Coop et les autres institutions de prévoyance figurent dans les prestations sociales à hauteur de mille CHF 19 587 (mille CHF 19 333 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	Actions souscrites mille CHF	Total mille CHF
Conseil d'administration						
Hansueli Loosli, Président*	2011	30	90	3	6	96
	2010	17	90	4	7	97
Irene Kaufmann-Brändli, Membre*	2011	31	60	4	8	68
	2010	17	60	4	7	67
Jörg Ackermann, Membre*	2011	63	60	3	6	66
	2010	55	60	4	7	67
Werner Marti, Membre	2011	21	60	3	6	66
	2010	8	60	4	7	67
Joachim Zentes, Membre	2011	105	60	3	6	66
	2010	92	60	4	7	67
† Hans Peter Schwarz, Vice-Président*	2011	-	53	3	6	58
	2010	104	70	4	7	77
Conseil d'administration	2011	250	383	19	37	420
	2010	293	400	24	41	441

*Les rémunérations en espèces sont directement versées au mandataire Coop.

		Rémunération en espèces		Actions souscrites		Avantages en nature et cotisations de prévoyance professionnelle	Total mille CHF
		fixe	variable	nombre	mille CHF		
Direction générale du groupe							
Lorenz Wyss, Directeur général du groupe depuis le 01.04.2011	2011	326	33	21	33	54	446
Martin Gysin, Responsable division Finances/ Services ; Directeur général adjoint	2011	419	38	24	41	73	571
	2010	393	46	31	46	48	533
Thorid Klantschitsch, Responsable direction Bell Suisse ; démission 30.06.2011	2011	360	4	3	7	52	424
	2010	354	37	27	41	81	512

	2011	2010
Portefeuille d'actions au 31.12. (nombre)		
Lorenz Wyss	3	-
Martin Gysin	119	133
Übrige Mitarbeiter	2 186	2 337

Annexe au compte de résultat consolidé

Prévoyance du personnel		Excédent-/insuffisance de couverture	Avantages économiques/Obligation	Variation par rapport à l'année précédente	Cotisation de l'employeur	Charges de prévoyance
Impact économique						
Fondation de prévoyance patronale	2011	4 453	4 453	-667	-	-667
	2010	5 120	5 120	-917	-	-917
CPV/CAP Caisse de pension Coop*	2011	-	-	-	19 587	19 587
	2010	-	-	-	19 333	19 333
Total	2011	4 453	4 453	-667	19 587	18 920
	2010	5 120	5 120	-917	19 333	18 416

*Le degré de couverture est de 98,8 % en 31 décembre 2011 (année précédente : 100,1 %).

	2011	Variation	2010
18. Loyers			
Location d'immeubles	8 327	-27.5 %	11 484
Location de machines et de mobiliers	7 167	-18.1 %	8 753
Stockage externe	6 265	43.4 %	4 370
Loyers	21 759	-11.6 %	24 607
19. Energie et matériaux d'exploitation			
Electricité	24 502	5.2 %	23 298
Eau	5 863	10.0 %	5 331
Carburants	1 946	7.8 %	1 805
Autres énergies	6 502	6.6 %	6 099
Matériaux d'exploitation et auxiliaires	10 401	-18.4 %	12 742
Energie et matériaux d'exploitation	49 214	-0.1 %	49 275
20. Autres charges d'exploitation			
Frais de gestion	14 520	-16.5 %	17 396
Assurances choses et taxes	7 288	-15.7 %	8 642
Impôts sur le capital et autres impôts	2 016	2.0 %	1 976
Autres charges d'exploitation	3 222	-54.5 %	7 087
Autres charges d'exploitation	27 046	-22.9 %	35 101

Compris dans les charges d'exploitation :

21. Charges d'exploitation avec les sociétés affiliées			
Location d'immeubles	578	-87.1 %	4 497
Location de machines et de mobiliers	4 631	-13.5 %	5 354
Réparation et entretien	1 665	93.4 %	861
Energie et matériaux d'exploitation	2 387	2.9 %	2 319
Publicité	3 300	-22.8 %	4 272
Autres charges d'exploitation	857	11.7 %	767
Charges d'exploitation avec les sociétés affiliées	13 418	-25.7 %	18 070

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2011	2010
22. Compte financier		
Intérêts sur les dépôts à terme et autres intérêts	821	634
Intérêts d'entreprises affiliées	115	341
Bénéfices sur transactions de devises étrangères	17 989	7 964
Bénéfices sur titres réalisés et non réalisés	291	1 207
Résultat de sociétés associées*	6 273	576
Autres produits des participations	265	336
Produits financiers	25 754	11 058
Intérêts d'entreprises affiliées	376	314
Autres intérêts sur le capital	7 624	10 186
Frais de banque et commissions	891	915
Pertes sur transactions de devises étrangères	3 976	1 602
Pertes réalisées et latentes sur titres	1 476	127
Charges financières	14 342	13 144
Compte financier	11 412	-2 086
Taux moyen des fonds de tiers productifs d'intérêts	3.49 %	3.73 %

*Net, après compensation de l'amortissement du goodwill.

