



Barry Callebaut publie ses résultats pour l'exercice 2008/09 au 31 août 2009 : Forte croissance des volumes et du résultat

- **Volume des ventes en augmentation de 4,1% dans un marché mondial du chocolat en déclin**
- **Accélération de la croissance du volume au second semestre de l'exercice : + 8,7%**
- **Chiffre d'affaires en hausse de 8,5% en monnaies locales (+ 1,3% en CHF)**
- **Résultat d'exploitation (EBIT) en progression de 9,5% en monnaies locales (+ 2,8% en CHF)**
- **Résultat net en hausse de 18,5% en monnaies locales (+10,4% en CHF)**
- **Proposition d'un remboursement de capital de CHF 12,50 par action, soit 8,7% de plus que l'année précédente**
- **Objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10 à 2011/12: croissance moyenne du volume de 6%-8% et croissance moyenne de l'EBIT au moins en phase avec celle du volume**

Zurich/Suisse, 12 novembre 2009 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a dégagé, au cours de l'exercice 2008/09 s'étant terminé le 31 août 2009, une forte croissance des volumes et du résultat dans un environnement économique exceptionnellement difficile. Contrastant nettement avec le marché mondial du chocolat qui a reculé de plus de 2% en volume en 2008/09, Barry Callebaut est parvenu à accroître son volume des ventes de 4,1%. La société attribue cette croissance à trois facteurs: son expansion précoce dans des marchés émergents et des marchés à forte croissance, la mise en œuvre de contrats de sous-traitance et des gains de parts de marché. Pour la période sous revue, la force du franc suisse, la monnaie de compte de la société, par rapport à la plupart des autres monnaies, a eu un impact négatif sur le chiffre d'affaires, le résultat d'exploitation (EBIT) et le résultat net. En monnaies locales, le chiffre d'affaires a progressé de 8,5% ; il a atteint CHF 4'880,2 millions (+ 1,3% en CHF). Basé aussi bien sur des améliorations d'exploitation considérables que sur des programmes d'économies, et en dépit de l'influence d'un ratio combiné du cacao¹, dont la baisse avait été anticipée, le résultat d'exploitation (EBIT) s'est accru de 9,5% en monnaies locales. En francs suisses, l'accroissement a été de 2,8% à CHF 350,8 millions. Le résultat annuel net a augmenté de 18,5% en monnaies locales; en francs suisses, il a augmenté fortement de 10,4% à CHF 226,9 millions.

Juergen B. Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Je suis satisfait que nous ayons pu dégager une forte croissance des volumes et du résultat tout en étant confrontés à un recul de la consommation mondiale de chocolat d'une rare ampleur. Après avoir atteint un creux en hiver 2008, la croissance est repartie et a repris de l'élan pendant le second semestre de l'exercice. Notre stratégie de croissance fondée sur les trois piliers de l'expansion géographique, de l'innovation et du leadership des coûts, conjuguée à notre robuste modèle d'affaire (« business model »), notre offre de produits diversifiée et les projets d'amélioration continue de l'efficacité a manifestement bien résisté à l'épreuve de la récession économique mondiale. Dans ce contexte, nous avons franchi d'autres pas déterminants, tels que l'expansion dans de nouveaux marchés (par ex. le Mexique), la mise en œuvre de nouveaux contrats de

¹ Le «ratio combiné du cacao» est le prix de vente combiné du beurre et de la poudre de cacao par rapport au prix des fèves de cacao



Communiqué de presse

sous-traitance (comme Morinaga au Japon) et l'adjonction de nouvelles capacités (par ex. la nouvelle usine de pâtisserie en Espagne). Nous réaffirmons notre volonté de nous concentrer sur la clientèle industrielle et artisanale. Ces prochaines années, nous continuerons de nous développer sur la base de cette stratégie, tout en continuant à dégager des synergies entre nos différentes activités et en achevant l'intégration d'acquisitions récentes.»

