

Bell SA

Rapport annuel

2012

La qualité est notre
compétence centrale



Bell vit ses valeurs. Avec engagement et enthousiasme.

A l'origine des produits, il y a toujours des êtres humains. Comme ils en sont pleinement conscients, les collaboratrices et collaborateurs de Bell consacrent toute leur passion et beaucoup de sensibilité à notre métier traditionnel. Les exigences qualitatives les plus élevées les guident afin que nos produits procurent un plaisir maximal. Le respect des traditions nous tient autant à cœur que le développement de produits innovants. Ce faisant, nous respectons nos ressources naturelles. La durabilité fait partie de nos enjeux centraux – également en ce qui concerne nos collaborateurs qui sont le fondement de notre réussite.



SOMMAIRE

- Bell en bref
- 2 — Editorial

- 14 — **Rapport de situation**
- 16 — Une année exigeante pour le groupe Bell
- 16 — Bell Suisse – évolution stable
- 19 — Bell Allemagne – sous le signe de la consolidation
- 20 — Bell Europe de l'Est/Benelux – concentration sur les compétences centrales
- 22 — Bell France – belle progression des quantités
- 23 — Perspectives 2013 – concrétisation systématique des stratégies

- 24 — **Corporate Social Responsibility**
- 26 — Sens des responsabilités au quotidien
- 26 — Les trois piliers de la durabilité
- 27 — Approvisionnement et prestations
- 29 — Efficience des ressources
- 30 — Responsabilité sociale
- 33 — Communication
- 34 — Gestion des marques

- 36 — **Corporate Governance**

- 54 — **Rapport financier**
- 56 — Groupe Bell
- 84 — Bell SA

- 88 — Contacts
- 89 — Impressum

Bell en bref

Le groupe Bell compte parmi les principaux transformateurs de viande en Europe. L'offre comprend de la viande, de la volaille, de la charcuterie ainsi que des produits des gammes Seafood et Convenience. Les marques Bell, Abraham, ZIMBO, M^ossieur Polette et Hoppe permettent au groupe de répondre à des attentes diversifiées. Le cercle de clients réunit des grossistes et le commerce de détail, l'hôtellerie-restauration et l'industrie alimentaire.

Environ 30 % du chiffre d'affaires et environ 45 % du volume de vente sont réalisés en-dehors de Suisse.

CHIFFRE D'AFFAIRES
en milliers de CHF

2'526'520

Année précédente
2'516'953



PRODUIT NETS D'EXPLOITATION
en milliers de CHF

2'508'378

Année précédente
2'482'588



EBITDA
en milliers de CHF

185'138

Année précédente
204'291

→
-9,4%

EBIT
en milliers de CHF

99'145

Année précédente
89'849

→
+10,4%

BÉNÉFICE NET
en milliers de CHF

75'849

Année précédente
71'618

→
+5,9%

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR GROUPES DE PRODUITS
en %


45%
Charcuterie


33%
Viande fraîche


14%
Volaille


5%
Seafood

2%
Autres ventes

1%
Viande spéciale

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR PAYS
en %

 18%
Allemagne

 5%
Europe de l'Est

 4%
France

 3%
Espagne/Benelux

70%
Suisse

COURS DE L'ACTION AU 31.12.
en CHF

2'005

Année précédente
1'762

+13,8%



2012 ■
2011 ■

EBITDA par action en CHF	465 514		-9,5%
EBIT par action en CHF	249 226		+10,2%
Bénéfice net par action en CHF	191 180		+6,1%
Dividende par action en CHF	60 60		+0,0%

OBTENTION DE MATIÈRE PREMIÈRE (SUISSE)
en tonnes

	Abattages propres	Achats complémentaires/ importations	Pourcentage des importations	2012	2011
Viande d'abattage	100 351	4 957	5 %	105 308	106 438
Volaille	25 144	10 235	29 %	35 379	33 672
Viande spéciale (gibier, lapin et autres)	30	1 826	98 %	1 856	2 167
Seafood (sans marchandises de traite)	-	5 617	98 %	5 617	5 158
Total	125 525	22 635	18 %	148 160	147 435
Volume vendu Charcuterie Suisse				32 369	32 462
Volume vendu Charcuterie Europe				99 201	103 551

CENTRES DE PRODUCTION

27



27 Centres de production (=)
100 Points de vente (+6)
2 Autres sites (-1)

PARTS HOMMES/FEMMES
en %



Part de femmes dans les cadres 19 %
(Année précédente 17 %).

NOMBRE DE NATIONALITÉS

72

Année précédente
74



Le groupe Bell est axé sur l'international :
il est présent dans 11 pays, vend ses
produits dans quelque 25 pays et emploie
des personnes venant de 72 pays.



Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe



Hansueli Loosli
Président du conseil d'administration

Poser les rails pour l'avenir

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



Divisions sous le signe de la consolidation

Dividende de CHF 60 par action

Poser les rails pour l'avenir

Mesures stratégiques en vue d'assurer l'approvisionnement et la durabilité

Perspectives 2013

Chers actionnaires,

L'exercice 2012 était marqué par des conditions-cadres exigeantes. Sur la plupart de nos marchés, les prix des matières premières sont restés figés à un niveau très élevé. Si isolément et avec retard, les prix ont pu être ajustés sur le marché, la situation demeurait tendue. Le groupe Bell présente une évolution stable de son chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires des marchandises a progressé de 0,4 % à CHF 2,53 milliards. Après correction des influences structurelles et de change, la progression du chiffre d'affaires s'élève à 0,6 %. A l'échelle du groupe, l'écoulement a légèrement diminué d'env. 221'700 tonnes (-1,2 %).

Au niveau EBITDA, le résultat opérationnel du groupe Bell de CHF 185,1 millions est d'env. 9,4 % ou CHF 19,2 millions inférieur à celui de l'année précédente. Plusieurs raisons sont à l'origine de ce recul : la fermeture du site de Bochum a généré des coûts extraordinaires d'env. CHF 9 millions. Les coûts élevés des matières premières d'une part et la pression sur les prix de vente d'autre part ont sensiblement comprimé les marges de nos activités internationales. La dynamique de croissance de notre marché clé, la Suisse, a également faibli, principalement dans le secteur de la charcuterie qui fut confronté à un recul sensible du marché. A raison de CHF 75,8 millions, le bénéfice de l'entreprise est en baisse de 4,2 millions ou 5,9 % par rapport à l'année précédente.

Divisions sous le signe de la consolidation

Bell Suisse a de nouveau réussi à atteindre le niveau élevé de l'année précédente et présente une évolution stable des affaires. En raison d'une évolution moindre du marché, la dynamique de croissance a un peu faibli. Le volume important d'achats des consommateurs suisses dans les régions frontalières est l'une des raisons de ce recul. Nous avons néanmoins réussi à augmenter nos volumes d'écoulement en gagnant des parts de marché. Dans les secteurs de la viande fraîche et de la volaille, nous avons progressé avec de la viande d'origine suisse. Dans celui de la charcuterie, les ventes enregistrent par contre un recul généralisé. L'évolution du secteur Seafood demeure réjouissante et nous sommes désormais le leader de ce marché.

Par rapport à l'exercice précédent, Bell Allemagne a légèrement augmenté son chiffre d'affaires de CHF 484,1 millions (+1,5 %). Les prix des matières premières sont demeurés à un niveau très élevé et des adaptations n'ont pu être que partiellement répercutées sur le marché. Nous avons pu progresser dans le segment du jambon cru, alors que les chiffres d'affaires des saucisses crues et des produits de charcuterie échaudés sont inférieurs à l'année dernière.

Bell Europe de l'Est/Benelux présente une image hétérogène. Nos activités en Pologne expriment une évolution positive. En Hongrie, diverses initiatives nous ont permis d'optimiser les assortiments et processus de nos usines, ce qui a résorbé la faiblesse de la conjoncture dans ce pays. La perte d'un groupe de produits a pesé sur nos activités commerciales dans les pays du Benelux et n'a pu être que partiellement compensée. Nos activités en République tchèque, en Slovaquie et en Roumanie ont évolué de manière réjouissante, notre réseau de succursales ayant progressé à 100 unités.

Bell France a enregistré une belle croissance des quantités, mais il demeure difficile dans ce pays de répercuter les coûts très élevés des matières premières par des majorations de prix. On a toutefois pu parer à ce handicap au niveau des matières premières par de nouveaux gains de productivité. Grâce aux synergies du groupe Bell, nous avons pu créer de nouveaux débouchés à nos spécialités françaises en Suisse et en Allemagne.

Globalement, nous sommes satisfaits de l'exercice 2012 du groupe Bell. La dynamique de croissance des dernières années n'a certes pas pu être maintenue, mais compte tenu des conditions-cadres difficiles, nous avons réalisé un bon résultat à un niveau élevé. Cela prouve qu'en tant que groupe, nous possédons des fondements solides que nous avons bien l'intention de développer encore.

Dividende de CHF 60 par action

A CHF 2'005, le cours de l'action Bell au 31 décembre 2012 était en hausse de 13,8 % par rapport à celui de fin d'année 2011, à savoir CHF 243. Durant la même période, le Swiss Performance Index (SPI) a cédé 17,7 %. Dans le cadre de notre politique dans ce domaine ainsi qu'en fonction de l'évolution du résultat et d'autres perspectives, nous visons un taux de distribution de 30 à 40 %. Compte tenu des résultats de l'exercice 2012, le conseil d'administration propose ainsi à l'assemblée générale de verser un dividende inchangé par rapport à l'année dernière de CHF 60 par action (taux de versement de 31,5 %).

+13,8 %

Hausse du cours de l'action-Bell
au courant de l'exercice.

Poser les rails pour l'avenir

En 2012, nous avons concrétisé diverses mesures organisationnelles en vue d'exploiter des synergies et d'optimiser l'efficacité. La direction de Bell Allemagne a été confiée à Christian Schröder, anciennement directeur d'Abraham. Les processus opérationnels dans les domaines de la production, des achats, de la logistique et de l'informatique sont réunis sous cette direction homogène. Dans le cadre du regroupement de nos activités en Allemagne, l'administration a été concentrée à Sevetal et le site de Bochum sera définitivement fermé dans le courant du printemps 2013.

Pour les activités nationales en Europe de l'Est et dans les pays du Benelux, nous avons restructuré nos unités internationales en Bell Allemagne, Bell France et Bell Europe de l'Est/Benelux. Cette mesure s'est accompagnée d'une nette rationalisation des structures juridiques, avec un nombre nettement réduit d'unités distinctes. Nous avons cédé notre bureau de vente au Danemark dans le cadre d'un management buy-out.

Des adaptations au niveau du personnel ont également été menées dans toutes les divisions. En plus des changements déjà évoqués en Allemagne, les directions de Bell Benelux, Bell Hongrie et Charcuterie Suisse ont été confiées à de nouveaux responsables. Par ailleurs, les cadres supérieurs ont été renforcés dans certaines unités.

La nouvelle stratégie de marque pour l'ensemble du groupe Bell a été ratifiée par le conseil d'administration en milieu d'année 2012 ; celle-ci prévoit une concentration sur les marques stratégiques Bell, Abraham, ZIMBO, Hoppe et Mòssieur Polette. Pour ces marques, nous avons procédé à une délimitation détaillée du marché et des produits dans le but de les positionner encore mieux sur les marchés respectifs. Le développement des activités liées aux marques vise à compléter de manière optimale le secteur déjà très solide de nos marques propres.

Nous avons également redéfini nos priorités en matière de politique des sites. C'est ainsi qu'à Churwalden (Suisse), l'étape d'agrandissement pour la production de spécialités des Grisons sera mise en service en milieu d'année 2013. La nouvelle usine de charcuterie à Chesaux-sur-Lausanne (Suisse) est en phase de réalisation. A Zell (Suisse), le coup d'envoi des travaux de planification pour la modernisation de l'abattoir de volaille avec un nouveau rattachement direct aux installations de découpe a été donné. De plus, nous poursuivons l'élargissement de notre production d'articles de la gamme Convenience à ce même site. A Oensingen (Suisse), nous avons pu nous assurer une parcelle supplémentaire, en plus des surfaces générées en 2012 par des échanges de terrains en vertu de droits de préemption.

Dans le cadre de la gestion des assortiments, nous avons procédé à des restructurations de grande envergure, en plus des adaptations courantes, dans nos usines en Pologne, en Hongrie et à Suhl (Allemagne) ainsi qu'auprès de notre société commerciale Bell Benelux.

En 2013, nous investirons de nouveau sciemment dans l'optimisation de la compétitivité du groupe Bell. C'est ainsi qu'un volume d'investissements d'env. CHF 90 millions est prévu pour l'exercice en cours, dont env. 50 millions concernent des investissements de remplacement et de modernisation. Nous pouvons financier sans endettement supplémentaire un budget d'investissement supérieur au niveau des années précédentes grâce à une structure financière et de rendement saine, par le biais du cash-flow généré.

Mesures stratégiques en vue d'assurer l'approvisionnement et la durabilité

La volatilité croissante des marchés des matières premières ainsi que la disponibilité qualitative et quantitative de celles-ci sont des aspects auxquels nous sommes de plus en plus attentifs. C'est ainsi que Bell étudie actuellement divers moyens de resserrer les liens en amont de l'entreprise. D'une façon générale, la concrétisation peut passer par différents modèles de coopération et constituerait une bonne garantie de répondre à des attentes qualitatives de plus en plus élevées au niveau des matières premières. De plus, cela nous permettrait de réduire notre dépendance à l'égard des grands fournisseurs de matières premières et des fluctuations de prix. Un autre axe d'intervention consiste à réunir l'approvisionnement auprès de partenaires commerciaux éprouvés. Nous pouvons ainsi consolider notre position sur les marchés d'approvisionnement et mieux défendre nos intérêts.

Sur le plan de la durabilité, nous avons enregistré divers progrès au cours de l'exercice considéré, par le biais d'améliorations supplémentaires à différents niveaux. Nous avons par ailleurs continué de travailler à notre stratégie dans ce domaine à l'échelle du groupe. La qualité et la durabilité sont à nos yeux une question d'attitude. Nous sommes convaincus que les actions inscrites dans la perspective du développement durable sont décisives pour la réussite des affaires – aujourd'hui et sans doute encore plus à l'avenir. Il ne s'agit pas seulement d'un enjeu écologique et social, mais également économique.

Perspectives 2013

Nous considérons que les conditions-cadres n'évolueront pas radicalement en 2013 et qu'il faut par conséquent s'attendre à un environnement qui demeure très exigeant. Alors qu'un climat de concurrence durci et une conjoncture stagnante influencent les prix de vente, les prix élevés des matières premières continueront d'alourdir nos coûts d'approvisionnement.

Afin d'améliorer constamment notre efficacité, nous poursuivons l'optimisation de nos structures et de nos assortiments vers d'avantage de valeur ajoutée. Ce faisant, nous tenons compte de l'exploitation résolue de synergies au sein du groupe ainsi que de concepts innovants. Nous soumettons systématiquement nos processus à une analyse critique et continuons de les adapter au besoin. Après l'année de transition que fut 2012, nous avons l'intention de commencer les prochaines étapes en 2013. Les initiatives déjà introduites contribueront à une nouvelle croissance malgré des conditions de marché difficiles.

Nous tenons beaucoup à impliquer tous nos partenaires commerciaux et à élaborer les meilleures solutions conjointement. Le groupe Bell est bien armé pour les défis à venir. Nous devons autant notre succès au dévouement de nos collaborateurs qu'à nos actionnaires, clients et fournisseurs qui nous honorent de leur confiance. De ce fait, nous les remercions tous par ce biais de leur volonté de relever les futurs défis ensemble ainsi que de leur loyauté et de la confiance à l'égard de l'entreprise Bell.



Hansueli Loosli
Président du conseil d'administration



Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe

Nous poursuivons l'optimisation de nos structures et de nos assortiments vers d'avantage de valeur ajoutée.





Notre sens de la qualité crée la confiance.

La qualité par la compétence. Un principe ancré dans toutes nos fonctions. Pour Bell et nos clients.



Plus de 140 ans de tradition nous enrichissent d'une belle somme d'expériences. Jour après jour, nous faisons en sorte de les associer à des technologies de pointe. Cette combinaison constitue le cœur de nos produits et contribue grandement à nos succès. Toujours à l'affût de l'essentiel, nos spécialistes chevronnés recherchent la perfection dans tous les domaines de notre chaîne de création de valeur. Parce que la qualité est notre compétence centrale. De l'approvisionnement en passant par la production jusqu'à la vente, nous ne négligeons aucun effort pour atteindre les standards qualitatifs les plus élevés. Nos produits procurent du plaisir et transmettent de la joie de vivre. C'est à nos collaborateurs que nous le devons, à la passion, à l'esprit d'innovation et à leur inlassable engagement. Il est vrai que nous ne nous contentons pas de penser à nous ici et maintenant : nous voulons agir dans le sens du développement durable et nous veillons à ménager nos ressources.



Approvisionnement
Production
Vente
Marketing
Services

»
Obtenir la
meilleure matière
première ne va
jamais de soi,
mais requiert un
intense travail.

Martin Reinhard

Les **exigences qualitatives** de Bell débutent par le choix des matières premières. A ce niveau, des caractéristiques telles que la race, les conditions d'élevage et de nourrissage des animaux constituent des critères décisifs.

Une **approche axée sur la durabilité** est également centrale pour Bell en matière de sécurité de l'approvisionnement. Bell s'engage en faveur d'un approvisionnement durable et tenant particulièrement compte du bien-être des animaux.



DONNÉES PERSONELLES

—
Martin Reinhard, 62 ans, dirige le service Achat chez Bell Viande fraîche à Oensingen (Suisse). Il a occupé diverses fonctions dans le groupe depuis 40 ans.

67%

de nos charges sont représentées par des coûts de marchandises et de matériel.

Corporate Social Responsibility
à partir de la page 24



PRODUCTION



Nos décennies de tradition représentent un solide bagage d'expériences professionnelles.

Michel Lerch

Bell se montre intraitable en matière de saveur des produits. Un **savoir-faire** à toute épreuve permet à Bell de respecter des recettes **traditionnelles** même lorsqu'il s'agit de les intégrer à des méthodes de production ultra-modernes.

Grâce à ses usines efficaces et spécialisées, dotées de technologies innovantes, la production de Bell répond **aux standards technologiques les plus avancés**.

222

millions de kilos.
Tel est le volume de production de viande des 27 usines Bell.

Rapport de situation
à partir de la page 14

DONNÉES PERSONELLES

—
Michel Lerch, 51 ans, dirige depuis 8 ans l'usine de Bell Viande fraîche à Bâle (Suisse). Il travaille dans l'entreprise depuis 17 ans.



»
La diversité de nos produits reflète les différents besoins de nos clients.

Elvira Meyer

Les clients de Bell, qui représentent le commerce de détail et de gros, la restauration et l'industrie alimentaire, ont en effet des attentes différentes en matière d'assortiment. **Particulièrement sensible aux nouvelles tendances**, Bell réussit à développer constamment des nouveautés et des produits innovants.

Cette **évolution de l'offre** exige une bonne dose de créativité, en plus de l'écoute des besoins du client.

