



# Communiqué de presse

Suresnes, le 27 juillet 2023 – 18h00

## Bel Information financière du 1<sup>er</sup> semestre 2023 Chiffre d'affaires et résultats

### Performance solide dans un contexte inflationniste persistant

- **Chiffre d'affaires semestriel à 1,8 Md€, en croissance organique de + 9,1 %<sup>1</sup> et en progression de +6,3 % en données publiées :**
  - Solide croissance de l'activité fruit<sup>2</sup> sur l'ensemble des géographies.
  - Accélération de la croissance en Chine et tendance positive en Amérique du Nord.
  - Bonne performance des marques cœur fromagères, notamment Kiri® et Boursin®.
  - Bonne dynamique des canaux de distribution e-commerce et Out of Home (OOH).
- **Une performance financière semestrielle positive, grâce à une gestion responsable de la revalorisation des prix et aux efforts de productivité pour compenser l'inflation :**
  - Résultat opérationnel à 108 M€, en progression de +57,1 %.
  - Résultat net part du Groupe à 55 M€ contre 34 M€ au premier semestre 2022.
- **Poursuite de l'approche pionnière d'innovation et des engagements RSE :**
  - Investissement dans la start-up de biotechnologie Climax Foods Inc pour créer des alternatives végétales, grâce à l'intelligence artificielle.
  - Signature d'un accord commercial inédit avec le groupe Carrefour au service de la transition alimentaire et climatique.
  - Lancement d'une alliance multi-acteurs en faveur du développement de l'agriculture régénératrice, à l'initiative de Bel.

Les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis au million le plus proche. Les ratios et écarts sont calculés à partir des montants sous-jacents et non à partir des montants arrondis.

#### Chiffres clés

| millions d'euros              | 1 <sup>er</sup> semestre 2023 | 1 <sup>er</sup> semestre 2022 | Variation en données publiées | Variation à périmètre comparable <sup>3</sup> | % Organique |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------|-------------|
| Chiffre d'affaires            | 1 790                         | 1 683                         | 6,3 %                         | 7,7 %                                         | 9,1 %       |
| Résultat opérationnel courant | 115                           | 79                            | 45,0 %                        | 34,6 %                                        |             |
| Marge opérationnelle courante | 6,4%                          | 4,7%                          | 170 pbs                       | 130 bps                                       |             |
| Résultat opérationnel         | 108                           | 69                            | 57,1 %                        | 32,3 %                                        |             |
| Résultat financier            | -21                           | -14                           | (7) M€                        |                                               |             |
| Résultat net part du Groupe   | 55                            | 34                            | 21 M€                         |                                               |             |

<sup>1</sup> Donnée retraitée des effets de change, variations de périmètre et hyperinflation en Iran et Turquie. L'effet de périmètre concerne d'une part la cession de la participation dans la société marocaine Safilait au groupe Polmlek et d'autre part la prise de participation dans la société Shandong Junjun Cheese.

<sup>2</sup> L'activité fruit du groupe comprend les résultats des marques Pom'Potes®, GoGo squeeZ® Maternelle, Mont-Blanc.

<sup>3</sup> Données retraitées des impacts estimés de variation de périmètre (notamment la cession de la participation dans la société marocaine Safilait au groupe Polmlek en décembre 2022 et la prise de participation dans la société Shandong Junjun Cheese en août 2022).



# Communiqué de presse

**Cécile Béliot, Directrice Générale du groupe Bel**, a déclaré : « *Bel a réalisé au 1<sup>er</sup> semestre une solide croissance organique portée par le dynamisme de l'activité fruit, la poursuite du très bon développement des nouveaux territoires, particulièrement en Chine et la solide performance des marques cœur, notamment sur les marchés Amérique du Nord et Moyen-Orient. En Europe et en Afrique du Nord, les performances en volume sont en recul du fait d'une inflation, qui s'est intensifiée et qui impacte le pouvoir d'achat de nos consommateurs. Au second semestre, notre priorité sera de continuer à investir dans nos marques pour soutenir leur développement, tout en retrouvant un niveau de marge équivalent à celui d'avant crise. Bel est bien placé pour faire face aux impacts potentiels de l'environnement en constante évolution, grâce à son modèle d'entreprise unique alliant responsabilité et rentabilité.* »

