



Communiqué de presse

Bâle, le 23 février 2017

Publicité ad hoc

Groupe Bell

Nette croissance en 2016

Les produits des ventes de marchandises ont augmenté de 20,3 % pour atteindre 3,390 milliards de francs suisses. Le volume des ventes a augmenté de 50,5 % à 414'260 tonnes. Le bénéfice d'exploitation a progressé de 6,1 % pour atteindre 101 millions de francs suisses.

Le produit des ventes de marchandises du groupe Bell a augmenté de 20,3 % pour atteindre 3,390 milliards de francs suisses. Le seuil de trois milliards de francs suisses de chiffre d'affaires a donc été franchi pour la première fois. L'ensemble du groupe a enregistré un volume des ventes de 414'260 tonnes (+50,5 %, +138 952 t). Les principales raisons en sont l'intégration des acquisitions ainsi que la consolidation de Hilcona sur l'ensemble de l'année. Le chiffre d'affaires nominal fut également influencé par le renchérissement des matières premières. Corrigé des effets exceptionnels, l'EBIT s'élève à CHF 154 millions et est donc supérieur de CHF 20,7 millions (+ 15,6 %) à celui de l'année précédente. À raison de 101 millions de francs, le bénéfice de l'exercice a augmenté de 6,1 % ou 5,8 millions de francs par rapport à l'exercice précédent.

Dynamique de croissance variable selon les segments

Malgré ces conditions-cadres difficiles, **Bell Suisse** a de nouveau atteint un solide résultat. Le renchérissement des matières premières et l'intensité concurrentielle accrue ont exercé une pression encore plus forte sur les marges. De solides mesures promotionnelles et de nouveaux gains d'efficacité ont permis de le compenser en grande partie et d'augmenter les ventes ainsi que le chiffre d'affaires.

La division **Bell Allemagne** a été confrontée à des conditions-cadres exigeantes tout au long de l'exercice. La forte pression concurrentielle a entraîné une volatilité élevée des référencements. C'est ainsi que les valeurs de l'exercice précédent n'ont pu être atteintes ni au niveau du volume des ventes ni à celui du chiffre d'affaires. Par ailleurs, le renchérissement massif de la viande porcine comme matière première a renforcé la pression sur les marges. Les activités liées aux marques donnent confiance dans la mesure où les différents concepts évoluent favorablement et enregistrent de nouveaux progrès sur le plan de la pénétration du marché.

En 2016, **Bell International** a connu une forte croissance, en particulier grâce à l'intégration du spécialiste de la volaille Hubers. La division volaille ainsi que les activités en Pologne et en Hongrie ont affiché une évolution positive. En France et en République tchèque en revanche, le renchérissement massif des matières premières a de nouveau partiellement anéanti les progrès opérationnels qui avaient pu être atteints.

Au cours de l'exercice, la contribution du **groupe Hilcona** au résultat global du groupe a enregistré une nette croissance grâce à la consolidation sur toute l'année (année précédente : 8 mois), à la croissance organique et aux acquisitions. En outre, des mesures de gains d'efficacité couronnées de succès et des innovations ont également contribué à l'amélioration du résultat de Hilcona (Convenience frais). Eisberg/Gastro Star (salades Convenience) peut également s'enorgueillir d'un exercice réussi et a enregistré une nouvelle croissance sur tous les marchés pertinents. L'évolution positive des affaires est dû notamment à une forte capacité d'innovation.

Performance à nouveau bonne de l'action Bell

À fin 2016, le cours de l'action Bell était à CHF 438.75. Avec une augmentation du cours de 29,4 %, le titre a donc à nouveau très bien évolué et connu une clôture nettement supérieure à la moyenne du marché. En raison des conditions de marché de plus en plus exigeantes ainsi que des projets d'investissement prévus, le conseil d'administration propose à l'assemblée générale le versement d'un dividende inchangé de 7 francs suisses par action.

Investissements stratégiques pour poursuivre la croissance

Ces dernières années, le groupe Bell est passé d'une entreprise suisse traditionnelle du secteur de la transformation de viande à l'un des leaders européens des secteurs de la viande et du Convenience. Une nouvelle stratégie de marque a été développée dans ce sens. Elle prévoit notamment de regrouper au sein de Bell Food Group le secteur d'activité traditionnel de la viande, volaille, charcuterie et Seafood ainsi que les secteurs plus récents Convenience frais et salades préparées.

Outre les acquisitions des dernières années, la performance opérationnelle est renforcée de manière ciblée par des investissements dans les sites de production. Conformément aux mesures définies pour le programme d'investissements destiné aux sites de production en Suisse, les premiers projets pour les sites de Bâle et d'Oensingen ont été concrétisés. Les premiers projets de construction et transformation devraient être mis en œuvre en 2017.

Perspectives

Bell pense que les conditions-cadres resteront exigeantes pendant l'année en cours, notamment à cause de la volatilité des prix des matières premières et de la pression constante

du marché. L'intégration fluide des entreprises acquises, la mise en œuvre du programme d'investissement en Suisse et les progrès opérationnels dans tous les secteurs sont au cœur des activités de l'entreprise.

À propos de Bell

Bell Food Group compte parmi les principaux transformateurs européens de viande et de produits Convenience. L'offre comprend la viande, la volaille, la charcuterie, le Seafood ainsi que les gammes Convenience et salades préparées. Les marques Bell, Hilcona et Eisberg permettent au groupe de répondre à des attentes diversifiées. Les clients représentent notamment le commerce de détail, le Food Service ainsi que l'industrie alimentaire. Un effectif d'env. 10'000 personnes a réalisé le chiffre d'affaires de CHF 3,4 milliards.

L'entreprise est cotée à la Bourse suisse.