2,5

millions de produits Bell sont achetés par les consommateurs dans toute l'Europe – quotidiennement.

Corporate Social Responsibility
à partir de la page 24



—
DONNÉES PERSONELLES

—
Elvira Meyer, 35 ans, dirige le service Vente/Marketing chez Bell Viande fraîche à Oensingen (Suisse). Elle a occupé différentes fonctions chez Bell depuis 1999.



MARKETING



La crédibilité, l'identification et la confiance sont les valeurs essentielles de notre travail de communication dans un esprit durable.

Davide Elia

Bell donne un **visage incomparable** à ses produits. Un visage moderne avec un effet identitaire, servant de repère à nos clients et aux consommateurs.

Dans ses mesures de communication et de marketing, Bell met l'accent sur la **valeur ajoutée**. Les valeurs de l'entreprise et de la marque sont toujours au centre de la conception du message : fraîcheur, durabilité et sens unique de la qualité.

96 %

de la population suisse connaît la marque Bell.

Corporate Social Responsibility à partir de la page 24

DONNÉES PERSONELLES

Davide Elia, 40 ans, dirige le service Marketing/Communication de Bell SA à Bâle (Suisse). Il a occupé diverses fonctions chez Bell depuis 15 ans.



SERVICES



La promotion de nos collaborateurs est au cœur de notre politique du personnel.

Johannes Meister

Des collaborateurs qui s'identifient à l'entreprise et à ses produits contribuent de manière déterminante à notre **succès commercial**.

Grâce à des infrastructures et processus modernes dans tous les secteurs professionnels, Bell offre un cadre de travail attrayant à son personnel. **Une culture de communication ouverte** et l'environnement de plus en plus international de Bell contribuent grandement à l'évolution du personnel et au climat d'estime mutuelle.

72

nationalités sont représentées au sein du groupe Bell

Corporate Social Responsibility à partir de la page 24



DONNÉES PERSONELLES

Johannes Meister, 52 ans, dirige le service Personnel/Formation de la division Finances/Services de Bell Suisse SA à Bâle (Suisse), et ce, depuis 18 ans déjà.

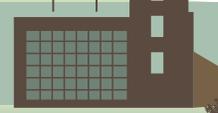




Volume des ventes Groupe Bell 221'700 tonnes

Benelux

Collaborateurs : 45
Volume des ventes : 7'300 t



Suisse

Effectif du personnel : 3'415
Centres de production : 10
Volume des ventes : 122'500 t

Espagne

Effectif du personnel : 60
Centre de production : 1
Volume des ventes : 5'200 t



France

Effectif du personnel : 420
Centres de production : 6
Volume des ventes : 12'600 t



Rapport de situation

SOMMAIRE

Une année exigeante pour le groupe Bell

Bell Suisse – évolution stable

Bell Allemagne – sous le signe de la consolidation

Bell Europe de l'Est/Benelux – concentration sur les compétences centrales

Bell France – belle progression des quantités

Perspectives 2013 – concrétisation systématique des stratégies



Allemagne

Effectif du personnel : 1'310
Centres de production : 6
Volume des ventes : 65'980 t



Pologne

Effectif du personnel : 180
Centre de production : 1
Volume des ventes : 8'000 t



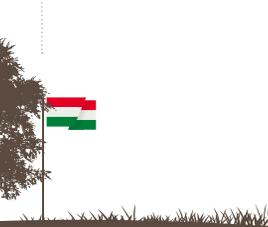
Tchéquie

Effectif du personnel : 650
Points de vente : 65



Slovaquie & Roumanie

Effectif du personnel : 220
Points de vente : 35



Hongrie

Effectif du personnel : 170
Centre de production : 1
Volume des ventes : 6'000 t

Le bénéfice de l'entreprise, de CHF 75,8 millions, est supérieur de 4,2 millions par rapport à celui de l'année précédente.

Une année exigeante pour le groupe Bell

Le groupe Bell présente une évolution stable de son chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires des marchandises a progressé de 0,4 % pour atteindre CHF 2,53 milliards. Après correction des influences structurelles et de change, la progression du chiffre d'affaires s'élève à 0,6 %. A l'échelle du groupe, l'écoulement a légèrement diminué d'env. 221'700 tonnes (-1,2 %).

La situation demeure très tendue sur la plupart de nos marchés en ce qui concerne les coûts d'approvisionnement. Les prix des matières premières sont restés à un niveau très élevé. Le commerce n'a admis que partiellement, et avec beaucoup de retard, les indispensables majorations.

A raison de CHF 827 millions, le bénéfice brut est resté stable. CHF 9 millions environ sont venus grossir le bénéfice brut grâce à l'intégration de l'abattoir de Bâle, alors que des prix de vente en baisse l'ont influencé négativement. Les coûts salariaux sont plus élevés qu'au cours de la période de référence en raison des effets de consolidation. L'abattoir de Bâle ainsi que les sociétés Hoppe (Convenience Viande) et Kocherhans (spécialités des Grisons) figurent pour la première fois dans les comptes pour l'ensemble de l'année. A la fin de l'exercice, l'effectif du personnel s'élevait à 6'469 collaboratrices et collaborateurs (-1), dont environ la moitié en Suisse.

Pour ce qui est de l'EBITDA, le résultat opérationnel de CHF 185,1 millions est en baisse d'env. 9 % par rapport à l'exercice précédent. Ce recul est attribuable à la provision unique d'un montant de CHF 9 millions pour la fermeture du site de Bochum. Après correction des influences spéciales, l'EBITDA se situe au niveau de l'année précédente. Le bénéfice de l'entreprise, de CHF 75,8 millions, est supérieur de 4,2 millions par rapport à celui de l'année précédente.

Le partenariat stratégique avec Hilcona se développe encore

Hilcona SA, l'une des grandes participations de Bell SA, a repris au 1er janvier 2012 Gastro Star AG et consolide cette société au sein du groupe Hilcona à partir du 1er juillet 2012. Cette acquisition permet à Hilcona de consolider sa position de prestataire complet dans le segment du marché alimentaire des produits frais de la gamme Convenience. En plus des emplois de l'administration de Gastro Star, les sites de production et de distribution suisses de Dällikon et de Villigen sont maintenus. Dans le cadre d'une coopération, Bell SA détient depuis le 1er janvier 2011 une participation de 49 % à Hilcona et acquerra 2 % supplémentaires du capital en 2015.

Bell Suisse – évolution stable

La Suisse demeure le marché clé du groupe Bell. Nous y sommes très largement représentés et proposons, dans le cadre d'un assortiment complet, tous les groupes de produits des segments Viande fraîche, Volaille, Charcuterie et Seafood. Nous avons nos propres abattoirs et installations de découpage en Suisse où nous possédons également toute l'infrastructure requise pour produire des produits carnés de qualité supérieure. Le cercle de clients en Suisse réunit des grossistes et le commerce de détail, l'hôtellerie-restauration et l'industrie alimentaire.

Bell Suisse a de nouveau réussi à atteindre le niveau élevé de l'année précédente et présente une évolution stable des affaires. En raison d'un essor moindre du marché, la dynamique de croissance a un peu faibli. Le volume des ventes a progressé de 1,4 % à 122,5 millions de kilos. Bell a donc gagné des parts de marché, puisque selon les estimations de l'entreprise, le marché suisse a marqué un recul quantitatif d'env. 2 %. Avec une hausse de 0,6 % à CHF 1,76 milliard, le chiffre d'affaires a moins fortement augmenté que les quantités, ce qui s'explique par des prix de vente en baisse de 0,8 % en moyenne.

La croissance concerne principalement la viande suisse, du fait que le niveau qualitatif ainsi que la diversité de l'offre et de l'assortiment sont particulièrement appréciés des consommateurs dans ce pays. Proportionnellement, l'évolution de la viande importée est plutôt négative. Nous supposons que lorsque les consommateurs veulent acheter de la viande d'origine étrangère, ils préfèrent franchir les frontières pour des raisons financières. Le boom du tourisme d'achat était une constante pendant tout l'exercice, avec des conséquences sensibles surtout dans le commerce de détail suisse.

La tendance des chiffres d'affaires de ce canal et, par conséquent, dans l'industrie alimentaire, était à la baisse. Dans certains domaines du canal de la restauration en revanche, nos ventes ont augmenté. L'écoulement dans les points de vente de petite surface, tels que les commerces de dépannage, a également augmenté.

L'évolution du résultat est comparable à l'exercice précédent. Une plus grande valeur ajoutée dans tous les assortiments a eu des répercussions positives au niveau des recettes. Globalement, le déroulement des activités saisonnières – Pâques, grillades et Fêtes notamment – fut positif. Il est vrai que le recul dans le commerce de détail se traduit par une pression nettement accrue sur les prix et les marges.

Contexte de marché exigeant

Les quantités de viande disponibles en Suisse, un indicateur de la consommation de viande de la population, a baissé d'env. 2 % dans l'exercice considéré. Ce sont principalement les importations de viande, avec une diminution d'env. 9 % pour les animaux de boucherie et d'env. 1 % pour la volaille, qui ont nettement reculé. Si l'on tient compte des produits carnés achetés dans les pays limitrophes par des personnes domiciliées en Suisse, la consommation de viande est pourtant restée globalement stable selon nos estimations.

En Suisse, un marché d'approvisionnement cloisonné, les prix des matières premières ont recommencé à bouger après deux ans de relative stabilité. Nos prix d'achat moyens de la viande bovine ont augmenté de 0,4 % en 2012. Pour le porc, les prix étaient encore inférieurs aux valeurs de l'année précédente pendant le premier semestre, alors qu'au deuxième semestre, les cours ont nettement augmenté, surtout pendant le dernier trimestre.

Volume des ventes Viande fraîche



Dans le secteur Viande fraîche, le volume des ventes était en hausse de 1'100 tonnes pour atteindre 55'857 tonnes au total.

Viande fraîche – solide marche des affaires

Dans le secteur Viande fraîche, le volume des ventes était en hausse de 2 % ou 1'100 tonnes pour atteindre 55'857 tonnes au total. En raison de prix de vente inférieurs en moyenne, le chiffre d'affaires est néanmoins resté stable au niveau de l'année précédente, à raison de CHF 829 millions (+CHF 13 millions, +1,6 %).

La production de viande de boucherie, 100'351 tonnes au total, s'est maintenue au niveau de l'année précédente. Pour les bœufs et vaches, elle était nettement supérieure à l'année dernière, nettement inférieure en revanche pour le porc, ce qui correspond plus ou moins à l'évolution générale du marché. Notre propre production a été complétée par l'achat ciblé de certaines pièces. Au total, Bell a acheté des animaux de boucherie pour env. CHF 600 millions à l'agriculture suisse.

Les assortiments à plus forte valeur ajoutée ont de nouveau augmenté, notamment les articles de la gamme Convenience et destinés au libre-service ainsi que des produits valorisés pour la saison des grillades. D'autres concepts innovants sont en cours de développement. Des activités promotionnelles telles que des articles en promotion et les festivals de produits ont également rencontré du succès et contribué au résultat positif.

Les nouvelles constructions prévues aux usines de Cheseaux-sur-Lausanne et d'Oensingen pour la viande fraîche ont avancé dans la phase de planification. Contrairement aux pronostics précédents, nous nous attendons maintenant à mettre en service la production de charcuterie à Cheseaux en 2014 ou 2015 et celle de transformation de viande porcine à Oensingen dans le courant des années 2017/2018.

Charcuterie – un marché en recul

Le chiffre d'affaires du secteur Charcuterie a sensiblement diminué de 2,8 % pour atteindre CHF 430 millions. Le volume des ventes a baissé moins fortement, de 0,3 % à 32'462 tonnes.

En plus de la nette compression des prix, ce recul s'explique principalement par l'évolution du marché dans le domaine de la charcuterie, surtout dans le commerce de détail et, par conséquent, également dans l'industrie alimentaire. Ces deux canaux ont enregistré des résultats inférieurs à la valeur de l'année précédente, alors que dans le canal de la restauration, l'écoulement est resté stable.

Le marché a régressé surtout pour les produits de charcuterie échaudés. Une saison des grillades retardée pour cause de météo a également pesé sur les résultats. Diverses innovations, ainsi que des activités promotionnelles ciblées, ont en partie contrebalancé la tendance, si bien que notre recul est moins prononcé que pour le reste du marché. Afin d'initier un retournement de tendance dans le domaine des produits de charcuterie échaudés, nous développons actuellement des concepts innovants.

En revanche, l'exercice s'est mieux déroulé pour le groupe des produits de salaison cuits. Nous avons notamment enregistré de bons résultats avec le jambon cuit. L'écoulement des saucisses crues a par contre souffert d'un nombre réduit d'actions tout au long de l'année. Nous avons redressé la barre dans le deuxième semestre grâce à un nouveau concept de salamis entiers français de notre société Polette.

Les ventes de nos spécialités des Grisons de l'usine de Churwalden, reprise en 2011, ont bien démarré. Au milieu de l'exercice, les travaux d'agrandissement du site ont pu démarrer. Un investissement de l'ordre de CHF 8 millions permettra d'augmenter les capacités de production de près de 50 %.

Chiffre d'affaires Volaille



Le chiffre d'affaires a progressé à CHF 366 millions.

Volaille – développement du segment Convenience

Le secteur Volaille a connu un développement tout aussi réjouissant que les années précédentes. Le chiffre d'affaires a progressé de 0,9 % au cours de l'exercice, pour atteindre CHF 366 millions. Le volume des ventes était en hausse de 0,3 %, pour atteindre 28'341 tonnes au total. L'abattage de Bell représentait un volume de 25'144 tonnes, soit une hausse de 3,4 %.

A l'avenir, nous poursuivons la concentration sur des assortiments plus lucratifs. La préférence des consommateurs pour la volaille d'origine suisse demeure très marquée, notamment pour les morceaux de poulet, qui gagnent du terrain par rapport aux poulets entiers. En outre, nous prévoyons de développer encore les assortiments de la gamme Convenience. Celle-ci comprend notamment des produits préparés, par ex. des spécialités déjà cuites. Les investissements requis en vue d'adapter les installations de production ont été prévus.

Le groupe de produits Viande spéciale (gibier, lapin, autruche, etc.) a enregistré un bon exercice. Diverses raisons l'expliquent, comme la composition d'un nouvel assortiment avec des coupes et formes d'emballage innovantes afin de répondre spécifiquement aux besoins de la restauration. L'infrastructure mise en place avec des fournisseurs sélectionnés dans le cadre d'un travail de longue haleine nous permet d'assurer à nos clients une sécurité de planification en matière de disponibilité et structure des prix, ce qui est loin d'aller de soi dans cette catégorie de produits. Notre coopération avec des partenaires triés sur le volet pour l'approvisionnement de viande d'autruche d'origine européenne en est un bon exemple. Celle-ci nous assure une indépendance face à des produits usuels d'Afrique du Sud, dont les importations sont bloquées depuis pas mal de temps afin de prévenir des risques d'épidémie. Comme nous devons nous procurer l'essentiel de ces produits à l'étranger pour des raisons de disponibilité, les aspects liés à la durabilité et au bien-être des animaux méritent une attention toute particulière. C'est ainsi que nous proposons par exemple exclusivement du lapin importé provenant d'élevages conformes à la législation suisse sur la protection des animaux.

Seafood – nouveau leader du marché

Dans l'unité Seafood, Bell a réussi à augmenter le chiffre d'affaires de 10,9 % ou CHF 11,3 millions à un total de CHF 120 millions. Cette progression apparaît dans toutes les catégories de clients. Le volume des ventes a augmenté dans un contexte de marché stable, avec un volume de consommation comparable à l'année dernière, de 15,2 % ou 634 tonnes à 5'680 tonnes. Bell a ainsi réussi à gagner des parts de marché supplémentaires et se positionne désormais comme le principal prestataire de produits de la mer frais en Suisse.

Un climat de consommation exigeant se constate aussi dans ce segment ; les consommateurs sont devenus plus sensibles au prix et s'intéressent davantage aux actions. L'offre issue d'un approvisionnement durable fut également élargie une fois de plus. Il est vrai que la demande de poisson sauvage labellisé a davantage augmenté que celle de produits de l'aquaculture.

Dans le domaine de la pêche, Bell a encore augmenté la proportion de produits labellisés, et ce principalement par le biais du label de qualité Marine Stewardship Council (MSC) qui garantit une pêche durable et la traçabilité du poisson. Dans le domaine de l'aquaculture, nous avons obtenu la certification ASC (Aquaculture Stewardship Council) qui s'inscrit également dans l'esprit du développement durable. Nous sommes convaincus que les programmes de labels pour l'aquaculture joueront un rôle toujours plus important à l'avenir. Deux tiers environ du volume global des ventes de Bell Seafood proviennent de fermes d'élevage.

Bell Allemagne – sous le signe de la consolidation

L'Allemagne représente un marché majeur pour le groupe Bell. Grâce à un large portefeuille de spécialités, nous sommes le leader du marché du jambon cru. Dans nos autres groupes de produits – saucisses crues, échaudées et jambons cuits, nous comptons également parmi les prestataires en vue. Bell Allemagne possède sept usines spécialisées dans ce pays ; sur le plan de l'organisation, les deux usines en Espagne et en Belgique sont également rattachées à la division Bell Allemagne. Les articles qui y sont produits sont vendus dans env. 25 pays de toute l'Europe.

En considérant le marché allemand dans son ensemble, nous pouvons constater les faits suivants : en valeur, le marché de la charcuterie dans le domaine du libre-service a de nouveau progressé en 2012, alors que d'importants discounters ont subi des revers dans ce pays. En quantités, le volume du marché a globalement reculé. Cette situation reflète les pertes de parts du côté des discounters ainsi que la progression des ventes de produits de segments de prix supérieurs. La part des articles de marque a de nouveau augmenté, alors que celle des discounters diminuait légèrement.

Les prix des matières premières évoluaient toujours à un niveau très élevé en 2012. Si isolément et avec retard, certains prix ont pu être ajustés sur le marché, la situation demeurait très tendue. Le chiffre d'affaires des marchandises de Bell Allemagne (y c. usines en Espagne et en Belgique) a légèrement augmenté de 1,5 % à CHF 484 millions. En monnaie locale, la hausse atteint 3,7 %. L'effet des majorations introduites l'année dernière a influencé positivement le chiffre d'affaires de cet exercice. Il est vrai que la part supérieure des ventes d'articles à bas prix atténue cet effet. En raison des prix toujours élevés des matières premières, la situation demeure tendue sur le plan des marges.

Le volume d'écoulement de 66'000 tonnes est en baisse de 2,5 % par rapport à l'exercice précédent. Bell a surtout progressé dans le domaine du jambon cru, avec un écoulement réjouissant du jambon en dés, de nouveaux référencements en Europe et diverses activités couronnées de succès autour des produits Serrano. Parallèlement à la très bonne évolution du marché domestique, cela a permis une excellente exploitation des capacités de notre usine espagnole. Le lancement du jambon savoyard produit par notre usine en Savoie fut également une réussite. Les résultats des saucissons crus ainsi que des produits de charcuterie échaudés sont en revanche en

Grâce à un large portefeuille de spécialités, nous sommes le leader du marché du jambon cru.

