



## **INFORMATION FINANCIÈRE DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2025**

### **BEL POURSUIT SA STRATÉGIE AXÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT DU SNACKING SAIN PORTÉ PAR LA CROISSANCE DE SES MARQUES CŒUR À L'INTERNATIONAL ET LA RÉSILIENCE DE SES VOLUMES**

- **Une performance financière résiliente portée par la croissance organique du chiffre d'affaires :**
  - Un chiffre d'affaires consolidé de 1,867 Md€ à fin juin 2025, en hausse de +3,2 % en organique par rapport à 2024.
  - Une croissance portée par le dynamisme des volumes dans toutes les géographies, à l'exception de la zone Moyen-Orient Grande Afrique affectée notamment par les tensions géopolitiques.
  - Un résultat opérationnel courant de 125 M€, soit 6,7 % du chiffre d'affaires.
  - Un contexte inflationniste persistant générant des surcoûts de production, combiné à des négociations commerciales longues, qui crée un effet de latence dans la répercussion de ces surcoûts auprès des distributeurs et donc des consommateurs.
  
- **Des marques cœur toujours dynamiques sur l'ensemble des géographies :**
  - Une croissance soutenue des marques cœur sur nos géographies clés (États-Unis, France, Allemagne, Grande Bretagne, Chine, Japon)
  - Forte croissance organique des marques Kiri® (+8,2 %), Mini Babybel® (+6,1 %) et Boursin® (+7,3 %)
  - Poursuite de la dynamique du snacking fruitier (+2,9 %) en France et aux États-Unis
  - La Chine enregistre une très bonne performance (+23 %), portée notamment par la marque Kiri®, qui surperforme son marché grâce à des innovations dans les produits laitiers.
  
- **Des investissements stratégiques au service de la performance future de Bel :**
  - 71 M€ d'investissements réalisés à fin juin 2025, au service de l'efficacité industrielle et de la transformation digitale.
  - Inauguration de nouvelles lignes de production The Laughing Cow aux États-Unis.
  - Poursuite des projets de transformation du Groupe grâce à des partenariats avec Dassault Systèmes et Accenture pour digitaliser la chaîne de valeur, améliorer la performance opérationnelle et soutenir l'innovation.

*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.*

Le Conseil d'administration du Groupe Bel, acteur majeur engagé dans la promotion d'une alimentation plus saine et plus durable pour tous, s'est tenu ce jour sous la présidence d'Antoine Fiévet, Président du Groupe Bel, pour arrêter les comptes consolidés du premier semestre 2025.

**Cécile Béliot, Directrice Générale du Groupe Bel, a déclaré :** « *Ce premier semestre illustre la pertinence et la robustesse de notre stratégie. Dans un contexte géopolitique instable, la résilience de nos volumes atteste de la valeur de nos marques pour les consommateurs dans le monde entier. La croissance de nos différentes zones géographiques et de nos catégories, combinée à la poursuite de notre transformation digitale, renforce notre agilité et notre efficacité opérationnelle. Nous restons déterminés à accélérer la performance du Groupe, en investissant dans nos marques, notre outil industriel et nos ambitions en matière de durabilité.* »

## Une performance résiliente dans un environnement contrasté, soutenue par la croissance du chiffre d'affaires et la transformation engagée du Groupe

### Chiffres clés

En millions d'euros	1 <sup>er</sup> semestre 2025	1 <sup>er</sup> semestre 2024	Variation en données publiées	% Organique
Chiffre d'affaires	1 867,4	1 830,0	+2,0 %	+3,2 %
Résultat opérationnel courant	125,3	155,1	-19,3 %	-
Marge opérationnelle courante	6,7%	8,5%	-180 bp	-
Résultat opérationnel	108,9	122,2	-10,9 %	-
Résultat financier	(36,0)	(18,9)	-17,1	-
Résultat net part du Groupe	45,8	51,2	-5,4	-

### Chiffre d'affaires

Au premier semestre 2025, le Groupe Bel a enregistré un chiffre d'affaires net consolidé de 1,867 milliard d'euros, en croissance organique de +3,2 % par rapport à la même période de l'année précédente.