Les taux des intérêts sur avances fixes et hypothèques varient entre 1,08 % et 3,23 % pour ceux en Francs Suisses et entre 2,03 % et 4,94 % pour ceux en devises (EUR).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF

	2011	Variation	2010
23. Impôts			
Impôts payés et variation des impôts dus	26 859		27 876
Variation des impôts latents affectant le compte de résultat	2 006		5 207
Impôts	28 865	-12.8 %	33 083
Résultat du groupe	72 396		66 067
Charges non déductibles fiscalement	10 953		29 706
Dont charges fiscales	28 865		33 083
Résultat avant impôts	112 214		128 856
Dont impôts sur le revenu au taux d'imposition moyen	26 370		29 638
Influence des différents taux d'imposition et autorités fiscales	-1 881		-901
Influence des impôts latents non activés	3 769		4 437
Dissolution d'impôts latents actifs	1 133		-
Impôts indépendants de la période et autres impôts	-526		-92
Impôts (selon attestation)	28 865		33 083

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

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

Charges de matières	Charges de matières année précédente		-6 648
Autres charges d'exploitation	Prestations des assurances pour les dommages d'immobilisations corporelles suite à l'incendie chez Frigo	-8 042	
	Frais de fermeture Steinheim	1 233	
	Autres charges issues de l'année précédente		-2 450
Amortissements Immobilisations corporelles	Amortissements exceptionnels année précédente		1 182
	Amortissement exceptionnel Steinheim	1 850	
Immobilisations incorporelles	Amortissement exceptionnel année précédente		17 587
	Amortissement exceptionnel goodwill / marque ZIMBO	26 016	
Produits financiers	Plus-value des prêts en euros		-6 643
	Plus-value sur opération de couverture de change en Euros	-14 500	
Impôts	Quote-part d'impôts sur des effets exceptionnels	-4 636	1 529

Données complémentaires

en milliers de CHF	2011	2010
Montant total des cautions, garanties, nantisements en faveur de tiers	16 598	18 614
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	26 381	22 750
Engagements de crédits-bail non comptabilisés	4 761	2 966
pour l'exercice en cours	1 723	1 079
Instruments financiers dérivés sur devises (but : sûretés)		
Valeur de contrat	-	-
Valeur de remplacement positif	-	-
Instruments financiers dérivés intérêts (but : sûretés)		
Valeur de contrat	139 650	140 628
Valeur de remplacement négatif	6 793	4 357
Autres instruments financiers dérivés (titres de participation)	p.m.*	1 875
Valeur de l'assurance incendies bâtiments	821 746	711 521
Valeur de l'assurance incendies agencement	932 542	605 212
Charges pour les engagements de prévoyance	19 587	19 333
Obligations résultant de contrats de tiers	48 673	25 025
pour l'exercice en cours	9 759	1 867
pour l'exercice suivant	7 001	3 946
pour les exercices à venir	31 913	19 212
Obligations résultant de montants dus à des entreprises affiliées	1 945	6 742
pour l'exercice en cours	488	1 349
pour l'exercice suivant	488	1 349
pour les exercices à venir	969	4 044
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	1 000	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	500	500

*Bell détient des options pour le rachat d'autres participations de sociétés associées (2 % à Hilcona). Ces options on attribuées ne peuvent pas être réévaluées et ne sont pas inscrites au bilan.

Principaux actionnaires	Coop Coopérative, Bâle ; 66,29 % Sarasin Investmentfonds AG, Bâle ; 4,55 % 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 8 décembre 2011. D'autres informations sur la gestion des risques sont décrites dans le chapitre Corporate Governance (page 73).

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.

Participations importantes

Société	Domicile	Champ d'activité	Méthode de consolidation	Capital social	Part du capital du groupe
Bell Suisse SA ¹	Basel	Viande fraîche, charcuterie volaille, seafood	■ CHF	20 000 000	100.0 %
Frigo St. Johann AG	Bâle	Logistique, exploitation de frigos	■ CHF	2 000 000	100.0 %
Hilcona AG	Schaan / FL	Convenience	○ CHF	10 000 000	49.0 %
SBA Schlachtbetrieb Basel AG ²	Bâle	Abattoir	⊗ CHF	250 000	100.0 %
Centravo Holding AG ³	Zurich	Transformation de produits dérivés	* CHF	2 400 000	29.8 %
GVFI International AG	Bâle	Commerce de viande	● CHF	3 000 000	17.7 %
Pensionsstiftung der Bell Schweiz 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. Vertriebsgesellschaft mbH	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	Bochum / DE	Management	■ EUR	2 862 603	100.0 %
Hoppe GmbH ⁴	Bad Wünnenberg / DE	Convenience	□ EUR	200 000	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	99.7 %
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.	Prag-Holesovice / CZ	Commerce de détail	■ CZK	10 000 000	70.0 %
Abraham Schinken GmbH ⁵	Seevetal / DE	Subholding	■ EUR	104 100	75.02 %
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Production de jambons crus	■ EUR	1 750 000	100.0 %
Abraham Benelux S.A.	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.U.	Casarrubios del 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 %

¹ Changement de nom de Bell SA en Bell Suisse SA, acquisition et fusion de Kocherhans und Schär AG au 01.07.2011.