Des potentiels de synergies à l'échelle du groupe sont mis en œuvre comme prévu.

recul par rapport à l'exercice précédent, en raison de restructurations des assortiments dont nous avons pris l'initiative. Dans le secteur Convenience Viande, le repositionnement de la marque Hoppe et le lancement de différentes nouveautés ont permis de développer les référencements dans le commerce de détail, dans le commerce de gros Cash & Carry ainsi que dans le Food Service. Les opérations avec les marques en licence ont souffert du recul du marché dans le domaine des produits allégés. Le lancement de l'assortiment Bertolli a permis de le résorber en partie. Le partenariat de licence existant avec Unilever a été étendu, fin 2011, à la charcuterie et aux saucisses sous la marque internationale « Bertolli ». Celle-ci symbolise la joie de vivre italienne, bénéficie d'un haut niveau de notoriété et jouit d'une grande estime auprès des consommateurs.

La nouvelle structure de direction pour Bell Allemagne est opérationnelle depuis le 1er septembre 2012. Le regroupement de l'administration en Allemagne au site de Seevetal sera achevé d'ici mars 2013. L'exploitation de potentiels de synergie à l'échelle du groupe dans les domaines de la production, de l'approvisionnement, du marketing/distribution, de la logistique et de l'informatique avance conformément aux prévisions. Cela comprend notamment la réorientation et la centralisation de l'administration à Seevetal, une spécialisation supplémentaire des usines ainsi que des optimisations des déroulements et gains d'efficacité par le biais de mesures architecturales et techniques. En plus de notre réorganisation interne en Allemagne, nous travaillons également à des améliorations notables au niveau de nos activités de vente, par exemple la réorientation et centralisation du marketing/distribution, des gains d'efficacité par le regroupement du service externe, des adaptations des assortiments en nous concentrant sur les besoins du marché et la rentabilité ainsi qu'une focalisation sur des marques centrales stratégiques dans le cadre de la stratégie des marques du groupe Bell. Nous voulons assurer notre création de valeur grâce à des processus efficaces et de nouveaux produits innovants. En 2013, nous entendons asseoir les bases d'une croissance saine et durable.

Bell Europe de l'Est/Benelux – concentration sur les compétences centrales

Les activités de grande envergure en Europe de l'Est ainsi que les activités commerciales dans les pays du Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg) sont réunies au sein de la division Europe de l'Est/Benelux. En Pologne et en Hongrie, Bell couvre les marchés intérieurs respectifs par des assortiments de la production locale et des marchandises de sociétés du groupe et de tiers. En République tchèque, en Slovaquie et en Roumanie, le groupe Bell entretient un réseau de boucheries sous la marque établie « Novàk », dans le cadre d'un concept shop-in-shop. Dans les pays du Benelux, Bell approvisionne le commerce de détail et de gros en s'appuyant sur un large portefeuille de spécialités de la production interne au groupe et achetées auprès de tiers.

Chez Bell Europe de l'Est/Benelux, l'évolution des chiffres d'affaires était variable en 2012. Globalement, la division a généré un chiffre d'affaires de CHF 188,7 millions (-6,1 % ; -4,1 % en monnaies locales). L'écoulement a baissé de 13,4 % à 20,6 millions de kilos.

En 2012, l'évolution des affaires en Pologne était satisfaisante. Dans ce pays, la conjoncture a profité surtout au premier semestre du Championnat d'Europe de football et, par rapport à d'autres pays d'Europe de l'Est, elle continue d'évoluer positivement. En Pologne comme ailleurs pourtant, la répercussion de la hausse des prix des matières premières est délicate. La pression sur les marges que cela implique a pu être partiellement compensée par des gains de productivité, au niveau de la logistique ou de la distribution par exemple. Il sera toutefois difficile d'atteindre des gains supplémentaires. Les capacités de production de notre usine de Niepolomice près de Cracovie sont déjà très bien exploitées. Nous y produisons presque exclusivement pour le marché polonais des articles de qualité supérieure des gammes des produits de charcuterie échaudés et saucissons crus pour la vente au comptoir et, dans une moindre mesure, pour le libre-service. La hausse des ventes est notamment aussi à rapporter aux excellentes relations commerciales qu'une équipe locale bien rodée entretient avec les clients.

Contrairement à la Pologne, la Hongrie se bat contre une conjoncture toujours fortement récessive, qui se répercute négativement sur le climat de consommation et intensifie la pression concurrentielle. De plus, ce marché possède encore des structures qui provoquent une distorsion de la concurrence. Notre usine de Perbál, dans les environs de Budapest, doit faire face à ces conditions-cadres hostiles. Nous produisons ici du salami hongrois, des produits de charcuterie échaudés et du jambon préemballés pour le libre-service et pour la vente au comptoir. Nous réagissons aux conditions-cadres défavorables en nous concentrant sur des gains d'efficacité et des assortiments lucratifs au lieu de viser une pure augmentation des volumes. Par ailleurs, la direction a été confiée à un nouveau responsable, le management renforcé et les assortiments rationalisés sous l'angle de la qualité et de la rentabilité. Nous avons l'intention d'atteindre des gains de productivité supplémentaires au travers d'autres initiatives telles que la réorientation des activités de vente, du suivi de la clientèle en particulier, et en renforçant les activités d'exportation. 10 % environ du volume de production sont exportés à ce jour, principalement vers l'Allemagne, la Roumanie et la République tchèque. En outre, nous travaillons au développement de nouveaux produits tenant tout particulièrement compte des nouvelles tendances de la consommation.

Benelux



Compte tenu de l'importance géographique de Bell Benelux en Europe, ce site doit devenir la plaque tournante des échanges de marchandises.

Les activités commerciales des sociétés Marco Polo, Fresh Connection et Coldlog dans les pays du Benelux ont été réunies au 1er janvier 2013 au sein de l'unité organisationnelle Bell Benelux. Le but de cette mesure est de nous positionner en tant que partenaire commercial le plus important pour les produits carnés dans les pays du Benelux, et ce autour d'une nouvelle équipe dirigeante. En plus d'autres mesures au niveau de l'organisation, nous avons notamment intégré une antenne de distribution au sein du bureau principal de Zellik près de Bruxelles. Au niveau de la vente, nous avons pu acquérir de nouveaux clients et intensifier les relations avec la clientèle existante. Nous avons perdu un groupe de produits, ce qui se répercute sur le chiffre d'affaires, mais ce manque à gagner pourra sans doute être compensé par des produits à plus-value. Malgré un climat de consommation réservé et une sensibilité croissante face au prix, les spécialités restent demandées et permettent de se différencier et d'améliorer la fréquentation. Nous proposons de tels produits qui conservent leur valeur à partir des propres productions du groupe Bell et de partenaires stratégiques en Italie, en Espagne, en France, au Portugal, en Allemagne, en Autriche et en Suisse. Compte tenu de l'importance géographique de Bell Benelux en Europe, ce site doit devenir la plaque tournante des échanges de marchandises.

Le réseau de boucheries en République tchèque, en Slovaquie et en Roumanie continue de présenter une évolution très positive. En 2012, il fut élargi de 6 unités, pour atteindre un total de 100 unités. L'évolution tant du chiffre d'affaires que du résultat est conforme aux années précédentes et peut donc être considérée comme très satisfaisante.

Bell France – belle progression des quantités

En France, Bell dispose de six usines de production en Auvergne, dans le Lyonnais et en Savoie. Nous y produisons principalement des spécialités régionales de qualité supérieure, saucissons et jambon crus.

Saucissons et jambons



En France, les ventes de nos assortiments de saucissons crus et jambons ont évolué de manière réjouissante et atteint 12'600 tonnes.

Selon des estimations du marché, les ventes de charcuterie, produits pour le libre-service et la vente au comptoir, ont augmenté d'env. 1,5 % dans l'exercice considéré. En France, l'évolution des ventes de nos assortiments de saucissons et jambons affiche une croissance réjouissante de 6,2 % à 12'600 tonnes. Le chiffre d'affaires des marchandises a progressé de 4,7 % à CHF 97 millions. En monnaie locale, cela correspond à une augmentation de 6,9 %. Tant les assortiments pour le libre-service que les produits vendus aux comptoirs ont enregistré une évolution positive. La collaboration au sein du groupe Bell a de nouveau évolué de manière réjouissante au cours de cet exercice. Plusieurs activités de Bell Suisse et de Bell Allemagne ont renforcé la distribution des produits français.

Les prix très élevés des matières premières restent problématiques ou, autrement dit, les difficultés à répercuter les hausses de prix requises sur le marché. La raison en est une lutte toujours agressive au niveau des prix dans le commerce de détail en France. Le fort renchérissement des matières premières ne peut être compensé que jusqu'à une certaine limite par des gains de productivité. L'optimisation de la préparation des assortiments pour le libre-service et de la logistique à Teilhède, principal site de production, nous permet d'améliorer les conditions technologiques et d'entreposage et, par conséquent, l'efficacité.

Au niveau du marketing, nous avons redéfini notre structure des marques en France dans le cadre de la stratégie des marques du groupe Bell. En plus des marques propres, nous miserons de plus en plus à l'avenir sur des produits fabriqués en France, en nous concentrant sur une seule marque. Tous les produits appropriés à forte valeur ajoutée sont réunis sous la marque faitière M^ossieur Polette, dont notamment des spécialités régionales d'Auvergne, de Savoie et du Lyonnais. Selon de récentes études de marché, ces régions incarnent des aliments savoureux dans l'esprit des Français, surtout dans le domaine de la charcuterie. Nous sommes les seuls à posséder des sites de production dans chacune de ces régions, ce qui nous permet de proposer d'excellentes spécialités régionales sous la même marque. En plus de cet avantage au niveau des sites, nous pouvons aussi nous appuyer sur nos nombreuses années d'expérience professionnelle dans les domaines des saucissons et jambons crus.

Perspectives 2013 – concrétisation systématique des stratégies

L'exercice 2013 en cours sera une année très exigeante, aussi bien pour le groupe Bell que pour toute notre branche. Les conditions économiques au niveau européen et leur impact sur nos marchés sont difficiles à évaluer. L'intensité de la concurrence dans le commerce de détail continuera de croître. Dans l'exercice à venir, il faut s'attendre dans l'ensemble des segments à une guerre des prix encore plus féroce et à une concurrence encore plus impitoyable.

Comme les coûts de marchandises s'élèvent à environ 70 % du chiffre d'affaires, l'évolution des cours des matières premières demeurera un facteur central pour la marche des affaires. Compte tenu notamment de l'évolution volatile des prix du fourrage, nous ne pensons pas que la situation va se détendre au niveau des matières premières, mais que celles-ci devraient plutôt augmenter à moyen et long termes. La plupart des prestataires sont conscients de la nécessité de répercuter ces hausses sur le marché, mais cette réalité ne se reflète toujours pas de manière suffisante dans les prix de vente. Il demeurera donc absolument essentiel de procéder aux majorations qui s'imposent du côté de la vente, et ce avec le moins de délais possible.

A moyen et long termes, le groupe Bell entend agir en se concentrant principalement sur trois axes : relations clients et structure des assortiments, gains de productivité et d'efficacité, croissance durable. A chacun de ces trois niveaux, nous portons toute notre attention sur la qualité de nos prestations, lesquelles doivent nous permettre de nous différencier encore plus fortement sur le marché ou de nous démarquer encore plus nettement de la concurrence.

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. Nous nous concentrons avant tout sur les assortiments les plus rentables 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 nous considérons comme un prestataire compétent de solutions globales pour nos clients. Quant à l'organisation de vente, nous l'adaptions systématiquement aux besoins actuels de nos clients. Par une gestion rigoureuse de notre portefeuille de marques et des activités de vente efficaces, nous réussirons à développer encore notre position sur le marché.

Bell poursuit en outre ses efforts en vue d'améliorer la productivité. La réorganisation délibérée de nos activités dans toutes les divisions est la base de notre future croissance. Nous mettons notamment l'accent sur le domaine de l'achat de marchandises et prestations, la distribution, la logistique et les services administratifs. 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. Et finalement, nous intensifions l'échange d'expériences entre professionnels. Les investissements consentis et les programmes d'optimisation, lancés ces dernières années et qui déploient constamment leurs effets, contribuent aussi aux gains de productivité.

Au niveau stratégique, nous voulons réduire notre dépendance face à la volatilité des prix des matières premières et assurer l'approvisionnement de sorte à couvrir nos besoins, tant en matière de qualité que de quantités. Dans cette perspective, nous étudions aussi diverses possibilités d'intensifier les liens entre les niveaux de production en amont et notre entreprise. Bell voue aussi toute son attention au thème de la durabilité, notamment afin de préparer le terrain en vue d'une différenciation et d'une création de valeur accrues à l'avenir.

Nous nous concentrons principalement sur trois axes :

- > relations clients et structure des assortiments
- > gains de productivité et d'efficacité
- > croissance durable

Approvisionnement et prestations

Pourcentage domestique d'obtention de matières premières

Bell Suisse

82 %

Production de viande de labels durables

Seulement Bell Suisse

Volaille
abattages propres ;
programme STS inclus

100 %



Seafood

50 %



Viande de bétail de boucherie
Abattages propres

51 %



Efficiences des ressources

Consommation d'eau

Bell veille systématiquement à ce que sa consommation d'eau soit faible.
Voir page 29

Déchets

Les résidus sont autant que possible évités, ou valorisés dans le respect de l'environnement.

- 2'000 t

Energie

La consommation d'électricité pour l'éclairage peut être réduite de 50 % grâce à l'installation de lampes à LED.
Voir page 29

- 50 %

Corporate Social Responsibility

Pour Bell, la qualité est le maître mot. Nous ne la mesurons toutes pas en fonction du produit final, mais sur la totalité du parcours qui y mène. Chacune des activités de l'entreprise a des conséquences sur l'homme et l'environnement. Nous sommes conscients de cette responsabilité depuis fort longtemps et l'exprimons quotidiennement dans notre travail. 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 à une fraîcheur maximales. C'est ainsi que la traçabilité est garantie sur tous les maillons de la chaîne de création de valeur de Bell.



Sens des responsabilités au quotidien
Les trois piliers de la durabilité

Approvisionnement et prestations
Gestion de la qualité et sécurité des denrées alimentaires
Approvisionnement
Production de viande
Emballage

Efficienc e des ressources
Energie
Eau
Valorisation des résidus

Responsabilité sociale
Sécurité du travail
Ressources humaines
Dialogue avec le personnel
Evolution du personnel

Communication
Gestion des marques



Responsabilité sociale

Sécurité du travail

La sécurité et la santé du personnel sont des préoccupations centrales chez Bell. Voir page 30

Dialogue

La gestion des talents nous permet d'identifier les potentiels du collaborateur et d'appliquer des mesures de promotion individuelles. Voir page 31

Communication

Quelque 3'000 demandes sont reçues et traitées chaque année. Voir page 33

3'000
demandes

Bell analyse systématiquement l'efficacité énergétique de tous les déroulements.

Sens des responsabilités au quotidien

Grâce à une production et transformation de viande et produits carnés économiquement performantes, écologiquement irréprochables et socialement responsables, Bell répond aux besoins et exigences élevés de ses groupes de destinataires.

Chez Bell, le thème de la durabilité est ancré au plus haut niveau de l'entreprise. En 2012, nous avons créé un groupe de projet qui lui est spécialement dédié et se réunit à intervalles réguliers. Des cadres supérieurs de notre entreprise font partie du comité de pilotage et supervisent le projet. Le groupe de travail se compose de représentants des usines de Bell dans différents pays. Cette implication à de multiples niveaux nous permet d'apprendre les uns des autres tout en tenant compte des divers impacts sociaux du développement durable. L'accompagnement du processus stratégique par des conseillers chevronnés et confirmés nous permet d'assurer le point de vue extérieur à l'entreprise.

Notre but est d'agir selon les mêmes principes dans toutes les entreprises du groupe et dans tous les pays. C'est également la raison pour laquelle nous avons ancré le thème de la durabilité dans la stratégie du groupe, comme une 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.

Les trois piliers de la durabilité

Le développement durable réunit divers aspects. Si l'on veut contrôler et évaluer un processus de la chaîne de création de valeur quant à sa conformité au développement durable, il est impossible de se référer à un critère unique. 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 : approvisionnement et prestations, efficacité des ressources et responsabilité sociale.

Approvisionnement et prestations :

La durabilité commence au niveau de l'achat – des matières premières en passant par les moyens auxiliaires et l'emballage jusqu'à l'énergie. Si nécessaire, nous définissons nos propres standards pour concrétiser notre vision d'un approvisionnement durable en plus des dispositions légales. Ce faisant, nous nous inspirons des normes éprouvées sur les différents marchés. C'est ainsi que nous pensons par exemple aux conditions d'élevage et d'alimentation des animaux de rente, à une gestion parcimonieuse des ressources limitées et au 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. Une gestion de la qualité exhaustive assure le respect de toutes les dispositions en matière d'hygiène et de sécurité des denrées alimentaires et tient compte de nos exigences élevées.

Efficacité des ressources :

Bell analyse systématiquement l'efficacité énergétique de tous les déroulements pour en tirer des mesures d'optimisation et les mettre en œuvre. Il en va exactement de même pour le recours à des éléments pratiques, comme par exemple le matériel d'emballage. Economiser les 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 pas pour autant les supérieurs hiérarchiques de leur responsabilité d'écoute de chaque individu et de ses besoins. Mais en plus de son propre personnel, Bell assume également sa responsabilité sociale face à nos groupes d'interlocuteurs au sein de la société.

Dans chacun des trois domaines-clés de la stratégie de durabilité, Bell vise une position de leader de sa branche. Ce but fait lui aussi partie intégrante de la responsabilité de l'entreprise, et ce dans tous les pays où Bell exerce des activités. Dans le contexte de notre expansion internationale, il faut également tenir compte des conditions légales ainsi que des normes sociales et éthiques du pays considéré.

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 exigences des clients, ainsi que toutes les règles internes relatives à l'hygiène et aux processus sont contrôlés, documentés et respectés. Grâce à ce système, Bell est 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.).

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 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 également obtenu confirmation. La même chose s'applique à des labels tels que Bourgeon Bio et des labels de qualité tels que QS, Suisse Garantie, MSC (Marine Stewardship Council) et l'Ordonnance sur l'utilisation des dénominations pour le label « Pro Montagna ». Des audits externes ont également confirmé ces certificats pour les sites concernés. Les autorisations d'exploiter sont régulièrement 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. 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. La filière de la viande, de la réception de la matière première jusqu'à l'unité de consommation concernée, est documentée sans faille et entièrement traçable. Dans le cadre de la législation et d'impératifs internes de clients, nous déclarons l'origine en toute transparence, en tant qu'information pour nos clients et consommateurs.

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 sont en partie publiées sur notre site Internet et se réfèrent aux législations nationales ainsi qu'à des exigences spécifiques à l'entreprise et aux clients.

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

En ce qui concerne l'élevage de volaille suisse, Bell travaille exclusivement avec environ 320 partenaires contractuels triés sur le volet. 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 également 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'un certificat équivalent. Là aussi, des directives ont été définies et publiées sur le site Internet. Les nouveaux partenaires sont soumis à une procédure d'évaluation avant de rejoindre la liste des fournisseurs autorisés et de pouvoir travailler avec nous.