La progression du chiffre d'affaires repose globalement sur une croissance des volumes et sur des hausses de prix mises en œuvre pour compenser l'inflation persistante des coûts de production sur plusieurs marchés. Cette dynamique permet d'absorber une légère baisse des volumes de l'activité fromagère, affectés notamment par les tensions géopolitiques au Moyen-Orient et la sensibilité accrue des consommateurs à la pression sur les prix.

La croissance du chiffre d'affaires est portée par les solides performances des marques cœur du Groupe, en particulier Kiri® (+8,2 %), Mini Babybel® (+6,1 %) et Boursin® (+7,3 %). Le Groupe enregistre également une bonne dynamique du snacking fruitier notamment via Pom'Potes® en France.

Les canaux de distribution, tels que l'e-commerce et l'Out of Home (OOH), poursuivent leur forte croissance, respectivement de 8 % et 15 %, dans la majorité des géographies, confirmant leur rôle stratégique dans la distribution des produits du portefeuille de Bel.

L'analyse par segment est la suivante :

En millions d'euros	1er semestre 2025	1er semestre 2024	Variation en %	Dont croissance organique*
Catégories Matures	1 303	1 282	+1,7 %	+3,0 %
Nouvelles Catégories*	564	548	+2,9 %	+3,8 %
<b>Total</b>	<b>1 867</b>	<b>1 830</b>	<b>+2,0 %</b>	<b>+3,2 %</b>

\* Comprenant les activités des entités ex-MOM (Materne North America, Materne Canada, Materne, Mont-Blanc), les marchés d'Afrique Sub-saharienne et la Chine.

#### Catégories matures :

Les catégories matures affichent une croissance organique de +3,0 % soutenue par les dynamiques solides des marques Kiri®, Mini Babybel® et Boursin®. La forte demande sur Mini Babybel® se poursuit, confirmant ainsi la tendance de fond d'un snacking plus sain et plus durable, plébiscité par les consommateurs.

L'Amérique du Nord bénéficie d'une forte dynamique affichant une progression de presque 6%. L'Europe reste bien orientée (+2,3 %) malgré des volumes en très légère baisse.

La région Afrique du Nord et Moyen-Orient, marquée par des incertitudes macro-économiques et géopolitiques qui pèsent sur les performances du Groupe dans la région, reste également en très légère croissance de 0,2%.

#### Nouvelles Catégories :

Les nouvelles catégories poursuivent leur croissance (+3,8 %), tirées par la bonne performance du snacking fruitier en France et aux Etats-Unis et une nette accélération en Chine, qui enregistre une très bonne performance (+23%), en particulier Kiri®, grâce à des innovations sur les produits laitiers.

#### Chiffre d'affaires par zones géographiques :

En millions d'euros	1er semestre 2025	1er semestre 2024	Variation en %	Dont croissance organique
Europe	831	808	+2,9 %	+2,7 %
Moyen Orient, Grande Afrique	293	304	-3,5 %	+0,2 %
Amériques, Asie	742	718	+3,4 %	+5,1 %
<b>Total</b>	<b>1 867</b>	<b>1 830</b>	<b>+2,0 %</b>	<b>+3,2 %</b>

### Résultat

Le résultat opérationnel courant s'établit à 125 M€ soit 6,7% du chiffre d'affaires, en retrait de 30 M€ par rapport à 2024. Dans un contexte de reprise depuis le 2<sup>nd</sup> semestre 2024 de l'inflation des matières premières et autres coûts de production, ce recul témoigne à nouveau du décalage temporaire entre l'impact des surcoûts de ces pressions inflationnistes supportées par le groupe et l'impact de la répercussion de ces surcoûts dans les prix de vente auprès des distributeurs. Ce décalage s'élève à 15m€ au 30 juin 2025. La baisse résiduelle du résultat opérationnel courant, soit 15m€, s'explique par la hausse des investissements publi-promotionnels et des frais généraux, dont 6m€ investis dans le programme d'actionnariat salarié « We Share », en lien avec le soutien aux marques et la transformation du Groupe.

