

## Communiqué de presse

Bâle, le 13 Février 2018

Publicité ad hoc

### **Bell Food Group poursuit sa croissance stratégique**

**Au cours de l'exercice 2017, Bell Food Group a poursuivi avec rigueur les orientations stratégiques tracées et concrétisé une nouvelle croissance. Les produits des ventes de marchandises ont augmenté de 5,9 % à CHF 3,6 milliards tandis que le volume des ventes était en hausse de 9,6 % à 453,8 millions de kilos. Le bénéfice de l'entreprise a progressé de 5,9 % à CHF 106,5 millions. Le rachat complet de Hilcona et de Eisberg ainsi que le lancement du chantier d'une nouvelle usine à Marchtrenk en Autriche pour le segment du Convenience consolident encore ce secteur d'activité.**

Au cours de l'exercice sous revue, le chiffre d'affaires des marchandises de Bell Food Group a pu être augmenté de CHF 3,4 à CHF 3,6 milliards (+5,9 %). Les ventes ont augmenté de 9,6 % ou 39,6 millions de kilos, passant à 453,8 millions de kilos. En plus des acquisitions de ces dernières années, des progrès opérationnels obtenus en Suisse, en Allemagne et en Pologne ont également contribué à cette croissance. Alors que le renchérissement des matières premières a laissé des traces dans les divisions Bell Allemagne et Bell International, les domaines d'activité Hilcona et Eisberg ont pu maintenir les marges brutes au niveau de l'exercice précédent grâce à une concentration sur des assortiments plus rentables. A raison de CHF 149,7 millions, l'EBIT était en hausse de 5,3 % par rapport à l'exercice précédent. Le bénéfice de l'exercice a augmenté de 5,9 % ou de CHF 5,9 millions à CHF 106,5 millions.

#### **Le renchérissement des matières premières et des marchés compétitifs influencent le résultat dans les segments**

En 2017, la division **Bell Suisse** était confrontée à un marché stagnant, voire en recul, pour la viande et la charcuterie. Cette situation s'explique notamment par un tourisme d'achat toujours très important et une concurrence croissante dans le commerce de détail. Les activités des fêtes de Pâques et de Noël n'ont pas atteint les prévisions, alors que le déroulement de la saison des grillades était réjouissant. Dans ce contexte, Bell Suisse a réussi à augmenter ses parts de marché ainsi que les volumes des ventes et les chiffres d'affaires par rapport à l'exercice précédent.

Dans la division **Bell Allemagne**, le fort renchérissement des matières premières a comprimé les marges brutes. Grâce à des mesures promotionnelles couronnées de succès, Bell Allemagne a pu enregistrer une croissance plus que proportionnelle sur le marché de la charcuterie en légère progression et gagner des parts de marché dans tous les segments de produits. L'exercice 2017 s'est déroulé de manière réjouissante pour la division Bell Allemagne et l'unité d'organisation en Espagne qui lui est rattachée. Les ventes de spécialités de charcuterie espagnole ont augmenté tant en Allemagne que dans les autres pays d'Europe.

La division **Bell International** a quant à elle une fois de plus enregistré une croissance en 2017. Celle-ci est principalement à rapporter à la bonne performance du spécialiste de la volaille Huber en

Autriche et en Allemagne ainsi qu'à une hausse réjouissante des quantités écoulées en Pologne et en Hongrie. En France, l'environnement de marché compétitif a comprimé le segment en stagnation de la charcuterie, tandis que les prix élevés des matières premières ont pesé sur le résultat. Les effets négatifs n'ont pu être que partiellement résorbés par les progrès obtenus sur les plans de la productivité et de la gestion des coûts. Le réseau de succursales en République tchèque a été vendu pour fin mars 2017.

### **Augmentation du dividende**

Compte tenu des perspectives d'avenir intactes, une augmentation du dividende de CHF 7.– à CHF 8.– par action sera proposée à l'assemblée générale. Par cette adaptation du dividende, Bell Food Group augmente le taux de distribution aux 30 % visés dans la stratégie financière.