Bell Seafood est membre du WWF Seafood Group.



Afin de répondre à la demande croissante de viande, poisson et volaille produits en conformité avec le développement durable, Bell mise sciemment sur des solutions éocompatibles et durables. Dans ce contexte, nous travaillons systématiquement avec des partenaires adéquats. Bell Seafood étant membre du WWF Seafood Group, nous avons par exemple retiré de l'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.

Bell Seafood a également obtenu la certification ASC depuis août 2012 et l'assortiment comprend actuellement les produits Pangasius ASC et Tilapia ASC. L'offre de poisson d'élevage augmente sans cesse dans ce domaine, du fait que le poisson sauvage ne suffit plus à répondre à la demande croissante. Mais l'aquaculture peut aussi être à l'origine de problèmes environnementaux dans les pays producteurs. C'est la raison pour laquelle une organisation à but non lucratif, l'Aquaculture Stewardship Council (ASC), a créé un label qui garantit le respect de standards écologiques et sociaux. En plus de directives contraignantes pour les douze poissons d'élevage les plus répandus, le label tient également compte de standards sociaux progressistes, tels que la sécurité sur le site de production et des conditions de travail équitables. Les installations d'élevage qui s'en tiennent aux directives de l'ASC et recourent à des aliments issus de sources pérennes démontrent leur engagement à l'égard du développement durable.

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 sur des technologies de pointe dans le cadre des transformations et nouvelles constructions.

En 2012, nous avons consenti de nouveaux investissements dans le domaine des techniques d'étourdissement dans nos abattoirs d'Oensingen et Bâle. Alors qu'à Oensingen, les installations modernes ont encore été optimisées, nous avons remplacé tout le système à Bâle. Ces mesures nous ont permis d'obtenir des progrès significatifs dans le sens du bien-être des animaux sur les deux sites.

Emballage

L'emballage de la viande doit satisfaire à des exigences particulières : les dispositions relatives à l'hygiène et les attentes des consommateurs mettent la barre très haut. Les solutions d'emballage actuelles constituent le meilleur compromis possible au stade actuel, mais incitent aussi Bell à rechercher de nouvelles optimisations. C'est ainsi qu'en 2012, nous avons investi env. CHF 2 millions afin d'améliorer la fonctionnalité de nos principales formes d'emballage. Nous sommes également soutenus par les progrès technologiques du côté de nos fournisseurs. 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.

Contrôle actif de l'énergie

Nous disposons d'un contrôle actif de l'énergie qui recense mensuellement, de manière centralisée, les quantités et coûts de toutes les énergies, de la consommation d'eau, des résidus et des sous-produits animaux.

Efficiences des ressources

Chez Bell, l'analyse systématique de l'efficacité énergétique de tous les déroulements a pour but d'en tirer des mesures d'optimisation et de les mettre en œuvre. Economiser les ressources et valoriser les résidus est un processus continu qui se compose de nombreuses activités.

Energie

La réduction significative des émissions de CO₂ à l'échelle du groupe est l'un des objectifs majeurs de Bell. Ce faisant, nous nous référons aux conditions-cadres et objectifs spécifiques aux différents pays. La transformation de viande consommée par exemple beaucoup d'énergie en raison de la nécessité de refroidir la plupart des espaces de travail. L'énergie utilisée aux sites de Bell provient de différents fournisseurs. Au niveau de l'achat, 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.

Nous disposons d'un contrôle actif de l'énergie qui recense mensuellement, de manière centralisée, les quantités et coûts de toutes les énergies, de la consommation d'eau, des résidus et des sous-produits animaux. Ce système nous permet de réagir immédiatement à tout égard et à procéder à de nouvelles optimisations. Au cours de l'exercice considéré, les mesures suivantes étaient notamment à l'origine de nouvelles économies d'énergie :

Lorsque c'était nécessaire, les chambres froides de notre usine de charcuterie de Bâle étaient par le passé dégivrées à l'aide de radiateurs ou d'évaporateurs électriques. L'énergie électrique requise pour le chauffage sera économisée à l'avenir, du fait que le dégivrage s'effectue désormais par système d'air pulsé. D'autres mesures, telles que la récupération de la chaleur perdue pour chauffer l'eau de la production, l'installation d'inverseurs de fréquence sur les pompes et la conscience écologique de notre personnel en matière d'utilisation des installations d'éclairage pendant les pauses, ont permis des réductions supplémentaires de la consommation de courant.

Une analyse des machines d'emballage dans différentes usines a montré que leur consommation de veille représentait 50 % du courant de phase. Le fait d'arrêter complètement plus de 20 machines pendant trois heures au cours de la nuit fait que celles-ci ne consomment plus d'électricité et ne dégagent plus non plus de chaleur qui nous obligerait à refroidir les locaux. Une autre mesure nous a également permis de réduire notre consommation d'électricité.

Dans de nombreux locaux de Bell Suisse, l'éclairage a été optimisé grâce à l'installation de lampes à LED. Les locaux restants sont en cours de réaménagement. Ainsi, les besoins en électricité pour l'éclairage peuvent être réduits d'environ 50 %.

Dans notre usine de volaille de Zell, nous avons réduit la consommation de mazout en baissant la température de consigne du ballon d'eau chaude. Cette énergie a été remplacée par la chaleur perdue des installations de refroidissement.

A l'abattoir de Bâle, la vapeur nécessaire était produite par le passé en recourant à la chaleur à distance. Désormais, celle-ci provient directement de la conduite de vapeur de la ville. L'élimination des pertes inhérentes à la production interne de vapeur a permis de réduire la consommation de chaleur.

Eau

Des raisons à la fois technologiques et d'hygiène ont induit une importante consommation d'eau à différents niveaux de la production. Nous sommes particulièrement attentifs à cet aspect ; Bell évalue en permanence les processus de travail, en veillant systématiquement à une consommation d'eau aussi faible que possible à l'achat de nouvelles installations, en plus d'autres critères. Des mesures plus modestes, telles que l'utilisation délibérée de douchettes et d'aérateurs mousseurs ou le réglage de précision de l'électronique des systèmes de rinçage ont également permis de diminuer la consommation d'eau.

Tous les sites sont soumis à des audits internes annuels afin d'optimiser le standard environnemental et de sécurité.

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 séparés. Le fait de regrouper les sous-produits pour que des entreprises spécialisées puissent ensuite les valoriser présente des avantages à la fois économiques et écologiques.

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

Responsabilité sociale

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.

Chaque accident est systématiquement analysé. Les conclusions que nous en tirons donnent lieu à des mesures en rapport et leur application. Aux sites plus importants, des groupes de travail spécifiques sont en charge de la sécurité.

Le recensement systématique des dangers potentiels, auquel nous procédons pour les nouvelles installations, nous permet également d'optimiser constamment le standard de sécurité. Quant au « facteur humain », il est pris en compte 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.

Ressources humaines

L'attitude fondamentale du groupe Bell à l'égard du personnel est notamment ancrée dans notre « stratégie du personnel ». Cela comprend entre autres l'égalité de traitement de tous nos collaboratrices et collaborateurs et le droit d'exprimer librement son opinion. En plus d'une rémunération axée sur les prestations, d'une politique d'information transparente, en temps utiles et adaptée au niveau, nous avons également défini des principaux comportementaux pour l'ensemble du personnel ainsi que des principes de direction pour les cadres. En ce qui concerne les conditions d'engagement, nous considérons les législations sur le travail en vigueur dans les divers pays d'implantation du groupe Bell comme des exigences minimales.

L'attitude fondamentale du groupe Bell à l'égard de son personnel est la même dans tous les pays où nous sommes représentés. Dans ce contexte, nous tenons toutefois compte des systèmes et cultures existants ainsi que des particularités et besoins, nationaux ou régionaux. Nous avons beaucoup progressé au cours de cet exercice en matière d'harmonisation des ressources humaines dans les différentes entreprises du groupe. C'est ainsi que nous avons par exemple pu conclure un accord tarifaire valable pour toutes nos usines en Allemagne. Au niveau du recrutement de personnel, nous avons également optimisé les différents déroulements à l'échelle du groupe. Tout le système de candidature a été rendu plus simple et transparent. Comme prochaine étape, nous prévoyons d'aménager un portail des carrières sur Internet pour l'ensemble du groupe. Le déroulement du processus de définition des objectifs a également été optimisé. En ancrant la nouvelle stratégie des marques comme un objectif pour l'ensemble des collaborateurs impliqués, nous en avons également adapté le contenu avec encore plus de précision en tenant

compte des stratégies générales de l'entreprise. Tous les cadres moyens et supérieurs de l'entreprise participent au processus de définition des objectifs, par le biais d'ateliers menés à l'échelle du groupe. En plus de thèmes et objectifs liés à l'entreprise, ceux-ci permettent également d'élaborer des mesures pour les objectifs personnels.

Les principes de direction ont été définis dans le cadre de modules de formation spécifiques (ateliers et séminaires de leadership). Une vaste refonte du portail interne de la formation nous a permis d'optimiser l'accès aux offres de formation et perfectionnement. Les informations, ainsi que les modalités relatives au déroulement, sont désormais plus transparentes et accessibles.

Dialogue avec le personnel

Diverses structures internes et externes sont à la disposition du personnel. En plus de son supérieur hiérarchique direct, chaque collaborateur a également un interlocuteur au service du personnel. Certains sites disposent de délégués du personnel. Nos instruments de communication internes – Intranet et magazine du personnel par exemple – constituent d'autres plateformes aptes à stimuler la culture du dialogue.

Des entretiens individuels entre l'employé et son supérieur hiérarchique ont lieu annuellement à tous les sites du groupe. Ceux-ci sont basés sur un plan général et divers documents qui ont été entièrement remaniés au cours de cet exercice. La « gestion des talents » est désormais au centre de l'entretien d'évaluation. Cette approche nous permet une promotion de la relève plus active et systématique et concrétise un investissement dans l'évolution du personnel. Bell soutient l'élargissement et l'encouragement des aptitudes et connaissances de ses employés afin de leur permettre d'exercer leurs fonctions avec succès, de les étendre et d'en assumer de nouvelles. La gestion des talents nous permet d'identifier les potentiels du collaborateur et d'appliquer des mesures de promotion individuelles. Chaque collaborateur de Bell doit pouvoir évoluer dans tous les domaines. L'harmonisation et la simplification de ces processus soutiennent cette volonté. L'entretien d'évaluation a également pour but d'aborder et de documenter les points essentiels de la collaboration. Ces entretiens servent par ailleurs à définir les objectifs individuels et vérifier leur réalisation.

Formation professionnelle de base



En Suisse comme en Allemagne, nous assurons une formation professionnelle de base dans plus de 15 métiers.

Evolution du personnel

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 comme 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 mécatronicien. De plus, Bell étudie en permanence l'introduction de nouveaux métiers de formation et l'optimisation des conditions de formation dans les métiers établis.

Par ailleurs, 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 voulons instaurer une pratique homogène à l'échelle du groupe dans ce domaine.

Cette année, le meeting des apprentis a pour la première fois réuni des jeunes de tout le groupe Bell. Au total, ce sont ainsi 65 apprentis et 11 formateurs venus de Suisse et d'Allemagne qui ont participé à l'événement organisé au Centre de formation de la filière suisse de la viande à Spiez. Des thèmes tels que les stratégies de l'entreprise, la durabilité et l'innovation leur ont permis d'approfondir les connaissances sur l'ensemble du groupe. Par sa présence sur place, la direction du groupe a souligné la valeur qu'elle accorde à la formation professionnelle.

Chiffres du personnel groupe Bell

	2012	2011
Effectifs du personnel		
Effectifs du personnel moyens convertis en postes à plein temps	6 248	6 224
Effectifs du personnel au 31.12. en nombre de personnes	6 469	6 470
Effectifs du personnel par pays		
Suisse	3 414	3 324
Allemagne	1 306	1 445
France	421	404
Tchéquie	651	557
Hongrie	166	226
Pologne	181	182
Autres	330	332
Part plein temps	85 %	79 %
Part temps partiel	15 %	21 %
Part hommes	59 %	60 %
Part femmes	41 %	40 %
Part de femmes dans les cadres	19 %	17 %
Nombre de nationalités	72	74
Structure d'âge		
jusqu'à 29 ans	21 %	20 %
30 - 49 ans	53 %	56 %
à partir 50 ans	26 %	24 %
Formation et perfectionnement		
Apprentis	89	83
Nombre de journées de formation	7 286	7 430

Nombre de nationalités



72 nationalités sont représentées au sein du groupe Bell.

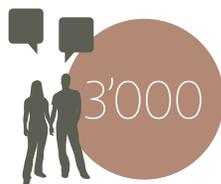
Communication

Dialogue avec les groupes d'interlocuteurs

Le dialogue régulier avec les clients et d'autres groupes d'interlocuteurs est très important aux yeux de Bell. Il nous permet en effet d'évaluer nos prestations d'un point de vue extérieur. Les chances et les risques peuvent ainsi être identifiés à un stade précoce. Nous voulons une communication ouverte, transparente et ponctuelle. Nous communiquons par le truchement des instruments et canaux dont nos groupes d'interlocuteurs se servent pour se procurer des informations. Nous ne visons pas des effets à court terme, mais à transmettre des contenus qui resteront intéressants à moyen et long termes. Si la société nous perçoit comme une entreprise consciente de ses responsabilités, qui pratique une action économique durable, cela contribuera à notre image positive et à assurer une croissance stable.

Nous ne voulons pas être le jouet de certains groupes d'intérêts qui cherchent à se mettre en vedette pour atteindre leurs propres objectifs. C'est la raison pour laquelle Bell défend les intérêts commerciaux de l'entreprise également dans le sens du personnel, des partenaires commerciaux et des détenteurs de capitaux. Nous intervenons en cas de manque de respect à l'égard de l'entreprise ou de nos employés.

Dialogue



Env. 3'000 demandes au total sont enregistrées et traitées annuellement par le biais du site principal www.bell.ch et d'autres canaux.

Notre 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 à disposition pour répondre à des questions individuelles. Env. 3'000 demandes au total sont enregistrées et traitées annuellement par le biais du site principal www.bell.ch et d'autres canaux. 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 réguliers informent les abonnés de nos nouvelles campagnes et initiatives. Une présence sur des réseaux sociaux établis nous offre des plateformes supplémentaires pour entretenir un dialogue direct avec les groupes d'interlocuteurs. 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'intérêts.

En plus du dialogue direct, le magazine du personnel et le bulletin d'information interne constituent des instruments majeurs de la communication interne de Bell. Le magazine du personnel occupe une place particulièrement importante à ce niveau. Nous en avons adapté le concept afin de toucher un maximum de collaborateurs. La nouvelle formule se compose d'une partie commune réunissant les informations d'intérêt général et d'une partie réservée aux contenus des principales divisions. Une version compacte du magazine du personnel est produite dans leur langue nationale pour les usines en Espagne, Pologne et Hongrie. Tous les autres sites reçoivent l'édition complète, publiée en allemand ou en français.

Gestion des marques

Le groupe Bell dispose d'un portefeuille de marques bien structuré. Parallèlement, nous produisons des marques propres et marques de commerce pour différents clients. Au cours de cet exercice, nous avons adopté une nouvelle stratégie des marques pour l'ensemble du groupe Bell. Dans ce cadre, leur nombre a été réduit d'une quarantaine par le passé à cinq grandes marques stratégiques. Celles-ci ont été positionnées avec rigueur et feront l'objet de mesures de promotion ciblées. Le positionnement général de l'entreprise a également été actualisé à cette occasion par la définition des quatre dimensions liées à l'image, à savoir qualité, tradition, saveur et durabilité. Tous les secteurs d'activité du groupe Bell se réfèrent à ces valeurs.

Au niveau de l'entreprise, nous travaillerons à l'avenir avec l'image de la maison mère Bell SA. L'harmonisation des structures juridiques permettra de mettre en évidence l'appartenance au groupe Bell par le biais du nom et de l'identité visuelle. Les divisions Bell Suisse, Bell Allemagne, Bell Europe de l'Est/Benelux, Bell France ainsi que Bell Finances/Services sont issues de cette réflexion.

Niveau de l'entreprise

Groupe

Bell SA

Divisions

Bell
Suisse

Bell
Allemagne

Bell
Europe de l'Est/Benelux

Bell
France

Bell
Finances/Services

Bell Pologne
Bell Hongrie
Bell Benelux
Filiales Novak

Niveau des produits

Marques stratégiques



Marques complémentaires



Marques en licence



Avec plus de 95%

de notoriété en assisté et une excellente image en matière de qualité, Bell fait partie des marques alimentaires suisses les mieux positionnées.

Au niveau des produits, nous avons défini les cinq marques stratégiques Bell, Abraham, ZIMBO, Hoppe et M^ossieur Polette. Dans le cadre de la nouvelle architecture des marques Bell, nous avons procédé à leur positionnement en délimitant les groupes de produits, le rayon géographique et les voies de distribution. Pour des raisons techniques inhérentes à la distribution, les marques Sanchez Alcaraz et Tradi Saveur ainsi que les marques dont Bell Allemagne détient la licence Du darfst, Becel et Bertolli complètent nos marques stratégiques.

Avec plus de 95 % de notoriété en assisté et une excellente image en matière de qualité, Bell fait partie des marques alimentaires suisses les mieux positionnées. Il est vrai que notre marque incarne plus de 140 ans de tradition et regroupe un large assortiment de viande, volaille, charcuterie et produits de la mer. Les produits Bell se distinguent par différentes caractéristiques : les spécialités, nouvelles ou traditionnelles, sont réunies sous la gamme Bell Spécialité. Des spécialités régionales, suisses et européennes, sont commercialisées sous le label Bell Original. Tous les produits de cette gamme proviennent d'usines Bell des régions concernées et sont fabriqués selon des recettes traditionnelles. « Bell Barbecue » se compose des produits plus particulièrement destinés aux grillades. Quant à « Bell Cuisine », c'est la gamme de produits qui facilitent la vie du consommateur grâce à un niveau de préparation et/ou de conditionnement supérieur, sans le moindre sacrifice qualitatif. Le lancement de la stratégie révisée des produits de marque Bell a bien démarré en Suisse au moment de la campagne pour la saison des grillades 2012. Nous étudions actuellement diverses options en vue d'établir aussi la marque en dehors de la Suisse.

Lien : www.bell.ch

Abraham, leader du marché allemand, compte depuis des décennies parmi les marques de jambon les plus solides d'Europe. Un large portefeuille de spécialités de nos propres usines en Allemagne, Espagne et Belgique vaut à la marque Abraham sa notoriété et la réputation de jambons crus de qualité supérieure. Des innovations aux niveaux des produits et des formes de présentation permettent à Abraham de souligner sa position de spécialiste du jambon.

Lien : www.abraham.de

La marque Hoppe réunit des produits de la gamme Convenience végétariens et à base de viande. Alors qu'elle était principalement présente dans le commerce de gros par le passé, elle sera également développée à l'avenir en une véritable alternative pour le commerce de détail.