² La société SBA a été acquise à 100 % au 01.07.2011 et consolidée.

³ La part du capital se rapporte à la quote-part des actions en circulation.

⁴ La société Hoppe GmbH a été acquise au 01.05.2011 et consolidée.

⁵ En 2011 l'acquisition de toutes les parts a été convenue avec les cédants de Abraham GmbH. Cette acquisition sera effective en 2012. Suite à cet accord, la société Abraham GmbH a déjà été consolidée à 100 % en 2011.

■ Entièrement intégrée dans la consolidation (gestion uniforme)

* Intégration avec la part effective des capitaux et bénéfices

● Valeur d'acquisition

▲ Intégration selon Swiss GAAP FER 16

□ Entièrement intégrée dans la consolidation au 01.05.2011

○ Intégration avec la quote-part effective des capitaux et bénéfices au 01.01.2011

⊗ Entièrement intégrée dans la consolidation au 01.07.2011

Aperçu sur plusieurs années

en milliers de CHF	2011	2010	2009	2008	2007
Entreprises affiliées	1 319 673	1 363 778	1 332 881	1 292 236	1 162 587
Autres acheteurs en gros	1 123 611	1 176 972	1 151 593	586 867	439 462
Consommateurs	73 669	76 824	113 238	53 696	27 869
Chiffre d'affaires	2 516 953	2 617 574	2 597 712	1 932 799	1 629 918
Produits nets d'exploitation	2 482 588	2 584 277	2 547 877	1 939 635	1 636 472
Données financières					
Résultat brut d'exploitation	823 282	863 923	858 515	610 241	528 089
Charges de personnel	391 416	405 671	412 215	307 445	259 653
Amort. sur les immob. corporelles	72 144	74 220	79 903	55 689	57 395
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)	89 849	101 236	95 047	78 932	72 954
Bénéfice annuel (avant parts de tiers)	72 396	66 067	56 192	58 198	56 669
EBITDA	204 291	212 695	189 449	142 731	136 911
Résultat financier	11 412	-2 086	-11 021	-2 867	1 363
Actifs circulants	520 322	495 436	537 731	363 010	308 478
Immobilisations	731 815	671 950	769 557	774 824	480 186
Actifs	1 252 138	1 167 386	1 307 288	1 137 834	788 664
Capitaux empruntés	281 694	228 462	383 795	299 073	69 523
Fonds propres	626 583	590 456	594 779	538 709	522 981
Marges					
Marges brutes en % du produit net	33.2 %	33.4 %	33.7 %	31.5 %	32.3 %
EBITDA en % du produit net	8.2 %	8.2 %	7.4 %	7.4 %	8.4 %
EBIT en % du produit net	3.6 %	3.9 %	3.7 %	4.1 %	4.5 %
Bénéfice d'exploitation en % du produit net	2.9 %	2.6 %	2.2 %	3.0 %	3.5 %
Résultat financier en % des dettes productives d'intérêts	-4.1 %	0.9 %	2.9 %	1.0 %	-2.0 %
Fonds propres en % du capital	50.0 %	50.6 %	45.5 %	47.3 %	66.3 %
Rendement fonds propres (ROE)*	12.3 %	11.1 %	10.7 %	11.1 %	11.8 %
Effectif du personnel au 31.12.					
Nombre de personnes	6 470	6 488	6 561	6 810	3 341
Effectif moyen du personnel					
converti en unités à plein temps	6 059	6 179	6 497	3 794	3 249

*Bénéfice / fonds propres au début de l'exercice

Informations sur les actions

		2011	2010	2009	2008	2007
Chiffres clés sur les titres						
Cours de l'action au 31.12.	CHF	1 762	1 766	1 551	1 300	1 925
Plus haut cours de l'exercice	CHF	2 300	1 875	1 750	1 950	2 250
Plus bas cours de l'exercice	CHF	1 665	1 480	1 267	1 101	1 410
Ø volume échangé	nombre	93	75	65	117	129
Capitalisation boursière						
Valeur au 31.12.	en millions de CHF	705	706	620	520	770
Plus haute valeur	en millions de CHF	920	750	700	780	900
Plus basse valeur	en millions de CHF	666	592	507	440	564
Fonds propres par action	CHF	1 573	1 461	1 466	1 357	1 302
Bénéfice net par action	CHF	180	163	141	151	142
EBITDA par action	CHF	514	539	482	364	344
EBIT par action	CHF	226	257	242	202	183
Rentabilité de l'action*		10.2 %	9.3 %	9.1 %	11.6 %	7.4 %
Dividende par action	CHF	60	50	40	40	40
Ratio de distribution		33.3 %	30.6 %	28.3 %	26.5 %	28.2 %
Rendement sous forme de dividende**		3.4 %	2.8 %	2.6 %	3.1 %	2.1 %

*Bénéfice par action /cours de clôture annuel

**Répartition par action /cours de clôture annuel

Structure du capital au 31.12.

