

Communiqué de presse

Suresnes, le 26 février 2021, 18h00

Unibel

Information financière du 4ème trimestre 2020

Chiffre d'affaires

Nouvelle progression de la croissance organique annuelle

- **Chiffre d'affaires annuel : 3 455,7 M€, en croissance de +1,6 %**
- **Nouvelle accélération de la croissance organique 2020 : +2,8 % ¹**
 - **Forte progression dans les nouveaux territoires : +11,8 %**
 - **Bonne résilience des marchés matures : +1,1 %**
- **Chiffre d'affaires du 4ème trimestre : 862,3 M€, +1,6 % en organique**

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.

Dans une année marquée par une crise sanitaire et économique sans précédent, le Groupe a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 3 455,7 millions d'euros, en croissance de +1,6 % par rapport à l'exercice précédent. La croissance organique continue sa progression et atteint +2,8 %. Hors retraitement de l'effet d'hyperinflation en Iran, elle s'établit à +3,2 %. L'effet de change inclus est de -1,7 % (58,7 millions d'euros).

Cette croissance organique du chiffre d'affaires annuel est portée par la dynamique positive des marques cœur, en particulier, Boursin®, Kiri®, Leerdammer® et GoGo squeeZ® sur l'ensemble des marchés du Groupe. L'année 2020 est marquée par le retour à la croissance de Bel France, de Bel US, de la marque Vache qui rit®, ainsi que par la poursuite de la trajectoire positive de MOM. Enfin, les ventes des produits industriels et sans marques reculent de -5 %, par rapport à l'exercice précédent, en raison de la diminution du prix de la crème.

Au quatrième trimestre de l'exercice, le chiffre d'affaires consolidé atteint 862,3 millions d'euros, en retrait de -1,8 % par rapport au quatrième trimestre 2019 : cette évolution traduit un effet de change négatif de -4,5 % lié principalement à l'appréciation de l'euro face au dollar et une croissance organique de +1,6 %. Le Groupe fait preuve d'une grande résilience dans un environnement complexe, et voit ses deux

¹ La croissance organique correspond à la croissance observée du chiffre d'affaires, à l'exclusion des effets de change, de périmètre et d'inflation en Iran. L'Iran étant considéré depuis 2020 en économie d'hyperinflation, les impacts de l'inflation (basé sur l'évolution du consumer price index (CPI)) sont retraités dans le calcul de la croissance organique du chiffre d'affaires.

segments opérationnels continuer leur progression sur une base organique. La contraction des marchés d'Afrique du nord et du Moyen-Orient a été compensée par la forte croissance des marchés nord-américains et européens, soutenue par le succès des stratégies commerciales et marketing déployées localement, ainsi que par la performance de MOM. En particulier, Mini Babybel® renoue avec la croissance grâce au succès de la nouvelle campagne d'activation menée en juillet et août 2020.

millions d'euros	Quatrième trimestre				Douze mois			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique**	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique**
Marchés matures	727	749	-2,8 %	+0,8 %	2 865	2 871	-0,2 %	+1,1 %
Nouveaux territoires*	135	130	+3,7 %	+6,2 %	591	532	+11,2 %	+11,8 %
TOTAL	862	879	-1,9 %	+1,6 %	3 456	3 403	+1,6 %	+2,8 %

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

** incluant l'impact lié à l'environnement d'hyperinflation en Iran et hors AIF.

Point de situation Covid : une adaptation agile et rapide pour atténuer les impacts

Tout au long de l'année 2020, le Groupe s'est fixé pour priorité absolue d'assurer la sécurité et la santé de ses collaborateurs en mettant en place des mesures préventives très strictes sur l'ensemble de ses sites à travers le monde.

Grâce à sa gestion opérationnelle agile et à sa rigueur financière, le Groupe a su rapidement s'adapter pour faire face à la pandémie liée à la Covid-19 et en atténuer les impacts. En particulier, il s'est mobilisé pour gérer de manière active ses stocks et matières premières au regard de la fluctuation de la demande des consommateurs et pour limiter les surcoûts opérationnels induits par la gestion de la crise.