Lien : www.hoppe-genuss.de

ZIMBO est la marque faïtière d'un grand nombre de produits de charcuterie qui ont tous un atout particulier et peuvent être dégustés jour après jour. Une longue tradition lui permet de s'inscrire, en Allemagne comme en Europe de l'Est, dans le top cinq des principales marques de charcuterie.

Lien : www.zimbo.de

M^ossieur Polette représente la marque générique de spécialités de jambon et saucissons crus français de qualité supérieure. Grâce à ses usines en Auvergne, en Savoie et dans le Lyonnais, la marque est la seule en France à pouvoir garantir plusieurs appellations d'origine régionales dans ses catégories de produits. Pour 2013, nous prévoyons une relance de grande envergure de la marque M^ossieur Polette sur le marché français.

Lien : www.monsieurpolette.fr

Renvoi

Des informations d'actualité ainsi que de plus amples informations sur le groupe Bell et 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.

Vous trouverez les dernières informations sur les différentes marques à l'adresse www.bellfoodgroup.com.



Structure du groupe
Voir page 38



Conseil d'administration
Voir page 38

Gestion des risques
Voir page 43

Corporate Governance

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.



- Structure du groupe
- Structure du capital et droits des actionnaires
- Conseil d'administration
- Organisation interne et réglementation des compétences
- Instruments d'information et de contrôle
- Principes et éléments de rétribution
- Droits de participation des actionnaires
- Clause de contrôle des changements
- Organe de révision
- Politique d'information
- Management
- Organigramme



Détenteurs de capitaux
Environ 4'000 actionnaires enregistrés



Politique d'information
Voir page 45



Structure du groupe

Le groupe Bell ne détient pas de participations dans des sociétés cotées et il n'existe aucune participation croisée. La récapitulation des participations est publiée en page 80.

Structure du capital et droits des actionnaires

Actionnaires principaux

Voir page 79.

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.

Des détails complémentaires relatifs à la structure du capital et à l'action sont présentés aux pages 79 et 80.

Transmissibilité

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 d'inscription

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 de fonction

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

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

Composition du conseil d'administration

au 31.12.2012

	Président du conseil d'administration	Membre du conseil d'administration	Fin du mandat
Hansueli Loosli	depuis 2009	–	2015
Leo Ebneter	–	depuis 2012	2015
Jörg Ackermann	2001 – 2009	depuis 2000	2015
Irene Kaufmann-Brändli	–	depuis 2009	2015
Werner Marti	–	depuis 2009	2015
Joachim Zentes	–	depuis 1997	2013

Joachim Zentes, membre du conseil d'administration pendant de nombreuses années, a quitté cet organe en 2013 après avoir atteint la limite d'âge. Lors de l'assemblée générale de 2013, le conseil d'administration proposera l'élection d'un nouveau membre.

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

Sans mention contraire, les indications sont au 31.12.2012.

Principes et éléments de l'indemnisation

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 :

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

Cette indemnité comprend un forfait pour frais de 10 %, lequel est indiqué séparément. Les déductions 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 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 74 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 du groupe. Celui-ci peut en partie être consulté sur le site Internet de Bell, à l'adresse 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 la représentation au sein de communautés d'intérêt et associations, ainsi que sur l'octroi de prêts de plus de CHF 100'000 à des tiers et, d'une manière générale, sur les cautions.

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. Aucun consultant externe n'a été sollicité en 2012.

Membres du conseil d'administration



Hansueli Loosli
1955, nationalité suisse
Président du conseil
d'administration

Expert fédéral diplômé en comptabilité et controlling
Président 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 SA, Berne ; 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 alimentaires ; 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 la révision ; 1978 – 1979 • Huba-Control AG ; Würenlos ; comptable principal ; 1974 – 1978



Leo Ebnetter
1954, nationalité suisse
Vice-président du conseil
d'administration

Employé de commerce
Coop Coopérative, Bâle ; responsable de la Direction 4 Logistique, membre de la direction ; depuis 2007

Mandats de conseil d'administration

Railcare AG, Härkingen ; président • Kühlhaus Neuhof AG, Gossau

Parcours professionnel

Coop Coopérative, Gossau, responsable logistique région Suisse orientale/Tessin ; 2001 - 2007 • Coop Suisse orientale, Gossau ; directeur adj. de Coop Suisse orientale et responsable achats, production, logistique et informatique ; 1990 – 2000 • Coop Suisse orientale, Gossau ; responsable achats secteur alimentaire, production, logistique ; 1987 – 1990 • Coop Suisse orientale, Gossau ; responsable logistique centrale de distribution Gossau ; 1985 – 1987 • Coop Suisse orientale, Gossau ; responsable logistique marchandises générales et responsable transports ; 1981 – 1985



Jörg Ackermann
1958, nationalité suisse
Membre du conseil
d'administration

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

Mandats de conseil d'administration

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

Président adj. 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 Suisse, responsable de la direction Informatique/Production, Bâle ; 1998 – 2001 • Responsable du développement d'entreprise de Coop Suisse, Bâle ; 1997 • Fonctions dirigeantes chez Coop 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



Irene Kaufmann-Brändli
1955, nationalité 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

Coop Immobiliens AG, Berne • Banque Coop SA, Bâle • Coop Mineraloel AG, Allschwil • Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren • Transgourmet Holding AG, Bâle • CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle ; membre du conseil de fondation • ETH Zürich Foundation, Zurich ; membre du conseil de fondation • Juventus-Schulen Zürich, Zurich ; présidente du conseil de fondation • HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, Zurich

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
1957, nationalité suisse
Membre du conseil
d'administration

Avocat
Cabinet d'avocat ; 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, Président 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, nationalité allemande
Membre du conseil
d'administration

Dr. rer. oec., Professeur de sciences économiques
Directeur Institut Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) et Europa-Institut, section sciences économiques, Université de Saar ; 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 à l'E.M. Lyon (France), aux universités de 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

Au cours de cet exercice, le conseil d'administration a tenu neuf réunions : sept réunions ordinaires, une réunion constitutive et une réunion extraordinaire. En plus des affaires courantes, le conseil d'administration a plus particulièrement approfondi les thèmes et projets suivants :

- Regroupement des activités du groupe Bell en Allemagne et réorganisation des autres activités internationales
- Divers projets d'investissement majeurs tels que l'agrandissement de l'usine de charcuterie à Churwalden, l'achat de terrains à Oensingen ou les modifications architecturales au siège de Bâle
- Stratégie des marques du groupe Bell

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 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 du groupe, dont il rencontre généralement les membres une fois par mois en réunion de travail.

Tous les deux mois, la direction 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.

Systeme 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 fut une fois de plus développé et sera constamment élargi et mis à jour à l'avenir. 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 de contrôle et de 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.

Risques et opportunités



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 et d'épidémies.

Gestion des risques

Bell pratique depuis 2009 un système structuré de gestion des risques. 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. Dans le cadre de la gestion des risques, le conseil d'administration, la direction du groupe et les directions concernées procèdent une fois par an à une évaluation des risques majeurs.

D'une façon générale, nous entendons par « risques » des événements ou agissements potentiels qui seraient susceptibles de nous éloigner des objectifs définis ou de mettre en péril la concrétisation de la stratégie. Les écarts positifs sont considérés comme des chances et les écarts négatifs comme des risques. Le processus stratégique tient compte des chances, alors que tout écart négatif (risque) est traité dans le cadre de la gestion des risques. Ces risques potentiels font l'objet d'une analyse quant à la probabilité qu'ils se réalisent et aux répercussions quantitatives le cas échéant.

Les risques potentiels sont intégralement recensés tous les trois ans ; ceux concernant directement le groupe Bell sont identifiés et des mesures définies, dans toute la mesure du possible, afin de réduire la probabilité de survenue et/ou les conséquences potentielles. Un responsable est désigné pour chaque mesure. Entre ces recensements trisannuels, le conseil d'administration et la direction du groupe surveillent l'avancement des mesures et procèdent à une évaluation de la situation actuelle. Dans le cadre du processus de gestion des risques de Bell, ceux dont les conséquences sont susceptibles de dépasser le seuil de CHF 15 millions dans trois ans au niveau EBIT sont traités activement. Des dispositifs et mesures sont initiés, dans toute la mesure du possible, pour 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 et d'épidémies.

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 page 79 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 précédant 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 2012 une participation aux bénéfices de 16 % (année précédente 20 %). Les sommes totales et actions remises figurent à l'annexe du rapport annuel, page 75.

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.

Les actionnaires qui représentent seuls ou à plusieurs une valeur nominale de 10 % du capital-actions peuvent demander l'inscription à l'ordre du jour d'un objet de délibération. La mise à l'ordre du jour doit être demandée par écrit au moins 60 jours avant la tenue de l'assemblée générale avec indication de l'objet de délibération et des propositions.

D'autres droits d'intervention sont réglés dans les statuts de Bell SA. Ceux-ci peuvent être consultés sur le site Internet de Bell, à l'adresse 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, à l'adresse www.bell.ch/agenda-fr.

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

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. Trois 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 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 2012, l'activité de révision de la révision externe s'est concentrée sur les obligations statutaires, y compris sur l'évaluation de l'efficacité du SCI.

Honoraires de révision et autres

en milliers de CHF	2012	2011
Services de révision	948	1 023
Conseils fiscaux	34	-
Conseils juridiques	51	-
Conseils relatifs aux transactions (y c. Due Diligence)	-	-
Total	1 033	1 023

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 de l'entreprise qui permet aussi d'accéder à des archives comprenant les rapports annuels et semestriels ainsi que des communiqués de presse. Le site Internet de Bell comprend des archives permettant de consulter les rapports annuels, semestriels et des communiqués de presse. www.bell.ch

Dates importantes

Bouclément annuel	31 décembre
Assemblée générale de Bell SA	17 avril 2013
Publication des résultats du 1 ^{er} semestre 2013	15 août 2013
Publication du chiffre d'affaires 2013	1 ^{ère} quinzaine de janvier 2014
Publication du résultat 2013	Février 2014

D'autres dates, ou les dates actualisées, sont publiées sur le site Internet de Bell, à l'adresse 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 88 du présent rapport de gestion.

Membres de la direction de Bell SA (direction générale du groupe)



Lorenz Wyss

1959, nationalité suisse
Boucher, Diplôme de commerce,
Diplôme d'Etat en technologie
bouchère, Master of Business
Administration ZFH

Président de la direction générale du groupe (CEO)
Responsable division Bell Suisse
Responsable division Bell Europe de l'Est/Benelux
chez Bell depuis 2011 ; dans cette fonction depuis 2011

Mandats de conseil d'administration

Centravo Holding AG, Zürich • GVFI International AG, Bâle • Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein • Gastro Star AG, Dällikon ; président • Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen • Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen • Coopérative Proviande, Berne

Parcours professionnel

Fonctions dirigeantes chez Coop : Responsable Category Management produits frais/Gastro-
nomie ; 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 (directeur adjoint) ; 1992 – 1995, Directeur technique ;
1987 – 1991, Chef d'exploitation/chef du personnel ; 1983 – 1984 • Responsable de division
Jenzer AG, Arlesheim ; 1978 – 1981



Martin Gysin

1960, nationalité suisse
Expert fédéral diplômé en
comptabilité et controlling

Responsable division Bell Finances/Services (CFO)
Président adjoint de la direction générale du groupe
chez Bell depuis 1992 ; dans cette fonction depuis 1994

Mandats de conseil d'administration

CPV/CAP Caisse de pension Coop, Bâle • Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein

Parcours professionnel

Directeur Finances/Comptabilité Bell AG, Bâle ; 1992 – 1994 • Controller Valora AG, Berne ;
1990 – 1991 • Directeur commercial R. Vix AG, Bâle, 1984 – 1989

Membres des directions

Bell Suisse

Membres de la direction de Bell Suisse SA

Markus Bänziger

1955, nationalité suisse
Diplôme fédéral de chef de marketing

Responsable secteur d'activité Charcuterie
Responsable secteur d'activité Seafood/Logistique e.r.
chez Bell de 1975 à 1985 et depuis 1995 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Fonctions dirigeantes chez Bell SA, Bâle : Directeur secteur d'activité Convenience ; 2009 – 2010, Directeur unité Convenience ; 2000 – 2008, Responsable Vente en gros ; 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

Josef Dähler

1955, nationalité suisse
Maîtrise fédérale de boucher
Diplôme de commerce

Responsable secteur d'activité Viande fraîche
chez Bell depuis 1996 ; dans cette fonction depuis 2007

Mandats de conseil d'administration

Identitas AG, Berne • Coopérative Proviande, 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 filiales ; 1979 – 1983

Christine Schlatter

1965, nationalité suisse
Diplôme fédéral de planificatrice
en marketing

Responsable secteur d'activité Volaille
chez Bell depuis 1997 ; dans cette fonction depuis 2008

Parcours professionnel

Fonctions dirigeantes au sein du groupe Bell : Responsable Vente/Marketing Bell Volaille ; 2003 – 2008, Responsable Marketing/Vente SEG Poulets AG et directrice 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

Bell Allemagne

Membres de la direction de Bell Deutschland GmbH & Co. KG

Christian Schröder

1971, nationalité allemande
Employé de commerce

Président de la direction générale
Responsable Distribution/Marketing
chez Bell depuis 2009 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Porte-parole de la direction ; directeur Distribution/Marketing chez Abraham Schinken GmbH ; 2011 – 2012 • Porte-parole de la direction ; directeur Distribution/Marketing chez Abraham Schinken GmbH ; 2007 – 2011 • Fonctions dirigeantes au sein du groupe d'entreprises Reinert, Vermold : 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

Jürgen Etmann

1963, nationalité allemande
Economiste d'entreprise

Responsable Finances/Services
chez Bell depuis 2009 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Directeur Finances/Administration chez Abraham Schinken GmbH ; 2011 – 2012 •
Directeur Finances/Administration chez Gebrüder Abraham Schinken GmbH ; 2011 – 2012 •
Directeur Comptabilité/Controlling chez Gebrüder Abraham Schinken GmbH ; 2009 – 2010 •
Collaborateur du domaine Finances et Controlling chez Hermes Schleifmittel GmbH & Co. KG, Hambourg ; 1991 – 2009 • Vérificateur assistant chez KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft ; 1988 – 1991

Markus von der Pütten

1970, nationalité allemande
Spécialiste en technique des
denrées alimentaires

Responsable Production et Technique
chez Bell depuis 2010 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Directeur Production et Technique chez Abraham Schinken GmbH ; 2011 – 2012 • Directeur Production et Technique chez Abraham Schinken GmbH ; 2010 – 2011 • 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

Bell Europe de l'Est/Benelux

Directeurs

Eugeniusz Philip

1966, nationalité polonaise
Ingénieur dipl. en agriculture et
sylviculture, Master of Business
Administration

Président de la direction générale Bell Polska Sp. z o.o.
chez Bell depuis 2012 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Directeur ZIMBO Pologne ; 2004 – 2012 • Fonctions dirigeantes chez MORLINY (groupe Campofrio) : Responsable du marketing ; 2003 – 2004, Chef des ventes ; 2000 – 2003, Chef des ventes Usine de viande Ostroleka (détenue à 75 % par MORLINY) ; 1999 – 2000 • Business Development Manager Grene Sp. z o.o. ; 1998 – 1999 • Project Manager Hvidstet Energy Forest Dänemark ; 1992 – 1998

Jens Günther Hillebrand

1976, nationalité allemande
Boucher
Maître boucher-charcutier

Président de la direction générale ZIMBO Perbál Húsipari Termelő Kft.
chez Bell depuis 2012 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Directeur Wiesbauer-Dunahús Kft., Gönyű, Hongrie ; 2011 – 2012 • Chef d'exploitation Wiesbauer-Dunahús Kft., Gönyű, Hongrie ; 2005 – 2011 • Chef de service Neukauf Verbrauchermarkt GmbH ; 2002 – 2004 • Découpe Franken-Gut Fleischwaren GmbH ; 2001 – 2002 • Chef de service chez Fleisch- und Wurstverkauf BVA Warenhandelsgesellschaft, Würzburg ; 2000 – 2001 • Vendeur viandes et charcuterie BVA Warenhandelsgesellschaft ; 2000

Steven van Parijs

1971, nationalité belge
Directeur d'hôtel

Président de la direction générale Bell Benelux Holding N.V.
chez Bell depuis 2012 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Chef des ventes pour l'Europe chez PDC Brush ; 2010 – 2012 • Chef des ventes Cock's Charcuterie Benelux ; 2003 – 2010 • Key Account Manager Viangro ; 2002 – 2003 • Export Manager « Benelux & UK » Mennisz ; 2000 – 2002 • Key Account Manager Dossche Mills & Bakery ; 1995 – 2000 • Directeur de restaurant, Colmar/Sbarro ; 1993 – 1995

Petr Poskočil

1966, nationalité tchèque
Ing. dipl. économie d'entreprise

Directeur ZIMBO Czechia s.r.o.
chez Bell depuis 2012 ; dans cette fonction depuis 2012

Parcours professionnel

Représentant du directeur d'Agrarfirma en Tchéquie ; 1988 – 1991 • Etudes et stages en Allemagne, Pays-Bas, Irlande ; 1991 – 1994 • Directeur Zimbo Czechia ; 1995

Bell France

Directeur de Salaison Polette & Cie SAS

Philippe Polette

1960, nationalité française
Diplôme de commerce

Président de la direction générale
chez Polette depuis la création de la société en 1980 ; dans cette fonction depuis 1980

Mandats de conseil d'administration

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

Membres du management supérieur *

Direction générale du groupe

Lorenz Wyss

Président de la direction générale du groupe
Responsable division Bell Suisse
Responsable division Bell Europe de l'Est/
Benelux

Martin Gysin

Responsable division Bell 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

Division Bell Finances/Services

Martin Gysin

Responsable division

Rolf Anti

Responsable Organisation

Thomas Denne

Responsable Controlling Division
Charcuterie/Division Viande fraîche

Peter Kunimünc

Responsable IT

Johannes Meister

Responsable Personnel/Formation

Marc Pittino

Responsable Controlling

Thomas Studer

Responsable Projets

Ulrich Süs

Responsable Comptabilité

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

Division Bell Suisse

Lorenz Wyss

Responsable division

Comité exécutif de direction
division Bell Suisse

Davide Elia

Responsable Marketing/Communication

Secteur d'activité Viande fraîche

Josef Dähler

Responsable secteur d'activité

Jean-Luc Aebischer

Responsable Vente/Marketing Romandie

Roderich Christoph Balzer

Responsable Usine Oensingen

Christian Gremion

Responsable Viande fraîche Romandie

Thierry Guillod

Responsable Usines Romandie

Michel Lerch

Responsable Usine Bâle

Joachim Messner

Responsable adjoint Usine Bâle

Elvira Meyer

Responsable Vente/Marketing

Martin Reinhard

Responsable Achat

Stefan Seiler

Responsable Achat/Vente

Josef Zuber

Responsable Vente commerce/Gastro
Suisse alémanique

Secteur d'activité Volaille

Christine Schlatter

Responsable secteur d'activité

Frank Bechler

Assistant direction de division

Walter Bieri

Responsable Vente/Achat

Thomas Graf

Responsable Usine

Sara Patrizia Kraettli

Responsable Vente/Marketing

Christoph Schatzmann

Responsable Production animale intégrée

Secteur d'activité Charcuterie

Markus Bänziger

Responsable secteur d'activité

Thomas Abt

Responsable Logistique

Hanspeter Gysin

Responsable Planification/Technique

Ursula Kuhn

Responsable MQ/Laboratoire

Francesco Nicastro

Responsable Calcul/Contrôle d'exploitation/
Processus

Andreas Nieling

Responsable Usine Bâle

Roland Rufener

Responsable Achat non-food/articles de
commerce

Hanspeter Treichler

Responsable Usine Churwalden

Secteur d'activité Seafood/Logistique

Markus Bänziger

Responsable secteur d'activité

Seafood

José-Manuel Seabra

Responsable unité

Sébastien Garnier

Responsable Usine

Frigo St. Johann AG

Bruno Flückiger

Directeur

Division Bell Allemagne

Christian Schröder

Président de la direction générale
Responsable Distribution/Marketing

Jürgen Emtmann

Responsable Finances/Services

Markus von der Pütten

Responsable Production/Technique

Robert Blümel

Responsable de division
Approvisionnement/Logistique

Peter Drescher

Responsable de la distribution Discount

Andreas Eder

Responsable de division Personnel/Juridique

Benjamin Forell

Responsable de division Management
de la qualité

Karsten Glismann

Responsable de division IT

Heinrich Halberschmidt

Responsable de la distribution commerce
de détail alimentaire/gros consommateurs

Stephan Holst

Responsable de division Marketing

Frank Scholl

Responsable de division Distribution

Nikolaj Steber

Country Manager Espagne

Division Bell Europe de l'Est/Benelux

Lorenz Wyss

Responsable division

Jens Günther Hillebrand

Président-directeur général ZIMBO Perbál
Húsipari Termelő Kft.

