



communiqué de presse

Suresnes, le 01 août 2016

Le Groupe Bel et les managers de MOM annoncent être entrés en négociation exclusive avec LBO France pour l'acquisition du Groupe MOM, le management restant actionnaire aux cotés de Bel

L'opération vise à créer un acteur mondial majeur du snacking sain

Le Groupe Bel et l'équipe de direction du Groupe MOM ont signé le 29 juillet 2016 un accord de négociation exclusive avec LBO France portant sur un projet d'acquisition par le Groupe Bel d'une participation majoritaire dans le capital du Groupe MOM, l'équipe de direction actuelle demeurant actionnaire.

Avec ses marques La Vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® et Boursin®, Bel est leader mondial du fromage en portion, apportant aux consommateurs des produits synonymes de qualité, de praticité et de plaisir sain. Depuis plus de 150 ans, le Groupe Bel s'est appuyé sur ses savoir-faire industriels, son audace marketing et sa gamme de produits uniques pour se développer à l'international et commercialiser ses marques dans près de 130 pays.

Le Groupe MOM, majoritairement détenu par LBO France depuis 2010, a connu une expansion inégalée de son activité en France et aux Etats-Unis. Tout en s'appuyant sur ses marques historiques Materne® et Mont Blanc® commercialisées en France, le Groupe MOM a créé la catégorie de la compote en gourde et construit des positions de leadership fort avec ses marques Pom'Potes® et GoGosqueeZ®. Le Groupe MOM a doublé de taille au cours des 5 dernières années, pour atteindre un chiffre d'affaires de 362 millions d'euros en 2015. Il emploie 1 300 personnes et possède 4 usines de production (2 en France et 2 aux Etats-Unis). Son ambition est de s'appuyer sur son savoir-faire industriel et sa capacité d'innovation pour bâtir avec ses marques un leadership international.

Ce projet permettrait à Bel et MOM de constituer ensemble un acteur mondial majeur du snacking sain, fondé sur des marques fortes et innovantes ainsi qu'une très forte complémentarité des gammes de produits et des géographies.

Ce projet sera soumis à la consultation des instances représentatives du personnel de chaque groupe et à l'obtention des autorisations par les autorités de la concurrence compétentes ainsi que d'autres conditions suspensives usuelles, en vue d'une finalisation avant la fin de l'année 2016. L'acquisition serait financée sur les ressources financières de Bel et par une levée complémentaire de dette et ne remettrait pas en cause la solidité financière de Bel.

Antoine Fiévet, Président Directeur Général des Fromageries Bel : « Ce projet, aux côtés des dirigeants du Groupe MOM, représente pour Bel une opportunité historique d'accélérer la construction d'un acteur majeur du snacking sain en portion, en cohérence avec les ambitions stratégiques du Groupe. La parfaite complémentarité des gammes de produits répond de façon idéale aux attentes grandissantes des consommateurs et aux enjeux de nutrition dans de très nombreux pays. La focalisation des équipes sur un nombre limité de marques fortes à potentiel international, l'expertise industrielle et la capacité d'innovation de Bel et de MOM représentent une base extraordinaire de croissance ».

Michel Larroche, Président du Groupe MOM : « Pour MOM, ce projet d'association avec Bel constitue une opportunité unique d'accélérer la croissance de nos marques de snacking sain, fruitier et laitier, en s'appuyant sur le rayonnement international exceptionnel du Groupe Bel. Notre association avec Bel contribuera à créer un groupe français de snacking sain au positionnement unique, s'appuyant sur des marques de rayonnement international. Je remercie et félicite LBO France ainsi que l'ensemble des collaborateurs du groupe MOM qui ont contribué à doubler la taille du groupe au cours des 5 dernières années et à construire des marques fortes, notamment en France et aux Etats-Unis. Je me réjouis d'avoir l'opportunité d'accélérer encore ce projet de croissance en partenariat avec les équipes de Bel ».

Robert Daussun, Président de LBO France : « C'est un sans-faute financier, stratégique et économique. Le leader français d'il y a cinq ans est devenu un acteur international et il peut aujourd'hui avoir légitimement l'ambition de devenir un leader mondial. Nous avons su donner à MOM les moyens de son développement aux Etats-Unis et le choix que nous faisons aujourd'hui de l'adosser à un acteur mondial de l'industrie fromagère est une étape stratégique décisive : MOM aura les moyens humains et les relais locaux nécessaires pour accélérer sa croissance et le nouveau groupe devient le fleuron français de l'industrie mondiale du snacking ».

Le Groupe Bel a été conseillé par Messier Maris & Associés (M&A) et Cleary Gottlieb (juridique).

MOM et son management ont été conseillés par Sycomore Corporate Finance (M&A) et Opleo Avocats (juridique).

LBO France a été conseillé par Mayer Brown (juridique).

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). Des informations plus complètes sur le groupe Bel peuvent être obtenues sur son site internet (www.groupe-bel.com), rubrique « Information réglementée ».

contacts presse

Agence Burson Marsteller i&e

Bénédicte Pouilly
benedicte.pouilly@bm.com

Tel : 33 (0)1 56 03 13 32

Contacts presse LBO France Citigate Dewe Rogerson

Aliénor Miens
Tel : +33 (0)1 53 32 84 77
Mob : +33 (0)6 64 32 81 75
alienor.miens@citigate.fr

Daiana Hirte
Tel : +33 (0)1 53 32 78 90
Mob : +33 (0)7 60 90 89 12
daiana.hirte@citigate.fr

le Groupe Bel

Le groupe Bel est un groupe familial international piloté par la cinquième génération de dirigeants familiaux.

Le Groupe est un leader mondial du fromage en portion.

Sa croissance repose notamment sur la puissance de ses marques cœur La vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® et Boursin®, leaders sur leur marchés, et la répartition géographique de ses activités.

Avec un portefeuille de plus de 25 marques internationales et locales commercialisées dans près de 130 pays, le Groupe a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros.

L'engagement de près de 12 000 collaborateurs répartis dans une trentaine de pays d'implantation et 30 sites de production dans le monde contribue à la stratégie de croissance du Groupe.

www.groupe-bel.com