Capital-actions	en milliers 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	2 206	5 316	6 938	8 335	1 812
Actions enregistrées dans le registre des actions	Nombre	365 016	369 794	366 309	365 558	364 294
Actionnaires enregistrés	Nombre	3 751	3 659	3 606	3 197	3 153

N° de valeur 441 041
 ISIN CH0004410418
 Négoce SIX Swiss Exchange
 Symbole SIX BELL
 Cours actuels www.bell.ch

Rapport de l'organe de révision sur les comptes consolidés

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

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié les comptes consolidés de Bell SA (auparavant Bell Holding SA), comprenant le bilan, le compte de résultat, le tableau des capitaux propres, le tableau de financement et l'annexe (pages 46 à 65) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2011.

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 2011 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

Andreas Wolf
Expert-réviseur

Bâle, le 13 février 2012

Corporate Governance

UNE GESTION D'ENTREPRISE RESPONSABLE

Bell 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 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 SA peuvent également être consultés sur son site Internet, rubrique www.bell.ch/statuts. Un extrait du règlement est à disposition sur www.bell.ch/organisation-fr.

Sans mention contraire, les indications sont au 31.12.2011.

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 65.

Structure du capital et droits des actionnaires

Principaux actionnaires Voir page 64.

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 72

Corporate Governance

Membres du conseil d'administration



Hansueli Loosli, 1955, Suisse
Président du conseil d'administration

Diplôme fédéral d'expert-comptable et de contrôleur de gestion
Président du conseil d'administration de Coop Coopérative ; depuis 2011



Jörg Ackermann, 1958, Suisse
Membre du conseil d'administration

Economiste d'entreprise ESCEA
Mandats de PDG de Coop Coopérative ; depuis 2008



Irene Kaufmann-Brändli, 1955, Suisse
Membre du conseil d'administration

Doctorat en économie publique
Vice-présidente du conseil d'administration de Coop Coopérative ; depuis 2011

Mandats de conseil d'administration

- Transgourmet Holding AG, Bâle ; président
- Coop Mineraloel AG, Allschwil ; président
- Swisscom (Schweiz) AG, Bern ; président

Parcours professionnel

- Coop Coopérative, Bâle ; président de la direction générale de Coop ; 2001 - 2011
- Coop Suisse, Bâle ; président de la direction générale de Coop et de la direction du groupe Coop ; 1997 - 2000
- Coop Zurich, 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

Mandats de conseil d'administration

- Transgourmet Holding AG, Bâle
- 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 Winterthur, Winterthur :
 - 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

Mandats de conseil d'administration

- Coop Immobilien AG, Berne
- Banque Coop SA, Bâle
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Transgourmet Holding AG, Bâle
- CPV/CAP Pensionskasse Coop, Bâle ; membre du conseil de fondation
- ETH Zürich Foundation, Zurich ; membre du conseil de fondation
- Juventus-Schulen Zurich, Zurich ; membre du conseil de fondation

Parcours professionnel

- Présidente du conseil d'administration de Coop Coopérative ; 2009 - 2011
- Vice-présidente du conseil d'administration de Coop ; 2000 - 2009
- Nabholz Beratung, Zurich : Direction de projets de consultation auprès d'administrations publiques et d'entreprises, principalement dans les domaines des finances et de l'organisation ; 1985 - 2008
- Mandats de révision et conseil auprès de sociétés du secteur privé pour le compte de Dr. Nabholz Treuhand AG, Zurich ; 1980 - 2002



Werner Marti-Kamm, 1957, Suisse
Membre du conseil d'administration

Avocat

Cabinet d'avocats ; depuis 1988

Mandats de conseil d'administration

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

Parcours professionnel

- Propre cabinet d'avocats à Glaris ; depuis 1988
- 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
- Surveillant des prix ; 1996 - 2004
- Conseil d'Etat du canton de Glaris, responsable de la direction de l'Intérieur (direction de l'économie publique) ; 1990 - 1998
- Collaborateur / partenaire dans un cabinet d'avocats ; 1983 - 1987



Joachim Zentes, 1947, Allemand
Membre du conseil d'administration

Dr. rer. oec.