Hedvic Szakács

Responsable Administration/Finances
Membre de la direction ZIMBO Perbál
Húsipari Termelő Kft.

Tamás Kováts

Responsable Vente ZIMBO Hongrie

Eugeniusz Philip

Président-directeur général Bell Polska
Sp. z o.o.

Maciej Banasiak

Responsable Distribution Bell Pologne
Membre de la direction Bell Polska Sp. z o.o.

Alicja Romanek

Responsable Administration/Finances Bell
Pologne
Membre de la direction Bell Polska Sp. z o.o.

Aleksandra Rowicka

Responsable Vente Bell Pologne,
Membre de la direction Bell Polska Sp. z o.o.

Steven Van Parijs

Président-directeur général Bell Benelux N.V.

Petr Poskočil

Directeur ZIMBO Czechia s.r.o.

Division Bell France

Philippe Polette

Président-directeur général Salaison
Polette & Cie SAS

Hervé Dametto

Responsable Usine Salaison Polette

Ludovic Jouanneau

Responsable Administration/Finances

Hugues Mataillet

Responsable Management de la qualité

Bruno Mugniery

Responsable Usine Maison de Savoie

Gilles Patient

Responsable Vente/Marketing

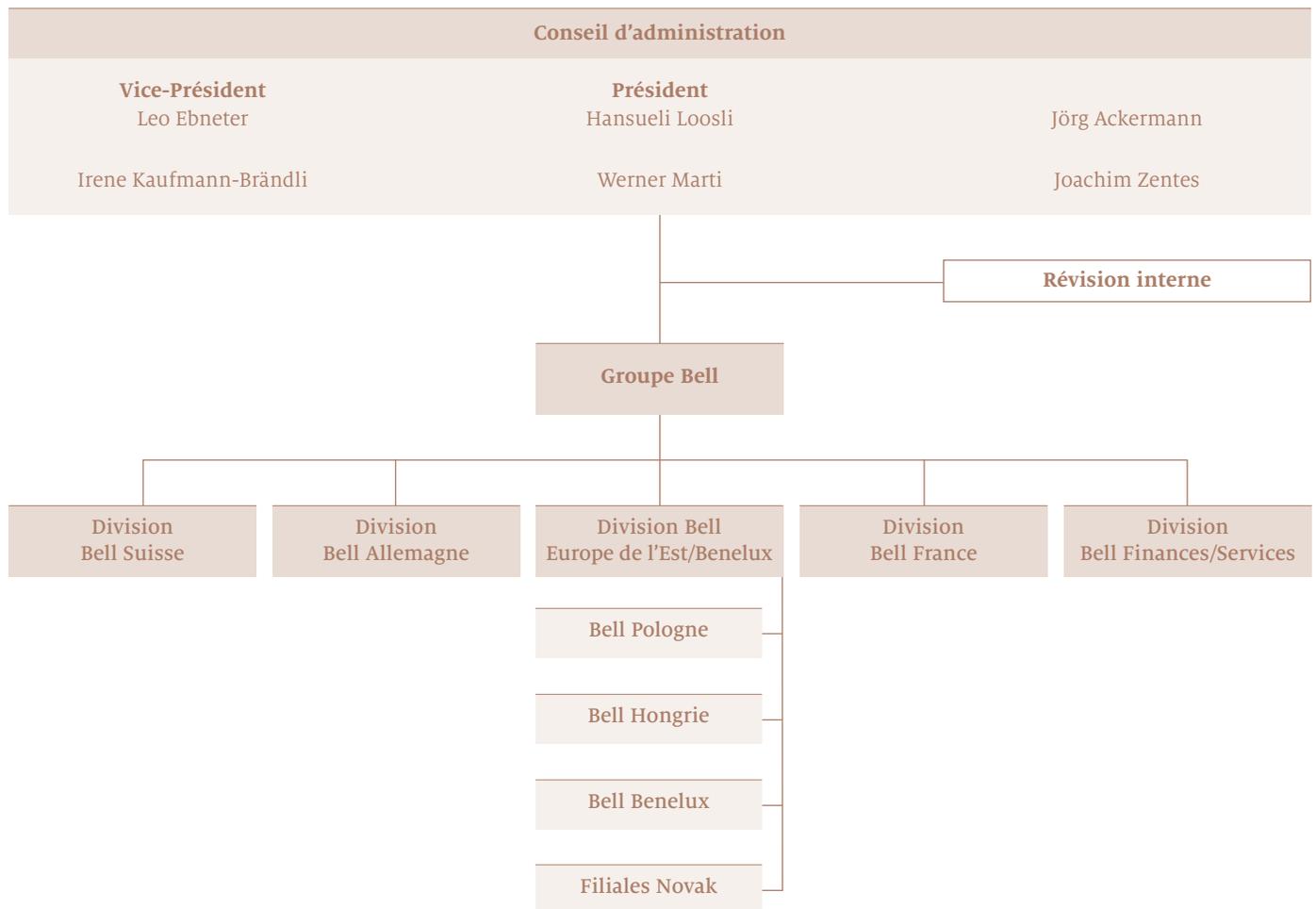
Charles-André Rogue

Responsable Usine Val de Lyon

Laurent Saccol

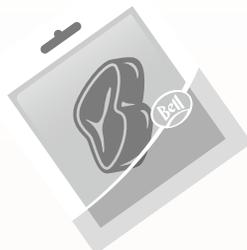
Responsable Usine St-André

Organigramme



Viande fraîche

Volume des ventes
55'900 t



Volaille

Volume des ventes
28'300 t



Viande spéciale

Volume des ventes
790 t



Seafood

Volume des ventes
5'700 t



Charcuterie Suisse

Volume des ventes
32'400 t



Charcuterie international

Volume des ventes
99'200 t



Volume des ventes par groupes de produits ;
nombres arrondis

Bell en chiffres

Rapport financier



SOMMAIRE

- Groupe Bell
- 56 — Rapport financier
- 58 — Bilan consolidé
- 59 — Compte de résultat consolidé
- 60 — Flux de fonds
- 61 — Justification des fonds propres
- 62 — Principes de consolidation et d'évaluation
- 66 — Annexe au bilan consolidé
- 73 — Annexe au compte de résultat consolidé
- 79 — Données complémentaires
- 80 — Participations importantes
- 81 — Aperçu sur plusieurs années
- 82 — Informations sur les actions
- 83 — Rapport de l'organe de révision

- Bell SA
- 84 — Bilan
- 85 — Compte de résultat
- 86 — Répartition du bénéfice / Annexe
- 87 — Rapport de l'organe de révision

- 88 — Contact
- 89 — Impressum

— Tous les nombres sont arrondis individuellement



Rapport financier

Evolution stable des affaires

Martin Gysin,
Responsable division Bell Finances/Services

Chères et chers actionnaires,

L'exercice 2012 fut une fois de plus marqué par les prix élevés des matières premières en Europe et les difficultés à les répercuter à nos clients. Cela s'est traduit par un net recul du résultat opérationnel. La stabilité des affaires en Suisse, notre marché domestique, a permis d'atténuer la baisse.

Notre écoulement a même progressé de 1,4 % ici, malgré un marché globalement en recul. Avec une hausse de 6,2 %, la croissance quantitative était aussi particulièrement réjouissante en France. En Allemagne, les assortiments de jambon cru ont progressé de 6,3 % alors que le volume des produits de charcuterie échaudés a reculé de 7,1 % en raison de mesures de rationalisation des assortiments. Nous avons également enregistré un net recul des volumes en Belgique, mais il s'agit là de transactions commerciales dont l'importance stratégique est minime.

La diminution des produits s'explique par un soutien accru accordé aux activités promotionnelles de nos principaux clients. Lors de promotions, des baisses de prix sont directement déduites de la facture, si bien que le produit des ventes de marchandises s'en trouve réduit. En contrepartie, les ristournes ont diminué. Après correction de cet effet, la diminution des produits est très faible par rapport à l'exercice précédent.

La marge bénéficiaire brute a reculé de 0,2 %. Les frais de personnel ont augmenté de 15,8 à 16,1 % du produit net. Les charges d'exploitation ont augmenté de 24,9 à 25,6 %. Ces chiffres comprennent environ CHF 9 millions de charges exceptionnelles liées à la fermeture du site administratif de Bochum et des coûts de restructuration de nos activités en Allemagne. Au cours de l'exercice précédent, des avoirs comptables d'environ CHF 6 millions apparaissaient dans ce poste. Après correction de ces deux effets spéciaux, le taux des charges d'exploitation de 25,3 % est pratiquement inchangé par rapport à l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation corrigé avant intérêts, impôts et amortissements a reculé de 8 à 7,7 %.

Le résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT) a augmenté de CHF 90 millions à environ CHF 99 millions. Après correction des effets spéciaux au cours de cette année et de l'exercice précédent, nous enregistrons toutefois un léger recul au niveau EBIT de CHF 111 millions (2011 corrigé) à CHF 108 millions (2012 corrigé).

Le résultat de sociétés associées contient des bénéfices proportionnels de Hilcona AG et Centravo Holding AG. Des amortissements de goodwill ont de nouveau été effectués en compensation sur la quote-part de bénéfices de Hilcona AG. Les résultats de Gastro Star, une société reprise par Hilcona en milieu d'année 2012, sont intégrés dans le bénéfice proportionnel de Hilcona.

A fin 2012, l'endettement net s'élevait à environ CHF 249 millions, soit en baisse de CHF 5 millions par rapport à l'exercice précédent. Les investissements en immobilisations corporelles de CHF 75 millions et dans le financement de Hilcona de CHF 41 millions ont pu être entièrement financés par le cash-flow de l'exercice. Parallèlement, les actifs circulants nets ont enregistré une hausse d'environ CHF 16 millions.

Les fonds propres avant participations minoritaires ont augmenté d'environ CHF 50 millions à CHF 675 millions. La quote-part des fonds propres s'élève ainsi à 51,4 %.

En 2012, nous avons regroupé et intégré nos activités en Allemagne au sein de Bell Deutschland GmbH + Co KG. En plus d'une baisse des coûts futurs, la nouvelle organisation permet un traitement nettement plus efficace du marché. Nous sommes convaincus que les mesures prises, ainsi que les majorations de prix effectives uniquement vers la fin de l'année 2012, généreront une nette amélioration de nos résultats hors de Suisse. De premiers signes dans ce sens ont déjà pu être constatés au cours des deux derniers mois de l'exercice considéré.

En février 2012, les autorités cartellaires allemandes ont lancé une procédure pour entente illicite sur les prix contre l'ancienne société Gebrüder Abraham GmbH. Nous considérons que ces reproches sont infondés et d'ailleurs prescrits pour la plupart. De ce fait, nous avons renoncé à constituer des provisions.

La restructuration en Allemagne a entraîné la suppression de certaines sociétés du groupe. Les détails à ce propos sont résumés dans le schéma des participations en page 80. Ces modifications n'ont toutefois pas conduit à une modification matérielle du périmètre de consolidation. Par ailleurs, seules nos activités commerciales avec ZIMBO Scandinavie ont été liquidées au 31.12.2012 sous la forme d'un management buy-out. Les répercussions matérielles sur le chiffre d'affaires et le niveau de rentabilité sont négligeables.



Martin Gysin
Responsable division Bell Finances/Services

Bilan consolidé

en milliers de CHF	Annexe	31.12.2012		31.12.2011	
Disponibilités	1	37 848		22 708	
Titres	2	3 270		5 582	
Créances de livraisons et prestations	3	154 803		149 004	
Créances d'entreprises affiliées	4	127 210		111 027	
Autres créances à court terme		35 901		45 007	
Stocks	5	185 187		170 109	
Comptes de régularisation		10 721		16 885	
Actifs circulants		554 942	42.2%	520 322	41.6%
Immobilisations financières	12	147 298		103 305	
Immobilisations incorporelles	13	64 249		76 692	
Terrains et bâtiments	14	323 097		322 096	
Installations techniques et agencement	15	225 632		229 723	
Capitaux immobilisés		760 276	57.8%	731 815	58.4%
Actifs		1 315 218	100.0%	1 252 138	100.0%
Engagements financiers à court terme	9	114 210		116 696	
Dettes sur livraisons et prestations		153 998		142 472	
Dettes d'entreprises affiliées	6	13 947		21 912	
Autres engagements à court terme	7	39 387		38 885	
Provisions à court terme	11	14 193		9 726	
Comptes de régularisation	8	59 317		61 925	
Fonds étrangers à court terme		395 051	30.0%	391 616	31.3%
Engagements financiers à long terme	9	175 538		164 998	
Provisions à long terme	11	69 157		68 940	
Fonds étrangers à long terme		244 695	18.6%	233 939	18.7%
Fonds étrangers		639 746	48.6%	625 555	50.0%
Capital-actions		2 000		2 000	
Réserves de bénéfices		678 458		630 698	
Différences de conversion		-78 063		-75 406	
Actions propres		-3 130		-3 113	
Bénéfice de l'exercice		75 849		71 618	
Fonds propres avant part de tiers au capital		675 114	51.3%	625 797	50.0%
Part de tiers au capital		358		786	
Fonds propres		675 472	51.4%	626 583	50.0%
Passifs		1 315 218	100.0%	1 252 138	100.0%

Compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	Annexe	2012		2011	
Chiffre d'affaires	16	2 526 520		2 516 953	
Autres produits d'exploitation	16	61 227		59 848	
Produits bruts d'exploitation		2 587 747		2 576 801	
Diminution des produits	16	-79 369		-94 213	
Produits nets d'exploitation		2 508 378	100.0%	2 482 588	100.0%
Charges de matières premières et de matières consommables		1 680 926	67.0%	1 659 306	66.8%
Résultat brut d'exploitation		827 452	33.0%	823 282	33.2%
Charges de personnel	17 / 24	403 015	16.1%	391 416	15.8%
Loyers	18 / 24	21 639		21 759	
Energie, matériaux d'exploitation et auxiliaires	19	51 042		49 214	
Réparations et entretien		46 425		46 096	
Transports externes		62 900		62 471	
Publicité		19 948		20 989	
Autres charges d'exploitation	20 / 24	37 345		27 046	
Charges d'exploitation	21	642 313	25.6%	618 991	24.9%
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)		185 138	7.4%	204 291	8.2%
Amortissements sur immobilisations corporelles	14 / 15 / 24	71 996	2.9%	72 144	2.9%
Amortissements sur immobilisations incorporelles*	13 / 24	4 787		11 608	
Amortissements sur goodwill*	13 / 24	9 210		30 691	
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)		99 145	4.0%	89 849	3.6%
Produits financiers (y.c. résultat des sociétés associées)	22 / 24	10 780		25 754	
Charges financières	22	9 629		14 342	
Bénéfice d'exploitation avant impôts (EBT)		100 296	4.0%	101 261	4.1%
Impôts	23 / 24	24 089		28 865	
Bénéfice d'exploitation après impôts		76 207	3.0%	72 396	2.9%
Part de tiers au bénéfice		-358		-778	
Bénéfice de l'exercice		75 849	3.0%	71 618	2.9%

*En 2011, amortissement non planifié sur goodwill et valeur de marques de mille CHF 26 016.

Flux de fonds

en milliers de CHF	2012		2011	
Bénéfice d'exploitation après impôts		76 207		72 396
Amortissements des immobilisations corporelles	71 996		70 294	
Amortissements exceptionnels des immobilisations corporelles	-		1 850	
Amortissements des immobilisations incorporelles	13 997		16 282	
Amortissements exceptionnels des immobilisations incorporelles	-	85 993	26 016	114 442
Produits (-) pertes (+) issus de la cession d'immobilisations corporelles		-61		-929
Dividende de sociétés associées		2 646		-
Produits issus de l'évaluation des participations non consolidées		-5 482		-6 273
Bénéfice (-) perte (+) des actifs de la fondation		-		390
Augmentation (-) diminution (+) des impôts latents actifs		230		1 133
Variation des provisions		4 777		849
Flux de fonds avant variation des actifs circulants nets		164 310		182 008
Augmentation (-) et diminution (+) des stocks	-15 740		-19 180	
Augmentation (-) et diminution (+) des créances	-15 028		-27 470	
Augmentation (-) et diminution (+) des comptes de régularisation actifs	6 148		1 957	
Augmentation (+) et diminution (-) des engagements	4 291		-23 101	
Augmentation (+) et diminution (-) des comptes de régularisation passifs	-2 498	-22 827	13 585	-54 209
Flux de fonds relatifs à l'exploitation		141 484		127 799
Investissements dans des installations techniques et agencement	-48 076		-52 664	
Désinvestissements des installations techniques et agencement	432	-47 644	9 850	-42 814
Investissements dans l'immobilier et terrains	-22 353		-10 554	
Désinvestissements de l'immobilier et terrains	158	-22 195	2 059	-8 495
Investissements dans des participations et immobilisations financières	-41 116		-116 883	
Désinvestissements de participations et immobilisations financières	1 835		1 624	
Investissements (-) / Désinvestissements (+) de titres	2 312	-36 969	-1 070	-116 329
Investissements dans des immobilisations incorporelles	-3 837		-6 839	
Désinvestissements des immobilisations incorporelles	-	-3 837	3	-6 836
Flux de fonds relatifs aux investissements		-110 645		-174 474
Modification des obligations financières		9 018		51 418
Investissements dans des actions propres (-) / Désinvestissements (+)		13		5 515
Dividendes		-24 672		-20 680
Flux de fonds relatifs aux opérations financières		-15 641		36 253
Solde des flux de fonds		15 197		-10 422
Disponibilités au 01.01.		22 708		33 674
Influence des comptes libellés en monnaies étrangères sur les liquidités		-58		-544
Variation des disponibilités		15 197		-10 422
Disponibilités au 31.12.		37 848		22 708

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 01.01.2012	2 000	630 698	-75 406	-3 113	71 618	625 797	786	626 584
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-	-
Prise de participation	-	-	-	-	-	-	-	-
Répartition du bénéfice	-	71 618	-	-	-71 618	-	-	-
Dividende	-	-23 888	-	-	-	-23 888	-784	-24 672
Achat / vente actions propres	-	30	-	-17	-	13	-	13
Bénéfice de l'exercice	-	-	-	-	75 849	75 849	358	76 207
Influence du taux de change	-	-	-2 656	-	-	-2 656	-2	-2 658
Fonds propres au 31.12.2012	2 000	678 458	-78 063	-3 130	75 849	675 114	358	675 472
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

Réserves légales 2012 mille CHF 22 087 (année précédente mille CHF 22 139).

