

# Communiqué de presse

Suresnes, le 30 juillet 2020, 18h00

## Unibel

### Information financière du 1<sup>er</sup> semestre 2020 & mise à disposition du rapport financier semestriel 2020

#### Chiffre d'affaires et résultats

- Solide croissance de + 4,8 % du chiffre d'affaires au premier semestre
- Croissance organique dynamique de + 4,3 %, et de + 5,5 % hors Levant
- Marge opérationnelle en hausse sensible, portée notamment par les économies réalisées suite au plan de transformation initié fin 2018

*Au cours de sa séance du 29 juillet 2020, le Conseil d'administration a arrêté les comptes consolidés semestriels résumés au 30 juin 2020 et le rapport d'audit des commissaires aux comptes a été émis sans réserve.*

#### Chiffres clés

*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.*

(en millions d'euros)	1 <sup>er</sup> semestre 2020	1 <sup>er</sup> semestre 2019	Variation %
Chiffre d'affaires	1 737	1 658	+ 4,8 %
Résultat opérationnel	174	126	+ 38,5 %
Résultat net part du Groupe	68	50	+ 35,0 %

#### Chiffre d'affaires

Au premier semestre 2020, le Groupe réalise un chiffre d'affaires consolidé de 1 737 millions d'euros comparé à 1 658 millions d'euros au premier semestre 2019, soit une croissance de + 4,8 %. L'effet du change contribue pour 8 millions d'euros ou + 0,5 %. La croissance organique du chiffre d'affaires s'établit ainsi à + 4,3 % pour le semestre.

L'acquisition à hauteur de 80% de la société All In Foods par Bel, soit 53 % chez Unibel, finalisée le 18 juin 2020, n'a pas donné lieu à la reconnaissance de chiffre d'affaires et de résultat dans les comptes au 30 juin.

Après un premier trimestre en forte croissance organique de + 11,0 %, marqué par des ventes inédites dues à la crise sanitaire mondiale, les ventes du second trimestre ont été mécaniquement impactées par un fort effet de déstockage. Pour autant, retraits de ces effets exceptionnels, l'activité sous-jacente est restée sur une tendance soutenue d'environ + 5 % sur chaque trimestre et sur le semestre.

Ainsi, la croissance organique du semestre (+ 4,3 %) traduit la dynamique intrinsèque portée par la croissance organique des marques du groupe. (+ 4,8 %). En particulier, on note la bonne contribution de *Gogo squeeZ* aux Etats Unis, de *La vache qui rit*, soutenue par une campagne d'activation très remarquée et celle de *Kiri*, toujours plébiscitée dans sa catégorie.

L'analyse par segment est la suivante :

(en millions d'euros)	Second trimestre				Premier semestre			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique
Marchés matures	688	714	-3,7%	-3,3%	1434	1403	2,2%	1,9%
Nouveaux territoires	141	134	4,6%	3,7%	303	255	18,8%	17,3%
<b>Total</b>	<b>828</b>	<b>848</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>1737</b>	<b>1658</b>	<b>4,8%</b>	<b>4,3%</b>

#### Marchés matures

En Europe, la croissance a été soutenue dans la majeure partie des pays et en particulier en France, portée par les ventes des marques traditionnelles, telles *La vache qui rit*. On note ainsi la tendance des consommateurs à s'orienter davantage vers des produits et des enseignes qui préservent leur pouvoir d'achat. Le Groupe s'est adapté et a concentré sa production sur les produits plébiscités par les consommateurs, répondant aux demandes des distributeurs de resserrer leurs linéaires.

Les marchés de fromages fondus se sont contractés en Afrique du Nord et au Moyen Orient, où la crise sanitaire a eu sur certains marchés un impact particulièrement négatif sur l'activité Food Service. Dans cette zone, le Groupe a cependant gagné des parts de marché sur la période, et les ventes ont progressé de +3.7% hors marchés du Levant où la situation est fortement perturbée.

En Amérique du Nord, le développement du chiffre d'affaires a été soutenu par la bonne performance des marques locales, et un bon développement des ventes des portions de *La vache qui rit*.

#### Nouveaux territoires

La progression des ventes sur le segment des nouveaux territoires est particulièrement remarquable pour les produits et l'ensemble des marques du groupe MOM, aux Etats-Unis et en France. On observe par ailleurs un bon développement de l'activité en Chine, premier pays à sortir de la période de confinement total.

### Chiffre d'affaires par zones géographiques

(en millions d'euros)	Second trimestre				Premier semestre			
	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique	2020	2019	Variation en %	Dont croissance organique
Europe	443	461	-3,9%	-3,8%	916	891	2,9%	2,8%
Moyen Orient, Grande Afrique	168	178	-5,2%	-2,9%	367	370	-0,9%	-0,2%
Amériques, Asie-Pacifique	217	210	3,5%	2,0%	454	397	14,2%	11,8%
<b>Total</b>	<b>828</b>	<b>848</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>1737</b>	<b>1658</b>	<b>4,8%</b>	<b>4,3%</b>

## Résultat

Le résultat opérationnel du Groupe s'inscrit à 174 millions d'euros pour le premier semestre 2020, en hausse de + 38,5 % par rapport à celui du premier semestre 2019.