Le résultat opérationnel par segment est le suivant :

En millions d'euros	1er semestre 2025	1er semestre 2024	Variation en %
Catégories matures	61	65	-5,4 %
Nouvelles catégories*	48	57	-17,1 %
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>122</b>	<b>-10,9 %</b>

\* Comprenant les activités des entités ex-MOM (Materne North America, Materne Canada, Materne, Mont-Blanc), les marchés d'Afrique Sub-saharienne et la Chine.

### Situation financière

Le Free Cash Flow (hors titrisation et effet calendaire) s'établit à -6 M€ sur la période contre 58 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2024. Cette détérioration sensible s'explique par une baisse de l'EBITDA (-38 M€) et par une hausse du besoin en fonds de roulement de 37 M€. En effet, après plusieurs semestres consécutifs d'amélioration de notre performance opérationnelle illustrée par la réduction de nos niveaux de stocks et un meilleur recouvrement de nos créances clients, ce 1<sup>er</sup> semestre 2025 est pénalisé par les impacts des réorganisations industrielles couplées aux tensions géopolitiques qui imposent de nouvelles routes logistiques.

### Perspectives 2025

Bel a démontré la solidité de sa stratégie de développement à l'international et la pertinence de son positionnement pour proposer des offres de portions plus saines et plus durables aux consommateurs, dans un environnement qui demeure marqué par des tensions géopolitiques, des hausses des matières premières et une sensibilité prix des consommateurs.

Bel poursuivra au second semestre sa stratégie d'investissement dans ses marques cœur pour soutenir leur développement, leur accessibilité et leur performance sur ses marchés stratégiques.

La mise en œuvre accélérée de sa transformation digitale, via les partenariats structurants avec Accenture et Dassault Systèmes, constitue un levier essentiel pour renforcer la compétitivité et la durabilité du modèle Bel. Le groupe continuera à renforcer sa position de référence dans le snacking sain fromager, fruitier et végétal.

### 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'hyperinflation en Iran et en Turquie. L'Iran étant considéré depuis 2021 en économie d'hyperinflation et la Turquie depuis 2022, les impacts de l'inflation (basée 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.

Le **Free cash-flow** est composé :

- (i) de la **marge brute d'autofinancement**, correspondant au résultat avant impôt retraité des éléments suivants : amortissements et provisions, amortissements sur droits d'usage, de la quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence, plus ou moins-value de cession, résultat financier, résultat financier sur droits d'usage et des autres éléments non monétaires du résultat,
- (ii) à laquelle s'ajoute la **variation des stocks, créances et dettes courants, les impôts sur le résultat payés, les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles, les cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles, les subventions d'investissement encaissées, les intérêts payés, ainsi que la quote-part de remboursement de dettes sur contrats de location-financement et les charges d'intérêts sur les droits d'usage.**

La **dette financière nette** est définie dans la note 5.4. 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 de la Société. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Document d'Enregistrement Universel 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 ».

### **À propos du Groupe Bel**

Le Groupe Bel est un acteur majeur sur le segment du snacking sain fromager, fruitier et végétal. Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La Vache qui rit®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2024 un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros.

Près de 11 000 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 30 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

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

### **Contacts presse**

**Groupe Bel**

Mélanie Rigaud

[melanie.rigaud@groupe-bel.com](mailto:melanie.rigaud@groupe-bel.com) – 06.88.42.42.59

**Havas Paris**

Mael Evin

[mael.evin@havas.com](mailto:mael.evin@havas.com) – 06.44.12.14.91

Alice Bastard

[Alice.bastard@havas.com](mailto:Alice.bastard@havas.com) – 07.72.10.95.14