## **Une performance financière marquée par une forte croissance organique et un redressement des marges**

### **Chiffre d'affaires**

Au premier semestre 2023, le groupe Bel a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 1 790 millions d'euros, soit une croissance organique de +9,1 % comparé au premier semestre 2022. En données publiées, la croissance s'établit à +6,3 %, traduisant d'une part un effet périmètre négatif de -1,4 %, correspondant à la cession de la participation de Bel dans la société marocaine Safilait, partiellement compensée par sa prise de participation majoritaire dans la société chinoise Shandong Junjun Cheese, et d'autre part, un effet de change légèrement défavorable de -1,4 %.

La croissance du chiffre d'affaires s'explique principalement par la très bonne performance de l'activité fruit, la forte trajectoire de croissance à deux chiffres en Chine et la performance solide des marques cœur, notamment de Kiri® et Boursin®. Sur le pilier végétal, Boursin® plant-based poursuit sa très bonne dynamique en Amérique du Nord. Dans un contexte d'inflation généralisée persistante, le Groupe enregistre un retrait de ses volumes de vente dans certaines zones géographiques, compensé par une gestion responsable des revalorisations de prix de ses produits. Enfin, les canaux de distribution, e-commerce et Out of Home (OOH), maintiennent leur orientation positive dans la quasi-totalité des zones géographiques, avec des croissances à deux chiffres.

L'analyse par segment est la suivante :

| millions d'euros      | Premier semestre |              |                |                             |
|-----------------------|------------------|--------------|----------------|-----------------------------|
|                       | 2023             | 2022         | Variation en % | Dont croissance organique** |
| Marchés matures       | 1 253            | 1 246        | 0,5 %          | 6,3 %                       |
| Nouveaux territoires* | 537              | 436          | 23,0 %         | 16,9 %                      |
| <b>Total</b>          | <b>1 790</b>     | <b>1 683</b> | <b>6,3 %</b>   | <b>9,1 %</b>                |

\* Comprenant les activités de MOM (Mont-Blanc, Mateme), les marchés d'Afrique Sub-saharienne et la Chine.

\*\* Incluant le retraitement de l'environnement d'hyperinflation en Iran et en Turquie.

### **Marchés matures**

Dans un contexte général de sensibilité accrue des consommateurs aux prix, les marchés matures font preuve de résilience et affichent une croissance organique positive de + 6,3 %.

L'activité en Amérique du Nord est globalement positive grâce à la solide dynamique de Boursin® dans l'ensemble de la zone géographique. Le Canada signe une très bonne performance, marquée par la bonne performance de Babybel® et la confirmation du succès de la version végétale de Boursin®.

L'activité en Europe a été marquée par la bonne performance de Babybel® au Royaume-Uni et a été soutenue par les revalorisations de prix, qui compensent une baisse de la consommation en volume, du fait de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs.



# Communiqué de presse

La situation dans les pays du Proche et du Moyen Orient est en nette amélioration en organique par rapport à l'année précédente, aussi bien en parts de marché qu'en volumes. La décroissance de la zone Moyen Orient, Grande Afrique en données publiées correspond à la cession de la participation de Bel dans la société marocaine Safilait.

## Nouveaux territoires\*

Les Nouveaux territoires poursuivent leur solide trajectoire de croissance et affichent une croissance organique positive de + 16,9 %. Cette performance est soutenue par la bonne performance de l'activité fruit<sup>4</sup>, très dynamique dans l'ensemble des géographies. La Chine connaît une très forte accélération de son chiffre d'affaires pour la quatrième année consécutive, soutenue par la performance de la marque Kiri®.

