



BEL CONFIRME LA FORCE DE SON MODÈLE UNIQUE ET SIGNE UNE NOUVELLE ANNÉE DE SOLIDE PERFORMANCE

- **Un modèle d'affaire qui s'appuie sur un portefeuille de marques globales, populaires et joyeuses, et sur une signature unique, celle de la mini portion de fromage, de fruit ou de légume. Un modèle qui continue de faire ses preuves :**
 - 8^{ème} trimestre consécutif de croissance des volumes de toutes nos marques cœur : Babybel®, La Vache qui rit®, Boursin®, Kiri®, Gogo squeeZ®, illustrant l'attractivité durable des portions laitières, fruitières et végétales, plus saines et accessibles à tous.
 - Une dynamique de croissance organique solide sur l'ensemble des régions, particulièrement marquée en Amérique du Nord (+4,9 %) et en Asie (+15,1 %).
 - Une croissance à deux chiffres des canaux de distribution e-commerce et Out-of-Home (OOH) pour la 5^{ème} année consécutive.
- **Une nouvelle année de performance financière robuste :**
 - Chiffre d'affaires à 3,83 Mds€, en croissance organique de +4,7 %¹, et en progression de +2,4 % en données publiées.
 - Résultat opérationnel courant à 260,2 M€, en progression de +6,7 % à taux de change constants.
 - Marge opérationnelle courante du Groupe à 6,8 %, stable par rapport à 2024.
 - Résultat net part du Groupe en net redressement à 106,8 M€ en 2025.
- **L'accélération internationale et la poursuite des investissements « Data & Tech » conformes à notre plan stratégique :**
 - Renforcement de nos investissements industriels, notamment aux États-Unis et en Asie.
 - Prise de participation minoritaire dans le groupe MBR (Garuda Food), leader du fromage en Indonésie.
 - Partenariats avec Dassault Systèmes et Accenture pour accompagner notre transformation digitale.
 - Un leadership mondial reconnu en matière de durabilité avec une notation CDP A pour le climat, A- pour la forêt et A- pour l'eau.

Cécile Béliot, Directrice Générale du Groupe Bel, a déclaré : « *En 2025, Bel a franchi une nouvelle étape dans l'accélération de sa croissance et dans le déploiement de son modèle d'affaire si unique : une mission claire, des marques populaires et joyeuses, des mini portions faites de fromage, de fruits ou de légumes pour des en-cas plus sains ou pour des recettes simples et gourmandes, un ancrage international puissant, un outil industriel des plus performants, et enfin la responsabilité environnementale et sociale au cœur de toutes nos actions. Voilà les clés de notre résilience et de notre réussite actuelle. Malgré un contexte macroéconomique et géopolitique des plus incertains, nous débutons l'année 2026 avec humilité et confiance, convaincus de la robustesse de notre modèle d'affaire sur le long terme, alliant profitabilité et responsabilité, et convaincus de la force de notre portefeuille pour rendre accessible à tous, une alimentation simple, saine et durable.* »

¹ Donnée retraitée des effets de change, variations de périmètre et hyperinflation en Iran et en Turquie.

FAITS MARQUANTS DE 2025

2025 : UNE NOUVELLE ANNÉE DE PERFORMANCE ROBUSTE

- Dans un environnement mondial marqué par des tensions géopolitiques persistantes, la recrudescence des barrières tarifaires, une évolution rapide des attentes des consommateurs et une croissance limitée des ventes alimentaires, le Groupe signe **un 8^{ème} trimestre consécutif de croissance de ses volumes grâce à ses marques iconiques et joyeuses**, un portefeuille unique de portions laitières, fruitières et végétales pour des pauses plus saines.
- Le Groupe a franchi la barre des **3,83 milliards d'euros de chiffre d'affaires** consolidé, en hausse de **+4,7 % en organique**.
- Le résultat opérationnel courant s'établit à 260,2 millions d'euros, en hausse organique de 6,7 %, soit une marge opérationnelle courante stable de 6,8 %, malgré le regain de tensions inflationnistes, l'impact des nouveaux droits de douane et la poursuite des investissements derrière les marques et la transformation du groupe. Le résultat opérationnel atteint 234,9 millions d'euros, en hausse de +32,1 %.
- La forte progression du résultat net part du Groupe s'élève à 106,8 millions d'euros contre 53,0 millions d'euros en 2024.

