

FLEURY MICHON

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2013 : 352,0 M€ (+2,0%)Chiffre d'affaires 1^{er} semestre 2013

Chiffre d'affaires en M€	2012	2013	Evolution 13/12
1 ^{er} trimestre	168,3	174,5	+3,7%
2 ^{ème} trimestre	176,9	177,5	+0,3%
1^{er} semestre	345,2	352,0	+2,0%

Au cours du 1^{er} semestre 2013 clos au 30 juin, le Groupe Fleury Michon a enregistré un chiffre d'affaires de 352,0 M€, en croissance de +2,0% par rapport au 1^{er} semestre 2012.

Le Groupe est resté fidèle à son modèle de développement pour rester en prise de parts de marché et en croissance ceci dans un contexte de consommation plus tendu, volatile et peu lisible au 2^{ème} trimestre.

Ralentissement de la croissance du Groupe au T2 dans des marchés plus tendus

Chiffre d'affaires en M€	2 ^{ème} trimestre			1 ^{er} semestre		
	2012	2013	Evolution	2012	2013	Evolution
Pôle GMS	151,6	153,0	+0,9%	295,6	304,3	+2,9%
Pôle International	12,3	11,8	-4,1% ⁽¹⁾	24,1	22,9	-5,0% ⁽²⁾
Pôle Divers	12,9	12,6	-2,3%	25,5	24,8	-2,6%
TOTAL	176,9	177,4	+0,3%	345,2	352,0	+2,0%

Evolution du Pôle international à taux de change constant : (1) -2,3% (2) -3,7%

Concernant le pôle **GMS France**¹, la croissance semestrielle du Groupe est de +2,9% avec un ralentissement au 2^{ème} trimestre (+0,9%). Un effet de base défavorable et des marchés stables ou orientés à la baisse expliquent le ralentissement de la croissance.

Ce ralentissement de la croissance au 2^{ème} trimestre :

- n'affecte pas l'activité **Charcuterie** qui continue à progresser à un niveau satisfaisant de +6,1% au 2^{ème} trimestre. Le jambon (porc et volaille) croît d'environ 9% sur le semestre bénéficiant d'une dynamique promotionnelle toujours soutenue.
- affecte l'activité **Plats Cuisinés**, qui a vu son chiffre d'affaires reculer très légèrement au 2^{ème} trimestre (-1,9%), impactée par les effets médiatiques de la crise sur la nature de la viande et des conditions de marché incertaines.
Il affecte surtout l'activité **Traiteur de la Mer** (-15,2%) qui a souffert de conditions météorologiques fortement défavorables, d'une pression promotionnelle plus faible et d'un contexte économique général pénalisant.

¹ GMS : Grandes et Moyennes Surfaces alimentaires

Dans ce contexte de marché délicat, les bonnes performances des ventes en **GMS France à marque Fleury Michon** (+2% au 2nd trimestre et +4,3% au 1^{er} semestre), sont un nouveau témoignage de la qualité de la stratégie développée au long cours par le Groupe : leadership sur des piliers stratégiques porteurs, offre bien en phase avec les attentes, en termes de naturalité, de prix, d'innovations, de variété et de qualité.

Le pôle **International** a enregistré un chiffre d'affaires trimestriel de 11,8 M€ (-4,1%) à travers les sociétés intégrées, avec un effet de base pénalisant, le 1^{er} semestre 2012 étant ressorti en croissance de 12%. Pour Delta DailyFood au Canada (DDFC), la tendance du 2^{ème} trimestre est identique à celle du 1^{er} trimestre (en dollars canadiens). L'arrêt de marchés à marque distributeur explique la décroissance observée. L'activité à marque Fleury Michon, bien qu'encore modeste, progresse régulièrement.

Le pôle **Restauration Hors Domicile** a enregistré une légère baisse de son activité au 2^{ème} trimestre (-2,3%). Dans ce pôle, Room Saveurs, l'activité plateaux-repas livrés du Groupe, reste toujours bien orientée avec une croissance de 8,5% sur le semestre.

Résultats du 1er semestre 2013 : 29 août 2013 après Bourse
Eurolist B – CAC Mid&Small - ISIN FR 0000074759 - Reuters FLMI.PA - Bloomberg FLE.FP

CONTACTS

infos.finances@fleurymichon.fr

www.fleurymichon.fr

02 51 66 30 20

Investisseurs, analystes, presse financière

Jean-Louis ROY, Directeur administratif & financier

Médias

Eric COLY, Responsable information financière