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
- Transgourmet Holding AG, Bâle

Parcours professionnel

- Professeur invité aux universités de Metz et E.M. Lyon (France), Regensburg (Allemagne), Fribourg et Bâle, Varsovie (Pologne), Santiago (Chili), Craiova (Roumanie)
- 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
- 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

Corporate Governance

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 64 et 67.

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

	Président du conseil d'administration	Membre du conseil d'administration	Fin du mandat
Hansueli Loosli	depuis 2009	-	2015
Jörg Ackermann	2001-2009	depuis 2000	2015
Irene Kaufmann-Brändli	-	depuis 2009	2015
Werner Marti	-	depuis 2009	2015
Joachim Zentes	-	depuis 1997	2013

Hans Peter Schwarz, membre du conseil d'administration pendant de nombreuses années, est décédé en septembre 2011. Lors de l'assemblée générale de 2012, le conseil d'administration proposera l'élection d'un nouveau membre pour le remplacer.

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 SA. Les représentants de Coop Coopérative 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 60 du rapport de gestion.

Organisation interne et réglementation des compétences

Le conseil d'administration de Bell 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.

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. Le soutien de consultants externes n'a pas été sollicité en 2011.

En 2011, le conseil d'administration a tenu sept réunions ordinaires. Outre les affaires ordinaires, le conseil d'administration a traité les thèmes et projets suivants sous forme approfondie :

- Définir les champs d'activité stratégiques des sociétés de Bell International ZIMBO, Abraham et Polette
- Rachat de la société allemande Hoppe, spécialiste du segment Convenience
- Rachat de la société Kocherhans und Schär AG domiciliée à Churwalden, productrice de spécialités séchées des Grisons
- Divers projets d'investissement d'une certaine importance, comme l'agrandissement de l'usine Abraham à Harkebrügge ou la nouvelle production de charcuterie à Cheseaux (canton de Vaud)
- Stratégie financière
- Stratégie informatique
- Stratégie du personnel, y.c. principes de direction et structure de management
- Stratégie des marques de Bell Suisse

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.

Corporate Governance

Membres de la direction générale du groupe



Lorenz Wyss, 1959, Suisse

Président de la direction générale du groupe (CEO)

Responsable direction Bell International i. P.

Responsable direction Bell Suisse p.i.

chez Bell depuis 2011 ; dans cette fonction depuis 2011

Boucher

Diplôme de commerce

Diplôme d'Etat en technologie bouchère

Master of Business Administration

Martin Gysin, 1960, Suisse

Responsable direction Finances/Services (CFO)

Président adjoint de la direction générale du groupe

chez Bell depuis 1992 ; dans cette fonction depuis 1994

Expert fédéral diplômé en comptabilité et controlling

Mandats de conseil d'administration

- Centravo Holding AG, Zurich
- GVFI International AG, Bâle
- Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein
- 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

- Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein
- CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle ; membre du conseil de fondation

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

Membres des directions*

Bell Suisse

Responsables des divisions

Josef Dähler, 1955, Suisse
Directeur de la division Viande fraîche
chez Bell depuis 1996 ; dans cette fonction
depuis 2007

Maîtrise fédérale de boucher
Diplôme de commerce

Markus Bänziger, 1955, Suisse
Responsable division Seafood/Logistique
chez Bell de 1975 à 1985 et depuis 1995 ;
dans cette fonction depuis 2011

Diplôme fédéral de chef de marketing

Adolf Maassen, 1964, Allemand
Directeur de la division Charcuterie
chez Bell depuis 1990 ; dans cette fonction
depuis 2007

Maître boucher-charcutier
Technicien en denrées alimentaires
Diplômé en gestion technique d'entreprise IHK

Mandats de conseil d'administration

- Identitas AG, Berne
- Proviande Coopérative, Berne
- Estonia-ACB-Vianco OÜ, Võrumaa, Estonie

Parcours professionnel

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

Christine Schlatter, 1965, Suisse
Responsable division Volaille
chez Bell depuis 1997 ; dans cette fonction
depuis 2008

Diplôme fédéral de technicienne en marketing

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

Parcours professionnel

- Fonctions dirigeantes chez Bell SA, Bâle :
 - Directeur division Convenience ;
2009 - 2010
 - 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

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 « Fleisch-
waren Maassen », Korschenbroich
(Allemagne) ; 1987 - 1990

*Selon état de l'information à la clôture de rédaction

Corporate Governance

Bell International

Directeurs

Groupe Abraham

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

Employé de commerce

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

Markus von der Pütten, 1970, Allemand
Directeur Production et Technique
chez Abraham depuis 2010 ; dans cette
fonction depuis 2011

Spécialiste en technique alimentaire

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
Président de la direction générale
chez Polette depuis la création de
l'entreprise en 1980, dans cette fonction
depuis 1980

Diplôme de commerce

Mandats de conseil d'administration

- Consortium des Salaisons d'Auvergne
- Fédération des Industriels Charcutiers, Traiteurs et Transformateurs de Viande (FICT), Paris