ACCÉLÉRATION DU MODÈLE MULTILocal POUR UNE ALIMENTATION PLUS SAIN

- Bel a poursuivi en 2025 la transformation de son modèle international en renforçant son empreinte industrielle sur ses marchés prioritaires, avec une ambition claire : produire au plus près des consommateurs, accompagner la croissance de ses marques cœur et sécuriser durablement ses capacités de production.
 - **En Amérique du Nord** : les activités de Bel ont continué à croître, soutenues notamment par les excellentes performances à deux chiffres de Babybel® et Boursin® et par le plan d'investissement mené dans les usines américaines à hauteur de 350 millions de dollars, notamment l'extension de l'usine de Brookings pour accompagner la croissance de Babybel®.
 - **En Asie** : Bel a pris une participation minoritaire de 22,5 % dans Mulia Boga Raya, le leader du fromage indonésien, pour renforcer son ancrage en Indonésie sur la proposition d'en-cas sain, engagé un investissement de 16,7 millions d'euros pour doubler la capacité de son usine au Vietnam produisant les marques Kiri® et La Vache qui rit®, et renforcé sa présence en Chine avec le lancement de la construction d'une nouvelle usine.
 - **En Europe** : Bel a investi 60 millions d'euros pour l'installation d'une nouvelle ligne de production de Babybel® à Sablé-sur-Sarthe en France et poursuivi sa trajectoire de décarbonation avec l'installation de chaudières biomasse à Ulzama (Espagne) et à Lons Le Saunier (France).
- Le succès des produits Bel illustre une ambition claire : faire du Groupe un leader des portions plus saines et accessibles du quotidien. Le format portion, de fromage, végétale ou de fruits & légumes, permet d'apporter la juste quantité de nutriments, avec des calories maîtrisées et à un prix accessible pensé pour répondre aux goûts et besoins nutritionnels locaux.

INNOVATION ET DIGITALISATION

- Porté par la dynamique de ses marques cœur, le Groupe a lancé **plus de 160 innovations produits en 2025**, confirmant sa capacité à faire évoluer ses marques historiques, tout en restant fidèle à leur ADN. Bel souhaite apporter des solutions pertinentes aux différents profils de consommateurs à la recherche d'une offre alimentaire saine sur-mesure.
 - **Des portions adaptées aux différents moments de vie et aux goûts locaux** avec Babybel® Protéines lancé en France, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis pour les

sportifs souhaitant un apport en protéines plus élevés ou encore GoGo squeeZ® Active enrichie en électrolytes disponibles aux Etats-Unis, la Vache qui rit® Harissa lancée au Maroc à l'occasion de la Coupe d'Afrique des Nations.

- Le **développement de nouvelles recettes végétales** du Boursin® en France, au Royaume-Uni et au Benelux, et du Babybel® Hellfire au Royaume-Uni.
 - **La transformation des emballages** avec le déploiement progressif du papier à la place de la cellophane pour le Babybel®, sur l'ensemble des pays et des usines de Bel.
 - **La poursuite du partenariat avec Standing Ovation**, start-up de la FoodTech, a permis en 2025 la mise en œuvre d'un procédé de valorisation des co-produits laitiers, permettant de transformer les sérums donnés par Bel en protéines fonctionnelles.
- Pour mener à bien **sa transformation digitale** et réinventer son modèle, Bel a choisi Dassault Systèmes et Accenture, dans le cadre de partenariats stratégiques. Bel poursuit plusieurs ambitions : améliorer la sécurité, la qualité et la productivité, gagner en résilience et en agilité, stimuler sa croissance et raccourcir les délais de commercialisation tout en réduisant ses émissions de CO₂.

PERFORMANCE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

- La solidité de sa trajectoire environnementale est également reconnue par une notation de l'organisation de premier plan **CDP avec un triple A** : A pour le climat, A- pour la forêt et A- pour l'eau, témoignant de l'intégration croissante des enjeux environnementaux au cœur de la stratégie du Groupe.
- La **poursuite des efforts de réduction de notre empreinte carbone sur les « scopes 1 et 2 »**, atteignant -41 % d'émissions carbone en valeur absolue entre 2017 et 2025, au-delà des objectifs que le Groupe s'est fixé pour 2025.
- Le **plan d'actionnariat salarié We Share** a continué de se déployer à l'international en 2025 s'ouvrant ainsi à +80 % des collaborateurs du Groupe.

RÉSULTATS FINANCIERS DÉTAILLÉS DE L'EXERCICE 2025

Le Groupe a franchi la barre des 3,83 milliards d'euros de chiffre d'affaires consolidé, en hausse de +4,7 % en organique dont +1,7 % d'effet volume/mix. En données publiées, la croissance s'établit à +2,4 %, traduisant un effet de change défavorable d'environ 83 millions d'euros, en raison principalement de la dépréciation du dollar face à l'euro.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 260,2 millions d'euros, en hausse organique de 6,7 % soit une marge opérationnelle courante stable de 6,8 %. Cette performance traduit la progression de nos activités sur quasiment toutes nos géographies, dans un contexte général marqué par le regain des tensions inflationnistes et l'augmentation des barrières tarifaires. Cette année 2025 est également impactée par la poursuite des investissements derrière les marques phares du Groupe et sa transformation digitale. Le résultat opérationnel atteint 234,9 millions d'euros, en hausse de +32,1 %, compte tenu d'une année 2024 affectée par des restructurations industrielles.

