



communiqué de presse

Paris, le 28 août 2009

FROMAGERIES BEL

Résultats du 1^{er} semestre 2009

- Restauration partielle des marges grâce au dynamisme des ventes des marchés internationaux

Chiffres clés

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008	Variation
Chiffre d'affaires	1081,5	1062,8	+ 18,7
Résultat des activités courantes	75,4	33,1	+ 42,3
Résultat opérationnel	56,3	30,4	+ 25,9
Résultat net part du Groupe	29,2	16,3	+ 12,9

Après un premier trimestre 2009 décevant, l'activité du second trimestre a connu une évolution plus favorable. Cette amélioration, qui a profité aux principaux marchés du Groupe, a permis de limiter le recul du chiffre d'affaires consolidé du premier semestre à 1,2 % à taux de change et périmètre comparables.

Si les volumes de ventes de fromages dans la zone Europe de l'Ouest – et principalement en France – souffrent des conséquences de la crise économique, ils se sont développés dans les autres zones géographiques, en particulier à l'international et aux Amériques.

Sur le semestre, l'impact des acquisitions, principalement des entités tchèques acquises au 1^{er} Juillet 2008, est de 17,4 millions d'euros (soit 1,7 %), et l'impact du change est légèrement positif (+ 1,3 % ou 13,6 millions d'euros).

La détente des prix des matières premières observée depuis le second semestre 2008 a permis de restaurer en partie les marges des produits fromagers après les fortes dégradations subies depuis le second semestre 2007. En revanche, les prix de vente des produits industriels sont restés très bas au cours du 1^{er} semestre 2009, impactant la rentabilité de cette activité induite. En conséquence, le résultat des activités courantes, certes en progression par rapport au premier semestre 2008, n'a pas retrouvé les niveaux de

marge du premier semestre 2007 (7,0 % au premier semestre 2009 contre 8,2 % au premier semestre 2007).

L'intensité de la crise économique touchant certains pays émergents a par ailleurs conduit le Groupe à déprécier des actifs incorporels pour un total de 15 millions d'euros au cours du semestre. Ces éléments justifient l'essentiel du passage entre le résultat des activités courantes et le résultat opérationnel.

En conséquence, le résultat opérationnel du Groupe, à 56,3 millions d'euros, bien qu'en progression par rapport à celui du premier semestre 2008, reste en retrait par rapport aux performances réalisées au premier semestre 2007 (72,6 millions d'euros).

Après une charge d'intérêts de 11,9 millions d'euros (contre 16,0 millions d'euros au premier semestre 2008), et une charge d'impôts de 13 millions, le résultat net part du groupe consolidé s'élève à 29,2 millions d'euros.

L'endettement financier net, à 449,7 millions d'euros, a diminué de 33 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2008 et représente 53 % des capitaux propres consolidés du Groupe.

La hausse de la marge brute d'autofinancement de 54 millions d'euros par rapport au premier semestre 2008, et l'adaptation du programme d'investissements au nouveau contexte économique, ont contribué à ce désendettement.

Perspectives

Sur le second semestre de l'exercice 2009, dans un contexte économique encore incertain, le Groupe espère poursuivre le développement de ses activités, en particulier à l'international. Les mesures engagées pour préserver la situation financière du Groupe à moyen et long terme seront renforcées.

Les principaux risques et incertitudes auxquels le Groupe sera plus particulièrement exposé durant le second semestre concernent les évolutions de la demande consommateur, des prix des matières premières et des prix de vente des produits industriels, des laits d'excédent et du lactosérum en particulier.

contacts presse

Hill & Knowlton

Aline Piner
Aline.piner@hillandknowlton.com
Tél.: + 33 1 41 05 44 22

Corinne Got-Camard
Corinne.got@hillandknowlton.com
Tél.: + 33 1 41 05 44 60

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 2008 un chiffre d'affaires de 2,2 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 27 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

<http://www.groupe-bel.com>