Ludovic Jouanneau, 1974, Français
Directeur Administration et Finances
chez Polette 2008 ; dans cette fonction
depuis 2008

Diplôme de l'Ecole Supérieure de Commerce
de Clermont-Ferrand

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

Gilles Patient, 1961, Français
Directeur commercial
chez Polette depuis 1994 ; dans cette
fonction depuis 1994

Licencié en Sciences Economiques

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
Président de la direction générale
Directeur Marketing et Distribution
Directeur Production, Achat, Logistique et
Technique p.i.
chez ZIMBO depuis 2008 ; dans cette
fonction depuis 2008

Diplômé en gestion d'entreprise

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
Directeur Finances et Controlling
PDG adjoint
chez ZIMBO depuis 2005 ; dans cette
fonction depuis 2006

Diplômé d'économie

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

Corporate Governance

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. Sont considérés comme tels les risques susceptibles d'influencer le produit net de plus de 20% 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 64 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 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 2011 une participation aux bénéfices de 20%

(année précédente 20,9%). Les sommes totales et actions remises figurent à l'annexe du rapport de gestion, page 60.

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 SA. Ceux-ci peuvent être consultés sur le site Internet de Bell, rubrique 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.

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 69.

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 2011, 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	2011	2010
Services de révision	1'023	1'172
Conseils fiscaux	-	-
Conseils juridiques	-	-
Conseils relatifs aux transactions (y. c. Due Diligence)	-	-
Total	1'023	1'172

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

Dates importantes

Clôture des comptes	au 31 décembre
Assemblée générale de Bell SA	le 17 avril 2012
Publication des résultats du 1er semestre 2012	le 9 août 2012
Publication du chiffre d'affaires de 2012	mi janvier 2013
Publication des résultats de 2012	en février 2013

D'autres dates, ou les dates actualisées, sont publiées sur le site Internet de Bell, rubrique 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 86 du présent rapport de gestion.

Corporate Governance

Membres de management supérieur*

Direction du Groupe

Lorenz Wyss Président de la direction générale du groupe,
Responsable direction Bell International i.P.,
Responsable direction Bell Suisse p.i.

Martin Gysin Responsable direction Finances/Services,
Président adjoint de la direction générale du groupe

Comité exécutif de direction du groupe

Michael Gloor Responsable Révision interne

Elisabeth Wegeleben Responsable Secrétariat Général/Bureau des
actions, Secrétaire CA

Direction Finances/Services

Martin Gysin Responsable direction 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

Thomas Studer Responsable Projets

Ulrich Süß Responsable Comptabilité

Direction Bell Suisse

Lorenz Wyss Responsable direction Bell Suisse p.i.

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

Guillod Thierry Responsable Usines Romandie

Michel Lerch Responsable Usine Bâle

Joachim Messner Responsable adjoint Usine Bâle

Elvira Meyer Responsable Vente/Marketing

Martin Reinhard Responsable Achat/Vente

Stefan Seiler Responsable Achat/Vente

Josef Zuber Responsable Vente Commerce/Gastro Suisse allemande

Division Volaille

Christine Schlatter Directrice Division

Walter Bieri Responsable Vente/Achat

Thomas Graf Responsable Usine

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 Usine Gossau

Hanspeter Gysin Responsable Planification/Technique

Ursula Kuhn Responsable MQ/Laboratoire

Francesco Nicastro Responsable Usine Bâle

Roland Rufener Responsable Achat non-food/articles de commerce

Hanspeter Treichler Responsable Usine Churwalden

Kurt Zenger Responsable adjoint Usine Bâle

*Selon état de l'information à la clôture de rédaction

Division Seafood/Logistique

Markus Bänziger Directeur Division

Seafood

José-Manuel Seabra Directeur Secteur d'activité

Marco Märsmann Responsable Achat/Vente

Frigo St. Johann AG

Bruno Flückiger Directeur

Direction Bell International

Lorenz Wyss Responsable direction Bell International i. P.