Chiffres-clés du Groupe pour l'exercice 2008/09

		2008/09	Variation sur 2007/08	
			Monnaie de compte	Monnaies locales
Volume des ventes	tonnes	1'213'610	4,1%	
Chiffre d'affaires	mio CHF	4'880,2	1,3%	8,5%
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	350,8	2,8%	9,5%
EBIT/ tonne	CHF	289,1	-1,2%	5,2%
Résultat net de l'année	mio CHF	226,9	10,4%	18,5%

Environnement de marché

Pour la première fois depuis plus de dix ans, le marché mondial du chocolat a reculé de plus de 2% *en termes de volume. Il a par contre enregistré une légère augmentation en termes de revenus, en raison de hausses de prix effectuées au début de 2008, dans le sillage de la flambée des coûts des matières premières et de l'énergie. La persistance de fluctuations de change défavorables a représenté un autre défi, de même que le fort déstockage survenu vers la fin 2008 chez des clients qui, anticipant une diminution potentielle de la consommation de chocolat, ont voulu alléger leurs bilans.

D'un pays à l'autre, l'évolution n'a pas été uniforme du tout. Les données du marché* montrent qu'entre septembre 2008 et juillet 2009, dans les huit principaux marchés européens du chocolat, la consommation est tombée de 2,6% (en volume), surtout en Grande-Bretagne, en France et en Espagne. L'Europe orientale a d'abord connu une croissance du volume à un chiffre, mais celle-ci est devenue négative vers la fin de la période sous revue. Aux Etats-Unis, toujours selon les mêmes données*, le fléchissement de la consommation a été de 6,6%. En raison de la situation économique, la consommation de chocolat en Chine a aussi reculé de 10,9%*. D'autres marchés émergents, tels que la Pologne, la Turquie et le Brésil ont par contre continué de croître en volume.

*Source: Nielsen, sept. 2008-juillet 2009

Création de valeur et situation financière stable

Pendant l'année sous revue, les dépenses en capitaux se sont élevées à CHF 144,4 millions, ce qui représente une diminution supérieure à 40% par rapport au montant exceptionnellement élevé de CHF 249,9 millions qui avaient été investi l'année précédente pour financer l'expansion mondiale de Barry Callebaut. Le rendement sur capital investi (ROIC) est resté stable à 13,9% (année précédente: 14,0%). La valeur économique ajoutée (EVA) s'est accrue de CHF 126,3 millions à CHF 129,9 millions.

Barry Callebaut dispose de solides facilités financières à long terme de EUR 1,2 milliard (environ CHF 1,9 milliard) avec une échéance moyenne de 6,1 ans. Etant donné que l'endettement net s'élevait à CHF 942,7 millions à fin août 2009, Barry Callebaut a encore une importante marge de manœuvre.



Communiqué de presse

Vue d'ensemble des performances par régions pour l'exercice 2008/09

Région Europe – Traversée réussie de la récession

Alors que le volume des ventes de Barry Callebaut en Europe a accusé un déclin au premier semestre de l'exercice écoulé, en phase avec les tendances négatives du marché dans les principaux pays chocolatiers, tels que la France, la Belgique, l'Italie et l'Espagne, celui-ci a vigoureusement rebondi de 8% au second semestre. Globalement, le **volume des ventes** de la région Europe s'est établi à 792'385 tonnes, en hausse de 0,7%. Quant au **chiffre d'affaires**, il a été dynamisé par la hausse du prix des fèves et les augmentations de prix effectuées un an auparavant. Cependant, il a aussi été affecté par l'évolution défavorable des monnaies ainsi que par la baisse des prix du sucre et du lait. Le chiffre d'affaires a atteint ainsi CHF 3'335,8 millions, soit un recul de 5,5% (ou +3,6% en monnaies locales). Profitant de l'impact favorable de la focalisation sur des produits ayant des marges plus élevées et d'un contrôle serré des coûts, le **résultat d'exploitation** (EBIT) a augmenté de 6,7% à CHF 296,2 millions (ou +14,6% en monnaies locales).