La forte progression du résultat net part du Groupe, qui s'élève à 106,8 millions d'euros contre 53,0 millions d'euros en 2024, s'explique par l'amélioration de la performance opérationnelle pour 57 millions d'euros, la baisse du résultat financier pour 22 millions d'euros en raison des impacts négatifs liés aux opérations de change, à l'hyperinflation et malgré une amélioration de notre taux de financement et par une normalisation de la charge d'impôt pour 18 millions d'euros.

Enfin, la structure financière de Bel demeure solide avec une dette financière nette à 920,8 millions d'euros, des capitaux propres à 1 536,6 millions d'euros, et un niveau de liquidité élevé de 362 millions d'euros d'excédents de trésorerie et équivalents à fin 2025. Le free cash-flow s'élève à 49 millions d'euros en 2025. Ce niveau de free cash-flow intègre des décaissements au titre des investissements

pour un montant de 214 millions d'euros (soit +22 millions d'euros par rapport à 2024), qui traduisent à la fois les efforts d'accélération de transformation digitale du Groupe et le plan de soutien à la croissance future du Groupe.

En millions d'euros (arrondis)	2025	2024	Variation en données publiées	% Organique
Chiffre d'affaires	3 830	3 739	+2,4 %	+4,7 %
Résultat opérationnel courant	260	253	+2,7 %	+6,7 %
<i>Marge opérationnelle courante</i>	6,8%	6,8%	-	
Résultat opérationnel	235	178	+32,1 %	
<i>Marge opérationnelle</i>	6,1%	4,8%	+1,3 pt	
Résultat financier	-72	-50	-43,3 %	
Résultat net part du Groupe	107	53	+101,6 %	
Free cash-flow	49	31	+58,3 %	

Chiffre d'affaires par géographie

En millions d'euros	2025	2024	Variation en données publiées	% Organique
Europe	1 708	1 656	+3,1 %	+3,2 %
Moyen Orient, Grande Afrique	616	608	+1,3 %	+3,4 %
Amériques, Asie	1 506	1 474	+2,1 %	+6,9 %
Total	3 830	3 739	+2,4 %	+4,7 %

Chiffre d'affaires et Résultat opérationnel par segment

<i>millions d'euros</i>	2025		2024	
	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel
Catégories matures	2 712	144	2 649	85
Nouvelles Catégories	1 118	91	1 090	93
Total	3 830	235	3 739	178

PERSPECTIVES 2026 : CONSTRUIRE LE FUTUR DE L'ALIMENTATION

En 2026, le Groupe s'attachera à approfondir l'exécution de sa stratégie en **s'appuyant sur la solidité de son modèle multi local, la dynamique de ses marques cœur** et la montée en puissance des investissements engagés ces dernières années. Dans un environnement alimentaire en pleine mutation, le Groupe continuera d'adapter son portefeuille et son outil industriel, afin de répondre aux évolutions des usages et aux attentes nutritionnelles des consommateurs à l'échelle mondiale.

Le développement international constitue un levier clé de croissance. Bel concentre ses efforts sur ses marchés stratégiques, en particulier en Amérique du Nord et en Asie, avec l'objectif de renforcer la proximité industrielle et commerciale au plus près des consommateurs avec la mise en service progressive de la nouvelle ligne de production à Sablé-sur-Sarthe, ainsi que le lancement de l'extension de l'usine de Brookings aux États-Unis, illustrant la volonté du Groupe de soutenir la croissance de ses marques cœur.

Parallèlement, Bel maintient la dynamique d'évolution de son **portefeuille autour d'une offre plus diversifiée**, combinant activités fromagères, fruitières et végétales. Le Groupe continuera d'accélérer ses initiatives d'innovation produit et de transformation digitale afin de renforcer sa compétitivité et la résilience de son modèle dans un environnement macroéconomique volatil.

À plus long terme, Bel confirme ses ambitions en matière de transformation durable de son modèle alimentaire. Le Groupe maintient le cap de sa trajectoire environnementale avec **une réduction nette d'un quart de ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2035** et **une contribution à la neutralité carbone avant 2050**.

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 Rapport Annuel 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).

À propos du Groupe Bel

Le Groupe Bel est un acteur majeur du segment de portions fromagères, fruitières et végétales dont la mission est d'offrir une alimentation plus saine et plus durable pour tous. Son portefeuille de marques différenciées et reconnues à l'international comprend La Vache qui rit®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® et GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine de marques locales.

Ensemble, ces marques ont permis au Groupe de réaliser un chiffre d'affaires de 3,83 milliards d'euros en 2025. Environ 11 000 collaborateurs répartis dans 60 filiales à travers le monde contribuent à la mission du Groupe. Les produits Bel sont fabriqués sur 29 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

www.groupe-bel.com

Contacts presse

Groupe Bel

Mélanie Rigaud – 06 88 42 42 59 – melanie.rigaud@groupe-bel.com

Havas Paris

Mael Evin – 06.44.12.14.91 - mael.evin@havas.com

Alice Bastard – 07.72.10.95.14 - Alice.bastard@havas.com