

## Chiffre d'affaires 2015 : 757,6 M€ + 7,1% Prise de participation minoritaire dans Vallégrain, filière porc

Chiffre d'affaires en M€	2014	2015	Evolution
1 <sup>er</sup> trimestre	168,0	182,1	+8,4%
2 <sup>ème</sup> trimestre	180,7	192,4	+6,5%
3 <sup>ème</sup> trimestre	177,5	193,1	+8,8%
4 <sup>ème</sup> trimestre	180,9	190,0	+5,0%
<b>TOTAL 12 mois</b>	<b>707,1</b>	<b>757,6</b>	<b>+7,1%</b>

Dans le prolongement de la dynamique des trois premiers trimestres, Fleury Michon a réalisé sur le 4<sup>ème</sup> trimestre 2015 un chiffre d'affaires de 190 millions d'euros, en croissance de +5% par rapport à la même période de l'année 2014.

En total cumulé annuel, Fleury Michon affiche un chiffre d'affaires de 757,6 millions d'euros en croissance de +7,1% par rapport à l'exercice 2014.

### Belle performance des produits à marque Fleury Michon

Chiffre d'affaires en M€	4 <sup>ème</sup> trimestre			Cumul 12 mois		
	2014	2015	Evolution	2014	2015	Evolution
Pôle GMS <sup>1</sup> France	157,0	161,1	+2,6%	615,4	654,3	+6,3%
Pôle International	9,9	13,2	+33,3%	39,9	48,2	+20,8%
Pôle Services	14,0	15,7	+12,1%	51,8	55,1	+6,4%
<b>TOTAL</b>	<b>180,9</b>	<b>190,0</b>	<b>+5,0%</b>	<b>707,1</b>	<b>757,6</b>	<b>+7,1%</b>

<sup>1</sup> GMS : Grandes et Moyennes Surfaces alimentaires

Dans le **pôle GMS France**, le volume d'affaires progresse de +2,6% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015. Sur l'année, la croissance du pôle s'élève à +6,3%. Le ralentissement de la croissance de ce pôle au 4<sup>ème</sup> trimestre est à mettre en perspective dans le contexte général des produits de grande consommation en GMS qui n'ont progressé que de +0,6%<sup>2</sup> au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015 marqué, comme toute l'année 2015, par une guerre des prix qui devrait d'ailleurs se poursuivre en 2016.

A noter également que le 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 du pôle GMS France était élevé tant en valeur (157 M€) qu'en progression (+7,3%) ce qui produit, pour ce pôle qui représente 86% du chiffre d'affaires total, un effet de base élevé au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015.

**La marque Fleury Michon** a surperformé ce pôle tant au 4<sup>ème</sup> trimestre, avec une croissance de +4,4%, que sur l'année, avec une progression de +7,8%. La qualité de la croissance des produits à la marque est le fruit du travail des équipes Fleury Michon pour répondre en permanence aux attentes des consommateurs en matière d'innovation, de plaisir, de santé, de naturalité, de praticité et d'accessibilité prix.

### A retenir

**757,6 M€**  
chiffre d'affaires  
cumulé en 2015

**+ 7,8%**  
croissance du chiffre  
d'affaires à la marque  
Fleury Michon  
en 2015

**+ 5,0%**  
croissance du chiffre  
d'affaires consolidé  
T4 2015 vs T4 2014

Fleury Michon  
éligible PEA PME

- L'activité charcuterie, 100% à la marque Fleury Michon, est en croissance de +4,6% au 4<sup>ème</sup> trimestre et de +8,3% sur l'ensemble de l'exercice 2015, dans un marché à +0,8%<sup>2</sup>
- Dans l'activité plats cuisinés, la croissance trimestrielle est en repli de 2,2% sous l'effet du volume d'affaires en retrait à marques de distributeur, mais en progression de +4,7% à la marque Fleury Michon. Sur l'année, la croissance de l'activité est de +2,1%, et de +5,8% à la marque Fleury Michon, dans un marché à +3,8%<sup>2</sup>.
- L'activité traiteur de la mer est en recul de 0,7% au trimestre, majoritairement sous l'effet des marques de distributeur. Sur l'ensemble de l'année, l'activité est en croissance de +2,1% et +7,3% à la marque Fleury Michon, dans un marché à -0,1%<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Source IRI cumul annuel valeur 2015 GMS France

Déjà dynamiques sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, **les activités internationales** intégrées continuent leur progression au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015, tant au Canada qu'en Slovénie, à +33,3% et à +20,8% sur l'ensemble de l'année, soit à taux de change constant des progressions respectives de +34,9% et de +18,1%.

L'activité canadienne en croissance trimestrielle de +51,9% (+55,2% à taux de change constant) continue à prendre des parts de marché, à la fois en plats cuisinés frais à la marque Fleury Michon en grande distribution et en produits surgelés en catering aérien. Depuis le début de l'année, l'activité canadienne affiche une croissance de +29,7% (+25,7% à taux de change constant).

Les activités italienne et espagnole (joint-ventures non-consolidées) ont évolué favorablement dans un contexte économique national difficile, respectivement de +1,9% et de +2,6% sur ce trimestre, soit une progression annuelle de +10,9% et de +4,8%.