Le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** s'est vu confronté au double défi d'un déclin dans les dépenses de consommation et d'un déstockage généralisé dans l'industrie. La crise économique a touché l'Europe orientale plus tard que l'Europe occidentale mais son impact a été plus marqué. Plusieurs monnaies de pays est-européens ont perdu environ 20% de leur valeur par rapport à l'euro et au franc suisse. Après le creux du second trimestre en Europe occidentale, le secteur d'activités a repris son élan tout en bénéficiant de la résurgence d'une forte demande de la clientèle dans de nombreux marchés, tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas. En Europe orientale, en particulier en Pologne, une croissance soutenue à deux chiffres a partiellement compensé le ralentissement en Europe occidentale.

La plupart des marchés Gourmet dans toute l'Europe ont été frappés par la récession, sauf la Pologne, qui a très bien marché, de même que la Turquie. Le segment HORECA (hôtels, restaurants, traiteurs), qui comprend aussi les distributeurs de services alimentaires, a connu une chute sensible des ventes en raison d'une réduction des dépenses au restaurant. Par contre, les segments boulangerie/pâtisserie et confiserie se sont montrés plus résistants. Jouissant d'un mixe de clientèle et d'un mixe géographique équilibrés, le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** est parvenu à maintenir ses ventes, en monnaies locales, au même niveau que celui de l'année précédente, voire même à gagner des parts de marché.

La production et les ventes de desserts de qualité prêts-à-l'emploi ont bien démarré pour la première usine de pâtisserie du Groupe qui a été inaugurée en octobre 2008 à Alicante (Espagne). Celle-ci entend répondre à la demande croissante du segment service à domicile et des clients HORECA qui recherchent de tels produits. En septembre 2008, l'acquisition de l'entreprise belge IBC a élargi l'assortiment de décorations en chocolat du Groupe. Fournissant des mélanges de boissons pour automates, la division Boissons a aussi subi le recul de la demande des consommateurs pour ces produits. Il n'en reste pas moins que dans l'ensemble, la division a fait nettement mieux que le marché. Afin de renforcer sa position dans le marché des chocolats et des cappuccinos pour automates qui, en Europe, se trouve en phase de consolidation, Barry Callebaut, en juin 2009, a acquis Eurogran, le spécialiste danois très complémentaire des produits pour automates.

Répondant à la sensibilité croissante des consommateurs aux coûts, la pression sur les prix a été une tendance majeure dans tous les principaux marchés européens. Le secteur d'activités **Produits pour les consommateurs** de Barry Callebaut a su tirer son épingle du jeu en accroissant les ventes de ses marques locales à prix moyens ainsi que de ses produits sous



Communiqué de presse

labels privés. Il a réalisé une bonne année. En dépit de cette évolution satisfaisante, Barry Callebaut maintient sa décision de se séparer de ces activités.

Région Amériques –des avancées dans un marché en déclin

Avec le démarrage de sa nouvelle usine de chocolat de Monterrey, au Mexique, inaugurée en janvier 2009, et l'ouverture d'une Chocolate Academy à Chicago en septembre 2008, l'élargissement de l'assise de Barry Callebaut en Amérique du Nord est maintenant achevé.