### Résultat opérationnel par segment

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>6 mois 2020</b>	<b>6 mois 2019</b>	<b>Variation en %</b>
Marchés matures	121	100	+ 21,4 %
Nouveaux territoires	53	26	+ 105,8 %
<b>Total Groupe</b>	<b>174</b>	<b>126</b>	<b>+ 38,5 %</b>

La marge brute du Groupe s'améliore de plus de 100bps et la marge opérationnelle progresse fortement de 240 bps.

Dans un contexte de relative stabilité des prix des matières premières et des devises par rapport à l'an dernier, le Groupe recueille les effets du plan de transformation du Groupe réalisé comme attendu, en particulier les mesures d'économies annoncées en décembre 2018.

Les surcoûts induits par la gestion de la crise sanitaire ont par ailleurs été compensés par un niveau de performance remarquable des équipes opérationnelles, et par la baisse de l'activité promotionnelle sur certains marchés.

Après prise en compte du résultat financier et des charges d'impôt, le résultat net du premier semestre s'élève à 68 millions d'euros pour la part Groupe, contre 50 millions d'euros au 30 juin 2019.

## Situation financière

La situation financière du Groupe reste solide, avec une dette financière nette de 628 millions d'euros au 30 juin 2020 (dont 111 millions d'euros au titre des passifs de droits d'usage – IFRS 16) comprenant l'acquisition des titres de All In Foods, contre 595 millions d'euros au 31 décembre 2019 (dont 102 millions d'euros au titre des passifs de droits d'usage), et des capitaux propres de 1 931 millions d'euros, contre 1 863 millions d'euros au 31 décembre 2019.

Le Groupe dispose toujours d'une forte liquidité à la fois en cash et en lignes de crédit non tirées. Au 30 juin 2020, les excédents de trésorerie et équivalents de trésorerie sont de 333 millions d'euros, avec seulement 50 millions d'euros d'encours de papier commercial, NEU CP, et les lignes de crédit non tirées sont de 820 millions d'euros avec des maturités 2023 et 2024.

Pour rappel, afin d'optimiser sa structure financière et bénéficier de conditions de financement attractives, le Groupe a réalisé en juin 2020 une émission obligataire privée sous format USPP en droit français de 150 millions de dollars à échéance Novembre 2035 (15 ans) auprès d'investisseurs institutionnels. Le placement affiche un coupon de 3%. La date d'émission est prévue le 30 Novembre 2020.

### Perspectives de résultats 2020

Dans le contexte de crise sanitaire et économique, le Groupe continue d'assurer un suivi très régulier de la situation afin de s'adapter à l'évolution de la pandémie, en particulier dans les géographies où le pic épidémiologique n'est pas encore atteint. En tant qu'acteur majeur de l'industrie alimentaire, le Groupe met tout en œuvre pour assurer la continuité de ses activités.

A ce jour, les sites de production continuent à fonctionner, avec des équipes mobilisées et engagées. Le Groupe maintient des procédures de sécurité et des règles sanitaires strictes afin d'assurer la santé et la sécurité de tous ses collaborateurs.

Malgré les surcoûts engendrés par cette crise, liés en particulier aux nécessaires adaptations des sites de production et des circuits logistiques, le Groupe n'a pas souhaité recourir aux différentes aides mises en place par les états.

Le Groupe a également décidé de maintenir ses prix contractuels d'approvisionnement en matières premières, et mis en place des mesures de soutien à des partenaires fournisseurs fragilisés par la crise. Ainsi, avec ses équipes de production, ses éleveurs et fournisseurs partenaires, Bel met tout en œuvre pour continuer à opérer, et participer à l'effort collectif de manière à préserver la chaîne alimentaire.

Les différentes géographies n'ayant pas subi la crise sanitaire au même moment, certaines d'entre elles sont toujours en phase de pic pandémique. Aussi, la forte volatilité de la demande qui prévaudra encore sur les prochains mois dans le monde, le manque de visibilité sur la reprise de l'activité du Food Service et la plus forte sensibilité prix des consommateurs ne permettent pas au Groupe d'établir des perspectives précises sur le développement de son activité à ce stade.

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

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

Définition des indicateurs financiers chez Unibel :

*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 et de périmètre (c'est-à-dire à taux de change et périmètre constants). 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 **cash-flow opérationnel** correspond aux flux nets de trésorerie générés par les activités opérationnelles.*

*La **dette financière nette** est définie dans la note 4.14 de l'Annexe aux comptes consolidés ; elle est constituée des dettes financières à long et court termes, des passifs de location financement à long et à court termes, des concours bancaires courants et de la trésorerie et 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 de référence, disponible sur le site <http://www.unibel.fr> depuis le 3 avril 2019. Des informations plus complètes sur le groupe Unibel peuvent être obtenues sur le site <http://www.unibel.fr>.*

***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 2019 un chiffre d'affaires de 3,3 milliards d'euros.*

*Près de 12 400 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe. Ses produits sont élaborés dans 32 sites de production et distribués dans près de 130 pays.*