\* Comprenant les marchés d'Afrique Sub-saharienne, la Chine et les activités de MOM (Mont-Blanc, Materne)

## Chiffre d'affaires par zones géographiques

| millions d'euros             | Premier semestre |              |                |                            |
|------------------------------|------------------|--------------|----------------|----------------------------|
|                              | 2023             | 2022         | Variation en % | Dont croissance organique* |
| Europe                       | 791              | 739          | 7,0 %          | 7,3 %                      |
| Moyen Orient, Grande Afrique | 305              | 339          | (10,0) %       | 10,3 %                     |
| Amériques, Asie              | 694              | 605          | 14,6 %         | 10,7 %                     |
| <b>Total</b>                 | <b>1 790</b>     | <b>1 683</b> | <b>6,3 %</b>   | <b>9,1 %</b>               |

\* Incluant le retraitement de l'environnement d'hyperinflation en Iran et en Turquie.

## Résultat

Le résultat opérationnel du Groupe atteint 108 millions d'euros pour le premier semestre 2023, en progression de +57,1 % par rapport à celui du premier semestre 2022.

Le résultat opérationnel par segment est le suivant :

| millions d'euros      | 1er semestre<br>2023 | 1er semestre<br>2022 | Variation<br>en % |
|-----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| Marchés matures       | 40                   | 19                   | 106,5 %           |
| Nouveaux territoires* | 68                   | 49                   | 37,6 %            |
| <b>Total</b>          | <b>108</b>           | <b>69</b>            | <b>57,1 %</b>     |

\* Comprenant les marchés d'Afrique Sub-saharienne, la Chine et les activités de MOM (Mont-Blanc, Materne).

Au premier semestre 2023, le résultat opérationnel du Groupe progresse de 39 millions d'euros, malgré une inflation qui s'est encore fortement accrue notamment sur l'énergie et les salaires, en raison de la politique responsable des revalorisations tarifaires, de l'accélération des efforts de productivité, ainsi que d'un effet de base favorable par rapport au premier semestre 2022, qui avait été négativement impacté par l'effet de décalage dans le temps entre les surcoûts engendrés par les pressions inflationnistes sur les postes d'achats du Groupe et la répercussion de ces surcoûts sur les prix de vente.

Après prise en compte du résultat financier et des charges d'impôt, le résultat net part du Groupe du premier semestre 2023 s'élève à 55 millions d'euros, contre 34 millions d'euros au 30 juin 2022.

<sup>4</sup> L'activité fruit du groupe comprend les résultats des marques Pom'Potes®, GoGo squeeZ® Materne, Mont-Blanc.



# Communiqué de presse

## Situation financière

La situation financière du groupe Bel demeure solide, avec une dette financière nette de 917 millions d'euros au 30 juin 2023 contre 778 millions d'euros au 31 décembre 2022. Cette évolution s'explique principalement par un effet de saisonnalité sur le besoin en fonds de roulement. Les capitaux propres du Groupe s'élèvent maintenant à 1 571 millions d'euros, contre 1 592 millions d'euros au 31 décembre 2022.

Le Groupe dispose toujours d'une forte liquidité. Au 30 juin 2023, les excédents de trésorerie et équivalents de trésorerie s'élèvent à 427 millions d'euros et les lignes de crédit non tirées sont de 550 millions d'euros avec des maturités 2027.

## Poursuite des efforts en matière de responsabilité environnementale et sociétale

L'ensemble de l'action de Bel a été une nouvelle fois récompensé par une médaille de platine EcoVadis 2023 avec une note globale de 81% en progression de 2 points par rapport à l'année précédente.

En février, le groupe Bel a signé avec le groupe Carrefour un accord commercial innovant au service de la transition alimentaire et climatique, renouvelant les bases de la relation distributeur-industriel. L'ensemble des mesures prises, tout à fait inédit au sein du secteur, constitue un socle complet au service des consommateurs, respectueux de la filière laitière, et tourné vers la transition climatique limitée à 1,5 degré.

