



# communiqué de presse

Suresnes, le 1er août 2016

## Fromageries Bel Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2016

- Baisse du chiffre d'affaires en Europe au premier semestre
- Une activité ralentie dans les zones fragilisées par les conflits
- Un résultat opérationnel porté par le prix des matières premières

### Chiffres clés

<i>(en millions d'euros)</i>	1 <sup>er</sup> semestre 2016	1 <sup>er</sup> semestre 2015	Variation %
Chiffre d'affaires	1 449	1 449	0,0 %
Résultat opérationnel	166	141	17,8 %
Résultat net part du Groupe	111	93	19,1 %

Le chiffre d'affaires du Groupe, à 1 449 millions d'euros pour le premier semestre 2016 s'inscrit en décroissance organique de -1,5 % par rapport au premier semestre de 2015. L'effet de périmètre s'établit à + 3,0 % et l'effet de change est défavorable pour - 1,5 %.

Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre est négativement impacté par les effets de change dans toutes les zones, par une activité moins dynamique qu'au premier trimestre, et par la baisse des prix de l'ensemble des produits, en particulier en Europe.

Les chiffres d'affaires du deuxième trimestre et de l'ensemble du premier semestre ont évolué comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	Deuxième trimestre			Premier semestre		
	2016 3 mois	2015 3 mois	Variation en %	2016 6 mois	2015 6 mois	Variation en %
Europe	384	403	-4,8 %	764	796	-4,0 %
Moyen Orient-Grande Afrique	203	202	0,6 %	426	407	4,6 %
Amériques, Asie-Pacifique	131	130	0,4 %	259	246	5,3 %
<b>Total Groupe</b>	<b>718</b>	<b>735</b>	<b>-2,4 %</b>	<b>1 449</b>	<b>1 449</b>	<b>0,0 %</b>

En Europe, le chiffre d'affaires a été affecté par la baisse des prix, plus marquée sur le second trimestre, et un effet de change négatif. Les prix des produits industriels, qui suivent les cotations des matières premières, sont toujours sur des niveaux historiquement bas. Les marques coeur ont globalement continué à développer leur part de marché, particulièrement Mini Babybel.

Le chiffre d'affaires de la zone Moyen Orient - Grande Afrique est affecté au second trimestre par une activité plus faible dans les territoires touchés par les conflits (Irak, Libye, Syrie, Yémen). En revanche, dans les autres marchés de la zone, la dynamique de croissance des volumes a été soutenue. Hors effet de périmètre et de change, le chiffre d'affaires du premier semestre 2016 s'inscrit à - 2,5 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Le développement des volumes vendus de la zone Amériques, Asie-Pacifique a été dynamique sur l'ensemble du semestre, grâce à l'élargissement de l'offre produits et à des actions publi-promotionnelles soutenues.

Le résultat opérationnel du Groupe est porté au premier semestre par le prix des matières premières laitières, ce qui permet de soutenir l'activité des zones en développement par des investissements marketing ciblés.

Après prise en compte du résultat financier et des charges d'impôt, le résultat net du premier semestre s'élève à 111 millions d'euros pour la part Groupe, contre 93 millions d'euros au 30 juin 2015.

La situation financière du Groupe reste solide, avec une trésorerie nette positive de + 19 millions d'euros au 30 juin 2016, situation similaire à celle du 31 décembre 2015 qui s'inscrivait à + 21 millions d'euros.

## Perspectives 2016

Le Groupe restera confronté à un environnement économique difficile, en particulier en Europe, et au contexte géopolitique très incertain des marchés de la zone Moyen-Orient-Grande Afrique.

Les fortes perturbations des marchés financiers mondiaux, qui induisent une très forte volatilité des devises, et la reprise des niveaux de cotation des matières premières mondiales affectent également la visibilité du Groupe sur les résultats hors zone Euro.

Pour accompagner son développement dans l'univers du snacking sain, le Groupe annonce la signature avec LBO France d'un accord de négociation, comportant une période d'exclusivité, en vue d'une prise de participation majoritaire dans le groupe MOM, actif notamment dans la fabrication et la vente de gourdes de fruits, avec ses marques Pom'Potes, Materne, Mont Blanc et GoGosqueeZ. L'acquisition serait financée sur les ressources financières de Bel et par une levée complémentaire de dette, sans remettre en cause la solidité financière du Groupe. La réalisation de l'opération est prévue avant la fin de l'année, après la levée des conditions suspensives. Ce projet de prise de participation fait l'objet d'un communiqué de presse séparé.

*Ce communiqué peut contenir des informations de nature prévisionnelle. Ces informations constituent soit des tendances, soit des objectifs, et ne sauraient être regardées comme des prévisions de résultat ou de tout autre indicateur de performance. Ces informations sont soumises par nature à des risques et incertitudes, qui peuvent dans certains cas être hors de contrôle de la Société. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Document de référence de la Société, disponible sur son site internet ([www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com)). Des informations plus complètes sur le groupe Bel peuvent être obtenues sur son site internet ([www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com)), rubrique « Information réglementée ».*

## contacts presse

### Agence Burson Marsteller i&e

Bénédicte Pouilly  
[benedicte.pouilly@bm.com](mailto:benedicte.pouilly@bm.com)

Tel : 33 (0)1 56 03 13 32

## le Groupe Bel

Le groupe Bel est un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque.

Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® ou Boursin®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2015 un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros.

Près de 12 000 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe.

Ses produits sont élaborés dans 30 sites de production et distribués dans près de 130 pays.

[www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com)