**Le pôle Services** (RHD + divers) réalise une croissance de +12,1% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2015 portée par la bonne tenue du catering aérien et de la restauration hospitalière. La croissance cumulée annuelle s'élève à +6,4% par rapport à 2014.

## Perspectives

Le Groupe a réalisé sa prévision de croissance de chiffre d'affaires sur l'exercice 2015 par rapport à 2014. Le résultat net pour l'exercice 2015 devrait être proche de la stabilité précédemment annoncée et dans un contexte de cours des matières premières plus élevés au second semestre 2015 qu'au premier ainsi que durant l'exercice précédent.

Prochaine publication :

**6 avril 2016** après bourse

Résultats 2015 et chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2016

## Fleury Michon

Fondée en 1905, Fleury Michon est aujourd'hui encore une entreprise familiale et indépendante de taille intermédiaire.

Les 3.800 collaborateurs sont rassemblés autour du projet d'entreprise Aider les Hommes à manger mieux chaque jour.

Elle est implantée en France, en Italie, en Espagne, en Slovénie et au Canada.

En France, elle est n°1 en GMS en charcuterie libre-service, en plats cuisinés frais et en surimi.

Fleury Michon est le n°1 des plateaux-repas livrés aux entreprises en région parisienne.



## Contacts

**Investisseurs, analystes, journalistes financiers**

Jean-Louis ROY, Directeur administratif & financier

**Autres journalistes et médias**

Eric COLY, Responsable communication financière

☎ 02 51 66 30 20

[infos.finances@fleurymichon.fr](mailto:infos.finances@fleurymichon.fr)  
[www.fleurymichon.fr](http://www.fleurymichon.fr)

Eurolist B  
ISIN FR 0000074759  
Reuters FLMI.PA  
Bloomberg FLE.FP

## Prise de participation dans Vallégrain Nouvelle étape de valorisation des filières qualité Fleury Michon

Fleury Michon accélère le déploiement de son projet Aider les Hommes à manger mieux chaque jour. Dans ce cadre, le Groupe poursuit sa stratégie de filières qualité initiée depuis plusieurs années, et annonce avoir pris une participation minoritaire de 19% au capital de la société Vallégrain spécialisée dans la filière porc depuis 27 ans.

Cette société installée dans le Perche est un **fournisseur-partenaire de Fleury Michon depuis bientôt 20 ans**. Les jambons Vallégrain représentent environ 9% des approvisionnements de Fleury Michon en jambons et la majeure partie de ses jambons Label Rouge. Qu'ils soient **Bleu-Blanc-Cœur, Label Rouge, Porc Français**, les porcs Vallégrain correspondent au très haut niveau d'exigence demandé par Fleury Michon.

### Une volonté réciproque de faire progresser les pratiques

Le choix de Vallégrain illustre la recherche d'un partenaire amont qui prend en compte **les attentes des consommateurs** : labels, filières, nutrition, bien-être animal... En effet, Vallégrain couvre toutes les étapes de la filière, depuis la culture des céréales qui nourrissent les animaux jusqu'à la découpe des pièces de viande, en passant par la génétique naturelle, la naissance, le sevrage, l'élevage et l'abattage.

Comme Fleury Michon, l'entreprise investit également en recherche et innovation. Pour preuve, l'évolution vers l'agriculture raisonnée dans la culture des céréales, le remplacement du soja par des protéagineux cultivés localement (pois, féveroles...), l'abolition des cages en période d'allaitement, l'abolition totale des antibiotiques...

### Une culture d'entreprise partagée

Fleury Michon et Vallégrain sont toutes deux des entreprises familiales, implantées dans leur territoire et à taille humaine. Vallégrain c'est 360 salariés au cœur du Perche, 90 M€ de chiffre d'affaires, des approvisionnements locaux et une implication forte dans les labels de qualité.

A travers cette opération, Fleury Michon concrétise sa volonté de renforcer sa stratégie filières pour mettre en œuvre concrètement et à grande échelle son projet d'entreprise **Aider les Hommes à manger mieux chaque jour**.

## Fleury Michon et la filière porc

**1973** lancement des jambons **Label Rouge**

**2002** lancement des jambons et des rôtis **Bleu-Blanc-Cœur** riches en oméga 3 grâce à la graine de lin dans l'alimentation animale

**2004** lancement des jambons et des rôtis **Bio**

**2015** lancement des jambons et des rôtis **J'Aime** garantis sans ogm (<0,9%) et sans antibiotiques (après le 42<sup>ème</sup> jour)

**2016** prise de participation minoritaire dans **Vallégrain** pour aller plus loin dans la stratégie filières

## Vallégrain

**1989** création de Vallégrain à Coudray-au-Perche (28)

**360** salariés

**Entreprise familiale**

**90 M€** de chiffre d'affaires

**Principaux labels**

**Label Rouge**  
**Bleu-Blanc-Cœur**  
**Porc Français**

**Approvisionnements locaux** dans un périmètre de 150 kms autour de Coudray-au-Perche