	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	-2 206	-369	-	-104	648	-2 031
Titres en circulation 2012	397 794	-369	-	-104	648	397 969
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

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 80 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

		2012	2011
Bilan	EUR 1	= CHF 1,2072	= CHF 1,2200
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0480
	HUF 100	= CHF 0,4146	= CHF 0,3900
	PLN 1	= CHF 0,2963	= CHF 0,2730
	USD 1	= CHF 0,9150	= CHF 0,9400
CR	EUR 1	= CHF 1,2075	= CHF 1,2333
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0502
	HUF 100	= CHF 0,4163	= CHF 0,4426
	PLN 1	= CHF 0,2884	= CHF 0,2999
	USD 1	= CHF 0,9317	= CHF 0,8804

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.

Consolidation du capital

La consolidation 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.

Disponibilités

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.

Impôts latents actifs

Des impôts résultent de reports de pertes dans la consolidation initiale. Ce poste représentait CHF 0,2 million en 2012. 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 2012 sont indiquées dans le schéma des participations à la page 80.

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

Investissements immatériels

En plus de logiciels, les investissements immatériels contiennent également des droits de marques acquis et le goodwill. En 2012, nous n'avons enregistré aucune nouvelle inclusion dans le goodwill. De manière analogue à l'année précédente, les amortissements du goodwill « Hilcona » sont compensés dans les comptes financiers avec le résultat annuel proportionnel. Le contrôle des valeurs à activer parmi les différentes positions du goodwill n'a donné lieu à aucune rectification. En 2011, des amortissements supplémentaires de l'ordre de CHF 20 millions sur le goodwill de consolidation avaient été effectués suite à l'examen de la valeur intrinsèque de ZIMBO, ainsi que d'environ CHF 6 millions sur la valeur de la marque.

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 22,5% (année précédente 23,5%) pour la Suisse, 27% pour l'Allemagne et la France et 25% pour les autres pays.

En février 2012, les autorités cartellaires allemandes ont lancé une procédure pour entente illicite sur les prix contre l'ancienne société Gebrüder Abraham GmbH. Nous considérons que ces reproches sont infondés et d'ailleurs prescrits pour la plupart. De ce fait, nous avons renoncé à constituer des provisions.

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 104,6% (année précédente 98,8%). 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 résultats de transactions et dividendes sur les actions propres sont directement ajoutés aux réserves de bénéfices.

Participation des collaborateurs

Tous les collaborateurs du groupe Bell peuvent, dès leur troisième année de service et par année civile, acquérir cinq actions (conseil d'administration, direction générale et 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, 648 actions ont été distribuées au personnel en 2012 (année précédente : 523) et 104 rachetées (année précédente : 160). L'imputation a été effectuée sur les frais de personnel, sur la base du cours de l'action à la date d'octroi.

Rabais, ristournes et escomptes

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

Acomptes versés

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

Événements postérieurs à la date du bilan

Aucun événement majeur ne s'est produit entre la date du bilan et l'approbation des comptes consolidés de Bell SA le 1^{er} février 2013 par le conseil d'administration. Ces comptes consolidés seront présentés pour décharge à l'assemblée générale le 17 avril 2013.

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	2012	Quote-part	2011
1. Disponibilités			
Caisse	1 442	3.8%	1 658
Avoirs en comptes de chèques postaux	150	0.4%	330
Avoirs en banque à vue	24 401	64.5%	16 721
Dépôts à terme et créances comptables	11 855	31.3%	3 999
Disponibilités	37 848	100.0%	22 708
Répartition par devises			
CHF	16 664	44.0%	10 319
EUR	13 678	36.1%	9 152
Autres devises	7 506	19.8%	3 237
Disponibilités	37 848	100.0%	22 708
2. Titres			
Actions et placements alternatifs	3 270	100.0 %	5 582
Obligations et placements alternatifs	-	-	-
Titres	3 270	100.0 %	5 582
3. Créances de livraisons et de prestations			
Correction de valeur soldée dans les créances	-2 369		-3 277
4. Créances d'entreprises affiliées			
Sociétés du groupe Coop	116 545	91.6%	104 706
Autres entreprises affiliées	10 666	8.4%	6 321
Créances d'entreprises affiliées	127 210	100.0%	111 027
5. Stocks			
Matières premières et produits finis	176 701	95.4%	162 225
Matériaux auxiliaires	16 469	8.9%	16 599
Réajustement de valeurs suite à des dépréciations	-7 983	-4.3%	-8 715
Stocks	185 187	100.0%	170 109
6. Dettes d'entreprises affiliées			
Engagements groupe Coop	11 696	83.9%	21 844
Engagements autres sociétés affiliées	2 250	16.1%	68
Dettes d'entreprises affiliées	13 947	100.0%	21 912
7. Autres engagements à court terme			
Actionnaires	12	0.0%	12
Taxe sur la valeur ajoutée	10 302	26.2%	11 902
Impôts sur le capital et le bénéfice	22 906	58.2%	23 895
Autres impôts	279	0.7%	543
Divers tiers	5 888	14.9%	2 533
Autres engagements à court terme	39 387	100.0%	38 885

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	2012	Quote-part	2011
8. Comptes de régularisation			
Divers passifs transitoires	39 972	67.4%	44 049
Comptes de régularisation du personnel et des oeuvres sociales	19 344	32.6%	17 875
Comptes de régularisation	59 317	100.0%	61 925
9. Engagements financiers			
Emprunts bancaires et crédits à court terme	114 210	39.4%	112 885
Emprunts à court terme des sociétés affiliées	–	–	3 695
Comptes courants avec tiers	–	–	116
Engagements financiers à court terme	114 210	39.4%	116 696
Emprunts bancaires et crédits à long terme	175 538	60.6%	164 998
Emprunts à long terme des sociétés affiliées	–	–	–
Engagements financiers à long terme	175 538	60.6%	164 998
Engagements financiers	289 748	100.0%	281 694
Structure de l'échéancier des engagements financiers			
remboursables dans les 360 jours	114 210	39.4%	116 696
remboursables en deux ans	164 254	56.7%	36 164
remboursables en trois ans et plus	11 284	3.9%	128 835
Engagements financiers	289 748	100.0%	281 694
Engagements financiers par devises			
CHF	189 662	65.5%	185 487
EUR	99 137	34.2%	95 125
Autres devises	949	0.3%	1 082
Engagements financiers	289 748	100.0%	281 694

10. Acquisition et cession d'entreprises

Pas d'élément nouveau en 2012

D'élément nouveau 2011	Bell Convenience ¹	Hilcona AG ²	Hoppe GmbH ³	Kocherhans + Schär AG ⁴	SBA Schlacht- betrieb 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'entreprise² Nouvelle introduction dans le périmètre de consolidation au 01.01.2011 selon part du capital propre ; valeurs incluant Bell Convenience.³ Première intégration au 01.05.2011⁴ Fusion avec Bell Suisse SA⁵ 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- et heures supp.	Impôts latents	Autres provisions	Restruc- turation	Total
11. Provisions							
Provisions au 01.01.2012	21 144	3 135	4 674	44 128	4 981	604	78 666
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-
Reclassement	162	-162	-	-	-	-	-
Création	2 276	245	4 392	1 435	19	5 125	13 492
Dissolution	-955	-11	-4 130	-1 937	-1 396	-287	-8 715
Influence du taux de change	-45	-	-6	-14	-28	-	-92
Provisions au 31.12.2012	22 583	3 207	4 931	43 612	3 575	5 442	83 351
à long terme 2012	20 794	2 341	-	43 612	2 410	-	69 157
à court terme 2012	1 789	867	4 931	-	1 165	5 442	14 193
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 dans passifs transitoires	-	-	-	-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

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF	Participations non consolidées	Prêts aux entreprises affiliées*	Prêts à des tiers	Fonds propres de la fondation	Impôts latents actifs	Autres immob. financières	Total
12. Immobilisations financières							
Valeur nette comptable au 01.01.2012	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305
Valeur d'acquisition au 01.01.2012	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-	-
Investissements	9 856	31 000	-	-	-	260	41 116
Désinvestissements / Dividendes de sociétés associées	-2 718	-794	-244	-725	-	-	-4 481
Réévaluation	7 614	-	-	-	-230	-	7 383
Reclassement	-	-	-	-	-	-	-
Différences de conversion	-	-	-	-	-26	-	-26
Valeur nette comptable au 31.12.2012	109 535	31 229	-	3 728	2 184	622	147 298
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	-	-	-	-	-	-	-
Différence de conversion	-3	-47	-	-	-95	-	-144
Valeur nette comptable au 31.12.2011	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305

*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 01.01.2012	12 586	-	1 611	62 495	76 692
Valeur d'acquisition au 01.01.2012	37 295	10 046	2 045	166 533	215 920
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-
Investissements	3 820	-	17	-	3 837
Désinvestissements	-1	-	-	-	-1
Regroupement	391	-	-37	-	354
Différences de conversion	-101	-105	-14	-1 257	-1 478
Valeur d'acquisition au 31.12.2012	41 404	9 940	2 011	165 276	218 632
Amortissements cumulés au 01.01.2012	24 709	10 046	435	104 038	139 227
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-
Amortissements courants*	4 637	-	150	11 342	16 129
Amortissements exceptionnels	-	-	-	-	-
Amortissements cumulés / désinvestissements	-1	-	-	-	-1
Regroupement	-	-	-37	-	-36
Différences de conversion	-42	-105	1	-790	-937
Amortissements cumulés au 31.12.2012	29 303	9 940	549	114 590	154 383
Valeur nette comptable au 31.12.2012	12 101	-	1 462	50 686	64 249
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 compris dans le bénéfice des participations.

Annexe au bilan consolidé

en milliers de CHF

	Terrains construits	Bâtiments administratifs et de production	Transformations dans bâtiments loués	Bâtiments en construction	Total
14. Terrains et bâtiments					
Valeur nette comptable au 01.01.2012	48 832	264 216	1 239	7 809	322 096
Valeur d'acquisition au 01.01.2012	48 911	569 902	3 311	7 809	629 932
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-
Investissements	16 522	2 096	-	3 735	22 353
Désinvestissements	-153	-4	-	-	-158
Regroupement	-220	4 191	-	-5 793	-1 822
Différences de conversion	-106	-654	-	-50	-810
Valeur d'acquisition au 31.12.2012	64 953	575 531	3 311	5 700	649 495
Amortissements cumulés au 01.01.2012	79	305 686	2 071	-	307 836
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-
Amortissements courants	8	18 938	138	-	19 084
Amortissements exceptionnels	-	-	-	-	-
Amortissements cumulés / désinvestissements	-	-	-	-	-
Regroupement	-	-99	-	-	-99
Différences de conversion	-1	-423	-	-	-424
Amortissements cumulés au 31.12.2012	86	324 101	2 210	-	326 397
Valeur nette comptable au 31.12.2012	64 867	251 429	1 101	5 700	323 097
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

Les « terrains et bâtiments » comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 5 677 (année précédente mille CHF 6 158).

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 01.01.2012	120 483	68 272	8 526	22 961	9 481	229 722
Valeur d'acquisition au 01.01.2012	395 488	194 871	36 420	86 445	9 481	722 706
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-
Investissements	18 414	7 949	3 366	10 330	8 016	48 076
Désinvestissements	-2 211	-	-16	-2 368	-109	-4 704
Regroupement	4 663	-191	133	2 040	-5 178	1 467
Différences de conversion	-826	-77	-10	-119	26	-1 007
Valeur d'acquisition au 31.12.2012	415 528	202 552	39 894	96 328	12 236	766 539
Amortissements cumulés au 01.01.2012	275 006	126 599	27 895	63 484	-	492 984
Modification du périmètre de consolidation	-	-	-	-	-	-
Amortissements courants	26 954	13 352	3 946	8 661	-	52 912
Amortissements exceptionnels	-	-	-	-	-	-
Amortissements cumulés / désinvestissements	-2 034	-	-14	-2 285	-	-4 333
Regroupement	113	-1 684	-	1 708	-	137
Différences de conversion	-645	-49	-11	-87	-	-792
Amortissements cumulés au 31.12.2012	299 393	138 218	31 815	71 481	-	540 907
Valeur nette comptable au 31.12.2012	116 135	64 334	8 079	24 847	12 236	225 632
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

Les « installations techniques et agencement » comprennent des crédits-bails d'une valeur comptable de mille CHF 916 (année précédente mille CHF 1 518).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2012	Variation	2011
16. Produits nets d'exploitation			
Par groupes de produits			
Viande fraîche	828 637	1.6%	815 819
Charcuterie production propre	345 085	-4.3%	360 661
Charcuterie achetée	85 082	3.7%	82 008
Volaille	349 301	1.3%	344 769
Viande spéciale (gibier, lapin et autres)	16 288	-7.3%	17 564
Seafood	119 784	4.0%	115 131
Ventes divers	12 066	21.5%	9 927
Groupes de produits en Suisse	1 756 243	0.6%	1 745 879
Charcuterie	702 643	-0.3%	704 650
Autres	67 634	1.8%	66 424
Groupes de produits à l'international	770 277	-0.1%	771 074
Chiffre d'affaires par groupes de produits	2 526 520	0.4%	2 516 953
Par canaux de distribution			
Chiffre d'affaires avec le groupe Coop	1 307 100	0.6%	1 299 527
Chiffre d'affaires avec les autres entreprises affiliées	17 416	15.1%	15 133
Chiffre d'affaires avec d'autres acheteurs en gros	424 557	0.1%	423 974
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	7 170	-1.0%	7 245
Canaux de distribution en Suisse	1 756 243	0.6%	1 745 879
Chiffre d'affaires avec le groupe Coop	13 269	164.7%	5 013
Chiffre d'affaires avec acheteurs en gros	689 375	-1.5%	699 637
Chiffre d'affaires avec les consommateurs	67 634	1.8%	66 424
Canaux de distribution à l'international	770 278	-0.1%	771 074
Chiffre d'affaires par canaux de distribution	2 526 520	0.4%	2 516 953
Répartition géographique du chiffre d'affaires			
Suisse	1 756 243		1 745 879
Allemagne	449 021		440 460
France	110 553		105 777
Espagne, Benelux	77 990		92 220
Europe de l'Est	132 713		132 617
Chiffre d'affaires par pays	2 526 520	0.4%	2 516 953
Autres produits avec le groupe Coop	2 389	-6.6%	2 558
Autres produits avec des entreprises affiliées*	16 455	5.6%	15 580
Autres produits avec des tiers*	34 848	6.0%	32 876
Autres produits d'exploitation en Suisse	53 692	5.2%	51 014
Autres produits d'exploitation à l'international	7 535	-14.7%	8 834
Autres produits d'exploitation	61 227	2.3%	59 848
Diminution de produits avec le groupe Coop	17 151	-47.2%	32 465
Autres diminutions de produits	2 873	-49.9%	5 731
Diminution de produits en Suisse	20 024	-47.6%	38 196
Diminutions de produits à l'international	59 344	5.9%	56 016
Diminution de produits	79 369	-15.8%	94 213

Un contrat de dix ans avec Coop (avec obligation de fournir et d'acheter) a pris effet au 1er janvier 2001. Ce dernier a été prorogé de cinq ans en 2010. La fourniture des produits a été réalisée aux conditions du marché, en prenant en compte le volume d'achat de Coop. Les diminutions de produits comprennent des rabais sur les chiffres d'affaires et tonnage qui ont été fixés au préalable sur la base annuelle du business plan. Les prix de vente étaient davantage exprimés en montants nets en 2012, ce qui explique la moindre part de prix réduits pour activités de promotion parmi les diminutions de produits.

*Par le passé, les autres produits avec Centravo Holding AG apparaissaient dans le poste « Autres produits avec des tiers » (correction a posteriori en 2011).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2012	Variation	2011
17. Charges de personnel			
Salaires et traitements	265 290	3.5%	256 322
Prestations sociales	66 304	4.2%	63 639
Autres charges de personnel	11 739	-1.7%	11 936
Salaires étrangers	59 681	0.3%	59 519
Charges de personnel	403 015	3.0%	391 416

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 18 533 (mille CHF 19 587 l'année précédente).

Rétributions versées aux conseil d'administration et membres de la direction générale du groupe

		Portefeuille d'actions	Rémunération	Actions souscrites		Total
		au 31.12.	en espèces	nombre	mille CHF	mille CHF
		nombre	fixe			
Conseil d'administration						
Hansueli Loosli, Président*	2012	44	90	4	8	98
	2011	30	90	3	6	96
Leo Ebnetter, Vice-Président* / **	2012	4	49	4	8	57
	2011	-	-	-	-	-
Irene Kaufmann-Brändli, Membre*	2012	45	60	4	8	68
	2011	31	60	4	8	68
Jörg Ackermann, Membre*	2012	72	60	4	8	68
	2011	63	60	3	6	66
Werner Marti, Membre	2012	35	60	4	8	68
	2011	21	60	3	6	66
Joachim Zentes, Membre	2012	119	60	4	8	68
	2011	105	60	3	6	66
† Hans Peter Schwarz, Vice-Président*	2012	-	-	-	-	-
	2011	-	53	3	6	58
Conseil d'administration	2012	319	379	24	46	425
	2011	250	383	19	37	420

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

**Membre du conseil d'administration depuis avril 2012.

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF

		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*	2012	496	36	22	38	133	703
	2011	326	33	21	33	54	446
Martin Gysin, Responsable division Bell	2012	445	31	17	35	85	596
Finances / Services ; Directeur général adjoint	2011	419	38	24	41	73	571

*Président de la direction du groupe depuis avril 2011.