En avril, le Groupe a investi dans une start-up spécialisée en biotechnologie, Climax Foods Inc, afin de créer la nouvelle génération d'alternatives 100% végétales aux fromages de La Vache qui rit®, Kiri®, Boursin®, Babybel® et Nurishh®. A travers ce partenariat, Bel entend répondre au triple défi : d'offrir des produits durables, nutritionnellement bons et économiquement accessibles à tous.

Enfin, Bel réaffirme sa volonté de déployer sur l'ensemble de ses bassins laitiers des pratiques d'agriculture régénératrice. C'est pourquoi le groupe a annoncé en mars 2023 la création d'une alliance, avec pour objectif de rassembler à l'échelle internationale, tous les partenaires souhaitant travailler ensemble autour du développement d'une agriculture capable de régénérer les sols et de restaurer la biodiversité. En parallèle, Bel s'est aussi engagé à déployer dès 2024, la mise en œuvre d'un complément alimentaire dans l'alimentation des vaches, qui permettra de faire baisser d'1/4 les émissions de méthane, afin de contribuer à limiter le réchauffement climatique sous le seuil de +1,5°C.

## Perspectives 2023

Dans la lignée de l'exercice 2022, Bel a démontré une nouvelle fois ce semestre sa résilience en enregistrant une solide croissance organique et un redressement de ses marges, malgré des pressions inflationnistes qui se sont encore significativement aggravées.

Le Groupe renouvelle sa vigilance et sa prudence, dans un contexte géopolitique et économique particulièrement volatil, marqué notamment par une inflation généralisée élevée et une sensibilité accrue des consommateurs aux prix. Bel reste mobilisé et entend continuer à investir dans ses marques cœur pour soutenir leur développement, favoriser leur accessibilité par le plus grand nombre et accroître ses parts de marché sur ses marchés cibles prioritaires. Il pourra compter sur la confiance des consommateurs dans ses marques iconiques, la poursuite de sa trajectoire de croissance sur l'activité fruit et en Chine, ainsi que le dynamisme de son activité en Amérique du Nord, pour continuer à renforcer sa position sur ses trois territoires complémentaires, le lait, le fruit et le végétal.



# Communiqué de presse

## Définition des indicateurs financiers chez Bel :

Le Groupe utilise en interne et dans sa communication externe des indicateurs financiers non définis par les normes IFRS. La définition des indicateurs non définis par les normes IFRS est détaillée ci-après :

La **croissance organique** correspond à la croissance observée du chiffre d'affaires à l'exclusion des effets de change, de périmètre (c'est-à-dire à taux de change et périmètre constants) et d'inflation en Iran et en Turquie. L'Iran étant considéré depuis 2020 en économie d'hyperinflation et la Turquie depuis 2022, les impacts de l'inflation (basé sur l'évolution du consumer price index (CPI)) sont retraités de la croissance organique du chiffre d'affaires. Le **taux de croissance organique** est calculé en rapportant le chiffre d'affaires de la période A aux taux de change de la période A-1.

La **marge opérationnelle** correspond au résultat opérationnel.

La **dette financière nette** est définie dans la note 5.6 de l'Annexe aux comptes consolidés résumés ; elle est constituée des dettes financières à long et court termes, des passifs de droits d'usage à long et à court termes et des concours bancaires courants diminués de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

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 du groupe Bel. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Rapport Annuel du groupe Bel, 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 ».

## A propos de Bel

Bel est un acteur majeur de l'alimentation à travers des portions de bien manger laitières, fruitières ou végétales, et l'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®, Babybel®, Boursin®, Nurishh®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ®, ainsi qu'une trentaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2022 un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'euros.

10 800 collaborateurs répartis dans près d'une soixantaine de filiales dans le monde contribuent à déployer la mission du Groupe : offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous. Ses produits sont élaborés dans 29 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

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

## Contacts presse

Havas Paris – Mael Evin  
[mael.evin@havas.com](mailto:mael.evin@havas.com) - 06.44.12.14.91

Havas Paris – Louis Tilquin  
[louis.tilquin@havas.com](mailto:louis.tilquin@havas.com) - 06.02.15.67.69