Sur l'ensemble de l'exercice 2020, le Groupe estime que l'impact global de la crise liée à la Covid-19 sur les ventes est non significatif avec néanmoins des disparités importantes par zone géographique. En France, au Benelux, au Royaume-Uni et dans les pays du Golfe, la consommation locale, notamment des produits permettant de cuisiner à domicile, a été particulièrement soutenue. Au contraire, le Maroc et dans une moindre mesure l'Europe du Sud ont été affectés défavorablement, tandis que l'impact estimé en Amérique du Nord est neutre.

Résilience des ventes dans les marchés matures

Les marchés matures se sont montrés résilients et affichent une relative stabilité sur l'ensemble de l'année 2020 (-0,2 %). Hors effet devise, la croissance organique est positive à +1,1 %, avec un quatrième trimestre de bonne facture à +0,8 % (comparé au quatrième trimestre 2019).

Le chiffre d'affaires en Europe a progressé de +1,9 % en 2020. Les dynamiques particulièrement positives de la France, du Royaume-Uni et de la région Benelux ont compensé l'environnement commercial et concurrentiel difficile en Allemagne.

Dans un contexte géopolitique et économique particulièrement volatil, notamment dans les marchés du Levant, le Groupe enregistre au 31 décembre 2020 dans la zone Moyen-Orient, Grande Afrique un retrait de -3,1 % de sa croissance organique.

En Amérique du Nord, la forte croissance du chiffre d'affaires est soutenue par la progression de la Vache qui rit®, notamment par la relance de ses produits en portions effectuée au début de l'année. Bel Canada connaît également une dynamique favorable grâce aux innovations de la marque Boursin® et à l'accélération des ventes des marques cœur du Groupe. Dans cette géographie, le second semestre a été marqué par le démarrage de la nouvelle usine de Sorel.

Accélération de la croissance dans les nouveaux territoires

En 2020, la croissance du Groupe dans les Nouveaux territoires se renforce encore (+11,2 % versus 2019), soutenue par la solide trajectoire de croissance de MOM, en particulier en Amérique du Nord où la société enregistre une progression à deux chiffres de son chiffre d'affaires.

En Asie, la Chine poursuit son développement dynamique des derniers trimestres, avec notamment une forte croissance organique à deux chiffres dans son activité Foodservice.

Chiffre d'affaires par zones géographiques

millions d'euros	Douze mois			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique
Europe	1 857	1 823	+1,9 %	+1,9 %
Moyen-Orient, Grande Afrique	678	724	-6,3	-3,1 %
Amériques, Asie-Pacifique	920	855	+7,5 %	+9,5 %
TOTAL	3 456	3 403	+1,6 %	+2,8 %

Confirmation des perspectives de résultat 2020

Le plan de transformation initié fin 2018 s'est poursuivi en 2020. Le plan de réduction des coûts associé, destiné à soutenir la croissance, a été clôturé avec succès en fin d'année, en ligne avec les objectifs et le calendrier préalablement annoncés. Grâce à ces réductions de coûts, aux efforts de productivité renouvelés des opérations industrielles et à son adaptation rapide sur le plan sanitaire, opérationnel comme financier pour faire face à la crise liée à la Covid-19, le Groupe devrait afficher à fin 2020 une nouvelle amélioration de sa marge opérationnelle², ainsi qu'une forte génération de cash³.

Avec son engagement de long terme en faveur d'une alimentation plus saine incarnée par sa nouvelle signature « For all. For good. », le Groupe s'inscrit résolument dans un modèle de croissance responsable et rentable.

Le Groupe publiera ses résultats de l'exercice 2020 le 18 mars prochain.

¹"For all. For good." signifie « Pour tous. Pour de bon. ».

A propos d'Unibel

Unibel, entreprise patrimoniale, est la société holding animatrice du Groupe Bel, 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, Boursin, Pom'Potes et GoGo squeeZ ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2020 un chiffre d'affaires de 3,46 milliards d'euros. Plus de 12 500 collaborateurs répartis dans une quarantaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe. Ses produits sont élaborés dans 33 sites de production et distribués dans près de 120 pays.

² La marge opérationnelle correspond au résultat opérationnel.

³ Le cash correspond aux flux nets de trésorerie générés par les activités opérationnelles.