Abraham Schinken GmbH

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

Markus von der Pütten Directeur Production et Technique

Jürgen Emtmann Directeur Finances

Salaison Polette & Cie SAS

Philippe Polette Directeur Général

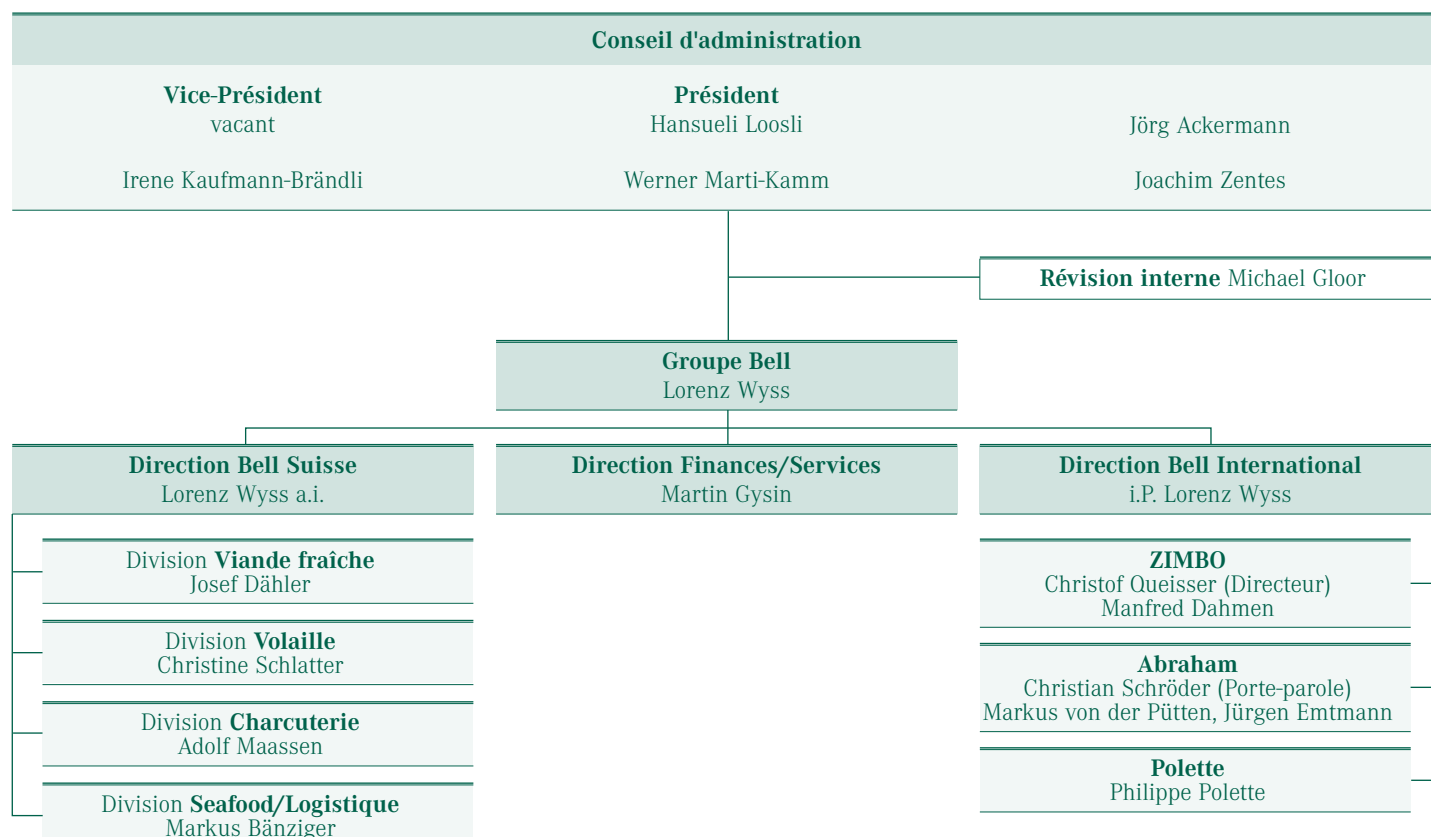
Gilles Patient Directeur commercial

Ludovic Jouanneau Directeur Administration et Finances

ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG

Christof Queisser Président de la direction générale,
Directeur Marketing et Distribution,
Directeur Production, Achat, Logistique
et Technique p.i.

Manfred Dahmen Directeur Finances et Controlling,
Directeur Général adjoint



Bell SA

Bilan

en milliers de CHF		31.12.2011		31.12.2010
Disponibilités		172		45
Titres		3 739		2 025
Créances des sociétés du groupe		-		22 475
Autres créances		141		133
Actifs circulants		4 052	1.1 %	24 678 7.4 %
Immobilisations financières	Participations majoritaires	146 373		147 373
	Participations minoritaires	83 820		9 051
	Prêts sociétés du groupe/autres immobilisations financières	148 247		151 992
Immobilisations corporelles	Terrains	153		392
	Bâtiments	722		1 133
Capitaux immobilisés		379 315	98.9 %	309 941 92.6 %
Actifs		383 367	100.0 %	334 619 100.0 %
Autres dettes à payer pour biens et services		198		902
Engagements envers les sociétés affiliées		42 514		17
Comptes de régularisation		91		66
Fonds étrangers à court terme		42 803	11.2 %	985 0.3 %
Fonds étrangers à long terme		-		-
Fonds étrangers		42 803	11.2 %	985 0.3 %
Capital-actions		2 000		2 000
Réserves légales		10 000		10 000
Réserves pour actions propres		3 113		6 993
Autres réserves		298 520		257 012
Bénéfice au bilan		26 931		57 629
Fonds propres		340 564	88.8 %	333 634 99.7 %
Passifs		383 367	100.0 %	334 619 100.0 %