### **Investissements dans le segment du Convenience et la modernisation des infrastructures**

Au cours de l'exercice considéré, le développement stratégique du secteur d'activité du Convenience s'est poursuivi par le rachat complet de Hilcona et Eisberg et l'acquisition de l'entreprise Frostag Food-Centrum AG, spécialisée dans les pâtes et les produits végétariens. En Autriche, Bell Food Group a par ailleurs pu lancer la construction d'une usine destinée aux produits prêts à consommer frais à Marchtrenk dans les environs de Linz, dont la mise en service est prévue pour fin 2018. Un nouveau site de production pour les jambons Serrano est actuellement en cours de construction à Fuensalida non loin de Madrid. En avril 2017, Bell Food Group a par ailleurs racheté les installations de production d'une entreprise spécialisée dans le Jamón Ibérico et la charcuterie espagnole en Estrémadure.

### **Reprise de la société Hügli Holding AG**

Le 15 janvier 2018, Bell Food Group a annoncé la reprise de la société Dr. A. Stoffel Holding AG, l'actionnaire majoritaire de Hügli Holding AG, producteur alimentaire actif à l'international. Avec la décision d'autorisation de la Commission européenne, la condition suspensive de ce contrat d'achat est remplie. L'exécution du contrat d'achat est prévue pour le 21 février 2018. En même temps, Bell Food Group fait une offre publique d'achat pour le reste des actions de Hügli Holding AG encore en circulation, au prix de CHF 915.– par action. Comme prévu, le prospectus d'offre correspondant sera publié le 26 février 2018. Hügli, Hilcona et Eisberg formeront le nouveau domaine d'activité Convenience. La reprise de Hügli, le virement de la deuxième tranche des parts minoritaires de Hilcona, le programme d'investissement annoncé pour les sites de production suisses ainsi que la croissance supplémentaire dans la gamme Convenience sont financés par une combinaison de fonds propres et de capitaux étrangers. Les emprunts de CHF 350 millions lancés en janvier 2018 ont été très bien accueillis par le marché.

### **Perspectives**

Pour 2018, Bell Food Group s'attend à ce que la détente intervenue au second semestre 2017 au niveau des prix des matières premières se poursuive avec des répercussions positives sur les marges. L'intense concurrence sur les marchés européens du commerce de détail confrontera cette année encore l'entreprise à des défis. L'acquisition de Hügli et la reprise complète de Hilcona, spécialiste du Convenience frais, marque pour Bell Food Group la poursuite déterminée de sa stratégie de croissance dans le segment du Convenience, particulièrement attrayant au niveau du chiffre d'affaires et du rendement.

<b>Chiffres clés Bell Food Group</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>+/-</b>
Chiffre d'affaires des marchandises en millions de CHF	3589,0	3390,2	+5,9 %
Produits des ventes de marchandises en millions de CHF	3537,3	3345,9	+5,7 %
Volumes des ventes en millions de kg	453,8	414,3	+9,6 %
EBITDA en millions de CHF en % du produit net	280,6 7,9 %	278,0 8,3 %	+0,9 %
EBIT en millions de CHF en % du produit net	149,7 4,2 %	142,1 4,2 %	+5,3 %
Bénéfice de l'exercice en millions de CHF en % du produit net	106,5 3,0 %	100,6 3,0 %	+5,9 %
Effectif du personnel (en emplois à plein temps)	10 578	10 433	+1,4 %

### *Segments*

#### Chiffre d'affaires des marchandises en millions de CHF

- Bell Suisse*	1'960,5	1'907,2	+2,8 %
- Bell Allemagne*	477,2	446,2	+6,9 %
- Bell International*	610,4	524,6	+16,4 %
- Hilcona/Eisberg*	618,5	577,0	+7,2 %
- Consolidation	-78	-65	

\*y c. chiffre d'affaires avec d'autres divisions

#### Volumes des ventes en millions de kg

- Bell Suisse*	125,5	124,1	+1,2 %
- Bell Allemagne*	72,4	67,8	+6,8 %
- Bell International*	159,3	131,5	+21,1 %
- Hilcona/Eisberg*	107,9	100,3	+7,6 %
- Consolidation	-11,3	-9,4	

\*y c. ventes avec d'autres divisions

### **A propos de Bell Food Group**

Bell Food Group compte parmi les principaux transformateurs européens de viande et de produits Convenience. L'offre comprend de la viande, de la volaille, de la charcuterie, des produits des gammes Seafood et Convenience ainsi que des salades précoupées. 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 de plus de 10 000 personnes a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 3,6 milliards. Bell Food Group est coté à la Bourse suisse.