	2012	2011
Portefeuille d'actions au 31.12. (nombre)		
Lorenz Wyss	30	3
Martin Gysin	119	119
Autres personnels	2 675	2 186

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	2012	3 728	3 728	-725	-	-725
	2011	4 453	4 453	-667	-	-667
CPV / CAP Caisse de pension Coop*	2012	-	-	-	18 533	18 533
	2011	-	-	-	19 587	19 587
Total	2012	3 728	3 728	-725	18 533	17 808
	2011	4 453	4 453	-667	19 587	18 920

*Le degré de couverture est de 104,6 % au 31 décembre 2012 (année précédente 98,8 %).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2012	Variation	2011
18. Loyers			
Location d'immeubles	8 416	1.1%	8 327
Location de machines et de mobiliers	8 498	18.6%	7 167
Stockage externe	4 726	-24.6%	6 265
Loyers	21 639	-0.6%	21 759
19. Energie et matériaux d'exploitation			
Electricité	25 551	4.3%	24 502
Eau	5 622	-4.1%	5 863
Carburants	1 824	-6.3%	1 946
Autres énergies	6 945	6.8%	6 502
Matériaux d'exploitation et auxiliaires	11 100	6.7%	10 401
Energie et matériaux d'exploitation	51 042	3.7%	49 214
20. Autres charges d'exploitation			
Frais de gestion	18 290	26.0%	14 520
Assurances choses et taxes	7 943	9.0%	7 288
Impôts sur le capital et autres impôts	2 258	12.0%	2 016
Autres charges d'exploitation	8 855	174.8%	3 222
Autres charges d'exploitation	37 345	38.1%	27 046
Compris dans les charges d'exploitation :			
21. Charges d'exploitation avec les sociétés affiliées			
Location d'immeubles	473	-18.2%	578
Location de machines et de mobiliers	4 941	6.7%	4 631
Réparation et entretien	1 814	8.9%	1 665
Energie et matériaux d'exploitation	2 401	0.6%	2 387
Publicité	4 000	21.2%	3 300
Autres charges d'exploitation	1 314	53.3%	857
Charges d'exploitation avec les sociétés affiliées	14 943	11.4%	13 418

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2012	2011
22. Compte financier		
Intérêts sur les dépôts à terme et autres intérêts	493	821
Intérêts d'entreprises affiliées	406	115
Bénéfices sur transactions de devises étrangères	3 160	17 989
Bénéfices sur titres réalisés et non réalisés	862	291
Résultat des sociétés associées*	5 482	6 273
Autre produits de participations	378	265
Produits financiers	10 780	25 754
Intérêts d'entreprises affiliées	109	376
Autres intérêts sur le capital	7 461	7 624
Frais de banque et commissions	934	891
Pertes sur transactions de devises étrangères	1 112	3 976
Pertes réalisées et latentes sur titres	14	1 476
Charges financières	9 629	14 342
Compte financier	1 151	11 412
Taux moyen des fonds de tiers productifs d'intérêts	2.98%	3.49%

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

Les taux des intérêts sur avances fixes et hypothèques varient entre 1,13% et 3,25% (année précédente 1,08% et 3,23%) pour ceux en Francs Suisses et entre 1,19% et 5% (année précédente 2,03% et 4,94%) pour ceux en devises (EUR).

Annexe au compte de résultat consolidé

en milliers de CHF	2012	Variation	2011
23. Impôts			
Impôts payés et variation des impôts dus	24 360		26 859
Variation des impôts latents affectant le compte de résultat	-271		2 006
Impôts	24 089	-16,5%	28 865
Résultat du groupe	76 207		72 396
Charges non déductibles fiscalement	3 728		10 953
Dont charges fiscales	24 089		28 865
Résultat avant impôts	104 024		112 214
Des impôts sur le revenu au taux d'imposition moyen de 22,6% (année précédente 23,5%) sont imputés au résultat avant impôts.	23 509		26 370
Influence des différents taux d'imposition et autorités fiscales	-870		-1 881
Influence des impôts latents non activés	1 210		3 769
Dissolution et compensation d'impôts latents actifs	-		1 133
Impôts indépendants de la période et autres impôts	240		-526
Impôts (selon attestation)	24 089		28 865

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

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

Coûts de personnel	Plan social et indemnités de départ	6 417	-	
Autres charges d'exploitation	Frais juridiques et de conseil	1 484	-	
	Provision pour futurs engagements de loyers	966	-	
	Autres coûts	-	-6 809	
Amortissements	Immobilisations corporelles	Amortissements exceptionnels	-	1 850
	Immobilisations incorporelles	Amortissements exceptionnels	-	26 016
Produits financiers	Plus-value sur opération de couverture de change en Euros	-	-14 500	
	Impôts	Quote-part d'impôts sur des effets exceptionnels	-2 004	-4 636

Données complémentaires

en milliers de CHF	2012	2011
Montant total des cautions, garanties, nantissements en faveur de tiers	13 479	16 598
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	16 418	26 381
Engagements de crédits-bail non comptabilisés	3 699	4 761
pour l'exercice en cours	2 809	1 723
Instruments financiers dérivés sur devises (but : garantie)		
Valeur de contrat	-	-
Valeur de remplacement positif	-	-
Instruments financiers dérivés intérêts (but : garantie)		
Valeur de contrat	139 234	139 650
Valeur de remplacement négatif	4 444	6 793
Autres instruments financiers dérivés (titres de participation)	p.m.*	p.m.*
Valeur de l'assurance incendies bâtiments	917 890	821 746
Valeur de l'assurance incendies agencement	961 204	932 542
Charges pour les engagements de prévoyance	18 533	19 587
Obligations résultant de contrats de tiers	50 008	48 673
pour l'exercice en cours	16 250	9 759
pour l'exercice suivant	11 821	7 001
pour les exercices à venir	21 937	31 913
Obligations résultant de montants dus à des entreprises affiliées	1 464	1 945
pour l'exercice en cours	488	488
pour l'exercice suivant	488	488
pour les exercices à venir	488	969
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	-	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	-	500

*Bell possède des options de rachat de parts supplémentaires de sociétés associées (2% pour Hilcona), dont le prix d'exercice dépend du rendement futur.

Principaux actionnaires	Coop Coopérative, Bâle ; 66,29% Sarasin Investmentfonds AG, Bâle ; 3,97% Pas d'autres actionnaires avec plus de 3% des actions
Actions donnant droit au dividende	Toutes
Règles de vote	Tous les actionnaires tiers 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 2012, 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 18 janvier 2013. D'autres informations sur la gestion des risques sont décrites dans le chapitre Corporate Governance (page 36).

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 filiales de Bell disposent de leur propre système de contrôle interne, celui-ci étant en cours d'harmonisation.

Participations importantes du groupe Bell

Société	Domicile	Champ d'activité	Méthode de consolidation	Capital social	Part du capital du groupe
Bell Suisse SA ¹	Bâle	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	27 000 000	49.0%
Centravo Holding AG ²	Zurich	Transformation de produits dérivés	○ CHF	2 400 000	29.8%
GVFI International AG	Bâle	Commerce de viande	● CHF	3 000 000	18.34%
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-sur-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 Holding GmbH ³	Seevetal / DE	Subholding	■ EUR	25 000	100.0%
Bell Verwaltungs GmbH	Seevetal / DE	Subholding	■ EUR	25 000	100.0%
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Charcuterie	■ EUR	1 000 000	100.0%
Interfresh Food GmbH ³	Seevetal / DE	Subholding	■ EUR	100 000	100.0%
Bell Polska Sp. z o.o. ^{3/4}	Niepolomice / PL	Charcuterie	■ PLN	4 000 000	100.0%
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	Perbal / HU	Viande fraîche et charcuterie	■ HUF	375 000 000	99.7%
Bell Benelux Holding N.V. ³	Zellik / BE	Subholding	■ EUR	4 258 000	100.0%
Bell Benelux N.V. ³	Zellik / BE	Commerce de viande	■ EUR	620 000	100.0%
Bell Logistics N.V. ³	Zellik / BE	Entrepôt	■ EUR	62 000	100.0%
The Fresh Connection Nederland B.V.	Dr Houten / NL	Commerce de viande	■ EUR	18 000	76.0%
ZIMBO Czechia s.r.o.	Prag-Holesovice / CZ	Commerce de détail	■ CZK	30 000 000	90.0%
Abraham Benelux S.A.	Libramont-Chevigny / BE	Production de jambons crus	■ EUR	250 000	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 Schlachtbetrieb Basel AG a fusionné avec Bell Suisse SA au 01.01.2012.

² La part de capital se réfère à la proportion d'actions en circulation

³ Les changements de raison sociale suivants ont été effectués en 2012 :

Bell Deutschland GmbH en Bell Deutschland Holding GmbH
 Interfresh Food Retail Easteurope GmbH en Interfresh Food GmbH
 ZIMBO Polska Sp. z o.o. en Bell Polska Sp. z o.o.
 Marco Polo N.V. en Bell Benelux Holding N.V. (Changement au 01.01.2013)
 The Fresh Connection N.V. en Bell Benelux N.V. (Changement au 01.01.2013)
 Coldlog N.V. en Bell Logistics N.V. (Changement au 01.01.2013)

⁴ Abraham Polska Sp. z o.o. a fusionné avec Bell Polska Sp. z o.o. au 31.12.2012.

- 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

Les sociétés mentionnées en 2011 ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG, FreshCo. Vertriebsgesellschaft mbH, Feine Kost Böttcher GmbH, Hoppe GmbH, ZIMBO International GmbH, Abraham Schinken GmbH et Gebr. Abraham GmbH & Co. KG ont été intégrées au sein de Bell Deutschland Holding GmbH et Bell Deutschland Verwaltungs GmbH dans le cadre de la restructuration.

Aperçu sur plusieurs années

en milliers de CHF	2012	2011	2010	2009	2008
Entreprises affiliées	1 337 785	1 319 673	1 363 778	1 332 881	1 292 236
Autres acheteurs en gros	1 113 932	1 123 611	1 176 972	1 151 593	586 867
Consommateurs	74 804	73 669	76 824	113 238	53 696
Chiffre d affaires	2 526 521	2 516 953	2 617 574	2 597 712	1 932 799
Produits nets d exploitation	2 508 378	2 482 588	2 584 277	2 547 877	1 939 635
Données financières					
Résultat brut d exploitation	827 452	823 282	863 923	858 515	610 241
Charges de personnel	403 015	391 416	405 671	412 215	307 445
Amortissements sur immobilisations corporelles	71 996	72 144	74 220	79 903	55 689
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)	99 145	89 849	101 236	95 047	78 932
Bénéfice annuel (avant parts de tiers)	76 207	72 396	66 067	56 192	58 198
EBITDA	185 138	204 291	212 695	189 449	142 731
Résultat financier	1 151	11 412	-2 086	-11 021	-2 867
Actifs circulants	554 942	520 322	495 436	537 731	363 010
Immobilisations	760 276	731 815	671 950	769 557	774 824
Actifs	1 315 218	1 252 138	1 167 386	1 307 288	1 137 834
Capitaux empruntés	289 748	281 694	228 462	383 795	299 073
Fonds propres	675 472	626 583	590 456	594 779	538 709
Marges					
Marges brutes en % du produit net	33.0%	33.2%	33.4%	33.7%	31.5%
EBITDA en % du produit net	7.4%	8.2%	8.2%	7.4%	7.4%
EBIT en % du produit net	4.0%	3.6%	3.9%	3.7%	4.1%
Bénéfice d exploitation en % du produit net	3.0%	2.9%	2.6%	2.2%	3.0%
Résultat financier en % des dettes productives d intérêts	-0.4%	-4.1%	0.9%	2.9%	1.0%
Fonds propres en % du capital	51.4%	50.0%	50.6%	45.5%	47.3%
Rendement fonds propres (ROE)*	12.2%	12.3%	11.1%	10.7%	11.1%
Effectif du personnel au 31.12.					
Nombre de personnes	6 469	6 470	6 488	6 561	6 810
Effectif moyen du personnel					
Converti en unités à plein temps	6 248	6 224**	6 179	6 497	3 794

*Bénéfice/fonds propres au début de l'exercice

**Nouvelle base de calcul à partir de 2011

Informations sur les actions

		2012	2011	2010	2009	2008
Chiffres clés sur les titres						
Cours de l'action au 31.12.	CHF	2 005	1 762	1 766	1 551	1 300
Plus haut cours de l'exercice	CHF	2 050	2 300	1 875	1 750	1 950
Plus bas cours de l'exercice	CHF	1 716	1 665	1 480	1 267	1 101
Ø volume échangé	nombre	78	93	75	65	117
Capitalisation boursière						
Valeur au 31.12.	en millions de CHF	802	705	706	620	520
Plus haute valeur	en millions de CHF	820	920	750	700	780
Plus basse valeur	en millions de CHF	686	666	592	507	440
Fonds propres par action	CHF	1 696	1 573	1 461	1 466	1 357
Bénéfice net par action	CHF	191	180	163	141	151
EBITDA par action	CHF	465	514	539	482	364
EBIT par action	CHF	249	226	257	242	202
Rentabilité de l'action*		9.5%	10.2%	9.3%	9.1%	11.6%
Dividende par action	CHF	60	60	50	40	40
Ratio de distribution		31.5%	33.3%	30.6%	28.3%	26.5%
Rendement sous forme de dividende**		3.0%	3.4%	2.8%	2.6%	3.1%

*Bénéfice par action / cours de clôture annuel

**Répartition par action / cours de clôture annuel

Structure du capital au 31.12.

	en milliers de CHF	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Capital-actions		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

	nombre	2 031	2 206	5 316	6 938	8 335
Actions propres détenues par la société		2 031	2 206	5 316	6 938	8 335
Actions enregistrées dans le registre des actions	nombre	369 831	365 016	369 794	366 309	365 558
Actionnaires enregistrés	nombre	3 916	3 751	3 659	3 606	3 197

N° de valeur 441 041
 ISIN CH0004410418
 Négoce SIX Swiss Exchange
 Symboles 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 effectué l'audit des comptes consolidés de Bell SA, comprenant le bilan, le compte de résultat, le tableau de flux de trésorerie, le tableau des fonds propres et l'annexe (pages 58 à 80) pour l'exercice arrêté au 31 Décembre 2012.

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, que celles-ci résultent 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 exprimer 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 d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes consolidés. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes consolidés puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes consolidés pour 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 2012 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats en conformité avec les 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 chiff. 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, 5 février 2013

Bell SA

Bilan

en milliers de CHF		31.12.2012		31.12.2011	
Disponibilités		193		172	
Titres		1 222		3 739	
Créances des sociétés du groupe		7 344		-	
Autres créances		118		141	
Actifs circulants		8 877	2.2%	4 052	1.1%
Immobilisations financières	Participations majoritaires	146 373		146 373	
	Participations minoritaires	93 617		83 820	
	Prêts sociétés du groupe / autres immobilisations financières	148 513		148 247	
Immobilisations corporelles	Terrains	-		153	
	Bâtiments	360		722	
Capitaux immobilisés		388 863	97.8%	379 315	98.9%
Actifs		397 740	100.0%	383 367	100.0%
Autres dettes à payer pour biens et services		893		198	
Engagements envers les sociétés affiliées		-		42 514	
Comptes de régularisation		68		91	
Fonds étrangers à court terme		961	0.2%	42 803	11.2%
Fonds étrangers à long terme		-		-	
Fonds étrangers		961	0.2%	42 803	11.2%
Capital-actions		2 000		2 000	
Réserves légales		10 000		10 000	
Réserves pour actions propres		3 130		3 113	
Autres réserves		301 433		298 520	
Bénéfice au bilan		80 216		26 931	
Fonds propres		396 779	99.8%	340 564	88.8%
Passifs		397 740	100.0%	383 367	100.0%

Bell SA

Compte de résultat

en milliers de CHF	2012	2011
Produits des participations	74 241	50 558
Autres produits financiers	6 849	7 692
Autres produits	3 030	3 027
Produits	84 120	61 278
Charges administratives	2 029	1 331
Autres charges	369	327
Intérêts débiteurs	651	1 613
Autres charges financières	–	30 833
Charges amortissement sur des immobilisations corporelles	362	411
Charges	3 411	34 515
Résultat ordinaire avant impôts	80 709	26 763
Produits issus de la cession d'immobilisations	107	168
Bénéfice d'exploitation avant impôts	80 816	26 931
Impôts	600	–
Bénéfice d'exploitation après impôts	80 216	26 931

Bell SA

Répartition du bénéfice

Proposition du Conseil d'administration à l'assemblée générale

en milliers de CHF	2012	2011
Répartition du bénéfice		
Bénéfice de l'exercice	80 216	26 931
Dividende 60 CHF (60 CHF pour l'exercice précédent)	24 000	24 000
Affectation aux réserves libres	56 216	2 931
Total des répartitions	80 216	26 931

Annexe

en milliers de CHF	2012	2011
Montant total des cautions, garanties, nantissements en faveur de sociétés du groupe*	195 000	225 000
Montant total des actifs gagés à leur valeur comptable	-	-
Valeur assurance incendies bâtiments	4 301	4 194
Participations importantes	page 80	-
Actions propres selon justification des fonds propres des comptes du groupe	page 61	
Actionnaire principal Coop Coopérative, Bâle	66.29%	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Bâle	3.97%	4.55%
Montant total de l'augmentation du capital-actions limitée	-	1 000
Montant total de l'augmentation du capital-actions autorisée	-	500
Informations relatives à l'évolution des risques	page 43 / 79	-

*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 effectué l'audit des comptes annuels de Bell SA, comprenant le bilan, le compte de profits et pertes et l'annexe (pages 84 à 86) pour l'exercice arrêté au 31 Décembre 2012.

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, que celles-ci résultent 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 exprimer 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 pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes annuels ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes annuels. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes annuels puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comprend, en outre, 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 2012 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 chiff. 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, 5 février 2013

Contacts

Siège principal	Bell SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 58 326 2000 • Fax +41 58 326 2100 info@bell.ch • www.bell.ch
Registre des actions	Bell SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 58 326 2208 • Fax +41 58 326 2119 • info-aktien@bell.ch
Corporate Communications	Bell SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 58 326 3030 • Fax +41 58 326 2114 • media@bell.ch
Informations courantes		www.bell.ch
Bell Suisse	Bell Suisse SA	Elsässerstrasse 174 • 4056 Bâle • Suisse Tél. +41 58 326 2626 • Fax +41 58 326 2100
Bell Allemagne	Bell Deutschland GmbH & Co. KG	Brookdamm 21 • 21217 Seevetal • Allemagne Tél. +49 40 768005-0 • Fax +49 40 768005-30 info@bellfoodgroup.com • www.bellfoodgroup.com
Bell Europe de l'Est/Benelux	Bell Polska Sp. z o.o. ZIMBO Húsipari Termelő Kft. Bell Benelux Holding N.V. ZIMBO Czechia s.r.o.	Ul. Mokra 11 • 32-005 Niepolomice • Pologne Tél. +48 12 28100-34 • Fax +48 12 28100-38 pari Park 5 • 2074 Perbál • Hongrie Tél. +36 26 570-500 • Fax +36 26 570-021 Z.3 Doornveld 70 • 1731 Zellik • Belgique Tél. +32 2 4816-676 • Fax +32 2 4816-679 Na Zátorách 8 • 170 00 Praha 7, Holesovice • Tchéquie Tél. +420 266 712048 • Fax +420 266 712047
Bell France	Salaison Polette & Cie SAS	Champ Saint-Pierre • 63460 Teilhède • France Tél. +33 473 64 3131 • Fax +33 473 64 3140 info@polette.fr • www.polette.fr



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 : 14.02.2013.

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, Roman Griesser
Phorbis Communications SA, Walter Stähli

Photos

Eugen Leu & Partner SA, Riehen
Maurice Haas, Zurich

Impression

Werner Druck SA, Bâle