Bell SA

Compte de résultat

en milliers de CHF	2011	2010
Produits des participations	50 558	50 518
Autres produits financiers	7 692	6 983
Autres produits	3 027	3 089
Produits	61 278	60 590
Charges administratives	1 331	1 582
Autres charges	327	317
Intérêts débiteurs	1 613	240
Autres charges financières	30 833	-
Charges amortissement sur des immobilisations corporelles	411	411
Charges	34 515	2 550
Résultat ordinaire avant impôts	26 763	58 039
Produits issus de la cession d'immobilisations	168	280
Bénéfice d'exploitation avant impôts	26 931	58 319
Impôts	-	690
Bénéfice d'exploitation après impôts	26 931	57 629

Bell SA

Répartition du bénéfice

Proposition du Conseil d'administration à l'assemblée générale

en milliers de CHF	2011	2010
Répartition du bénéfice		
Bénéfice de l'exercice	26 931	57 629
Dividende 60 CHF (50 CHF pour l'exercice précédent)	24 000	20 000
Affectation aux réserves libres	2 931	37 629
Total des répartitions	26 931	57 629

Annexe

en milliers de CHF	2011	2010
Montant total des cautions, garanties, nantissemements en faveur de sociétés du groupe*	225 000	331 109
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	–	–
Valeur assurance incendies bâtiments	4 194	4 194
Participations importantes	page 65	–
Actions propres selon justification des fonds propres des comptes du Groupe	page 49	–
Actionnaire principal : Coop Genossenschaft, Bâle	66.29%	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Bâle	4.55%	4.09%
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	1 000	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	500	500
Informations relatives à l'évolution des risques	page 64/73	–

* 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 SA

Rapport de l'organe de révision sur les comptes annuels

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

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié les comptes annuels de Bell SA (auparavant Bell Holding SA), comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe (pages 82 à 84) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2011.

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 2011 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

Andreas Wolf
 Expert-réviseur

Bâle, le 13 février 2012

Contacts

Siege principal	Bell SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse • Tél. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2170 info@bell.ch • www.bell.ch
Registre des actions	Bell SA Elisabeth Wegeleben	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 61 326 2208 • Fax +41 61 326 2119 • info-aktien@bell.ch
Relations publiques / Investor Relations	Bell SA Davide Elia	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 61 326 2212 • Fax +41 61 326 2114 • davide.elia@bell.ch
Informations courantes		www.bell.ch
Bell Suisse	Bell Suisse SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse • Tél. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2170
Bell Viande fraîche	Bell Suisse SA	Dünnerstrasse 31 • 4702 Oensingen • Suisse • Tél. +41 62 388 5300 • Fax +41 62 388 5398
Bell Suisse romande	Bell Suisse SA	Chemin du Châteland 5 • 1033 Cheseaux-sur-Lausanne • Suisse • Tél. +41 21 731 9900 • Fax +41 21 731 9903
Bell Charcuterie	Bell Suisse SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse • Tél. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2110
Bell Volaille	Bell Suisse SA	Zelgmatte 1 • 6144 Zell • Suisse • Tél. +41 41 989 8600 • Fax +41 41 989 8601
Bell Seafood	Bell Suisse SA	Neudorfstrasse 90 • 4056 Bâle • Suisse • Tél. +41 61 326 2929 • Fax +41 61 326 2145
Frigo St. Johann	Frigo St. Johann AG	Neudorfstrasse 90 • 4056 Bâle • Suisse • Tél. +41 61 327 1133 • Fax +41 61 327 1233 info@frigo-ag.ch • www.frigo-ag.ch
Bell International		Brookdamm 21 • 21217 Seevetal • Allemagne • Tél. +49 40 768005 0 • Fax +49 40 768005 305 info@abraham.de • www.abraham.de
Abraham Schinken GmbH		Champ Saint-Pierre • 63460 Teilhède • France • Tél. +33 473 64 31 31 • Fax +33 473 64 3140 info@polette.fr • www.polette.fr
Salaison Polette & Cie SAS		Wasserstrasse 223 • 44799 Bochum • Allemagne • Tél. +49 234 9553 7000 • Fax +49 234 9553 7208 info@zimbo.de • www.zimbo.de
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG		

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.

Délai rédactionnel : 14.02.2012.

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.

Vous trouverez des informations complétant le rapport annuel, ainsi que d'autres informations actuelles sur le groupe Bell, à l'adresse www.bell.ch.

Editeur

Bell SA
Elsässerstrasse 174
4056 Bâle
Suisse

Responsabilité générale

Davide Elia, Bell Suisse SA, Marketing/communication

Concept, réalisation graphique

Grayling Suisse SA; Walter Stähli

Photos

Photoart, Zürich
Eugen Leu & Partner SA, Riehen
Heiner H. Schmitt, Bâle
Yannick Andrea, Filisur

Impression

Werner Druck SA, Bâle