La Région Amériques a connu une croissance générale de son **volume des ventes** de 10,0% à 321'852 tonnes. Cette croissance a été soutenue par des livraisons supplémentaires à Hershey dans le cadre du contrat d'approvisionnement à long terme signé en 2007, par des résultats précoces de l'expansion géographique du Groupe au Mexique et en Amérique du Sud ainsi que par l'acquisition de nouvelles affaires dans le domaine industriel. Le **chiffre d'affaires** s'est accru de 23,0% à CHF 1'145,8 millions, en raison de volumes de ventes plus élevés et de la hausse du prix des fèves. Le **résultat d'exploitation** (EBIT) a progressé de 15,0% à CHF 91,4 millions (+ 16,4% en monnaies locales). Un volume des ventes plus élevé, un mixe de produits avantageux (dans le secteur d'activités Chocolat pour clients industriels), des baisses de prix dans les matières premières autres que le cacao et un contrôle des coûts sévère ont permis à la région de faire mieux que compenser le recul de profitabilité du secteur d'activités Gourmet & Spécialités.

Le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** a emmené la croissance du volume dans la région en raison des quatre facteurs suivants: premièrement, la poursuite de la mise en place de l'accord d'approvisionnement passé avec The Hershey Company, deuxièmement l'augmentation de la consommation à domicile, troisièmement des gains de parts de marché grâce à des clients importants et, quatrièmement, l'arrivée de nombreux nouveaux clients régionaux. En général, les consommateurs ont cherché à obtenir des produits meilleur marché, mais un appétit croissant se manifeste pour des produits chocolatés fonctionnels à valeur ajoutée. Barry Callebaut a vendu à ses clients les premiers chocolats probiotiques et antioxydants disponibles sur le marché nord-américain.

L'environnement économique a mis à rude épreuve le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités**. La restauration s'est ressentie de la récession, en particulier les bons établissements ont accusé un recul de 10% de leurs affaires. L'opinion qui prévaut est que le secteur a franchi le creux de la vague, mais personne ne s'attend à une reprise rapide. La crise économique a également induit un transfert des produits européens Gourmet importés vers des produits plus locaux et plus avantageux. Les ventes ont pu être maintenues au niveau de l'année dernière. Etant donné que les consommateurs mangent plus souvent à la maison, l'effort de vente a porté sur le segment clé de la boulangerie.

Région Asie-Pacifique et reste du monde – Bien positionnée pour une croissance future

Le **volume des ventes** de Barry Callebaut a augmenté de 14,6% à 99'373 tonnes par expansion géographique et croissance organique. Le **chiffre d'affaires**, lui, a progressé de 12,8% à CHF 398,6 millions (+ 15,8% en monnaies locales). Quant au **résultat d'exploitation**, il a diminué de 36,0% à CHF 33,1 millions car il a été fortement affecté par des changements de priorités et des coûts de démarrage élevés des nouvelles usines.



Communiqué de presse

Alors qu'initialement, il avait en ligne de mire les sociétés alimentaires internationales, le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** réalise de plus en plus d'affaires avec de grands industriels locaux de l'alimentation. Les volumes ont connu un taux de croissance à deux chiffres en dépit du scandale de la poudre de lait contaminée par de la mélanine en Chine, lequel a entravé les exportations de ce pays pendant plusieurs mois, bien que les produits de Barry Callebaut aient toujours été sûrs. La croissance est due en partie à l'expansion géographique en Chine, en Malaisie et au Japon, et en partie à la forte croissance du nombre de clients importants en Nouvelle Zélande, en Afrique du Sud, en Malaisie et au Japon.

Pour le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités**, HORECA (hôtels, restaurants, traiteurs) est le segment de clientèle cible le plus important pour les produits Gourmet importés d'Europe. Or celui-ci a été durement touché en 2009 car la plupart des hôtels affichant des taux d'occupation inférieurs à 50%. Dans ce marché qui est très sensible aux prix, les produits Gourmet fabriqués localement ont connu une bien meilleure fortune. Au second semestre de l'exercice sous revue, les importations de produits européens ont toutefois recommencé à croître.

Chiffres-clés par régions pour l'exercice 2008/09

EUROPE		Variation (%)	12 mois au 31 août 2009	12 mois au 31 août 2008
Volume des ventes	tonnes	0,7	792'385	786'698
Chiffre d'affaires	mio CHF	-5,5	3'335,8	3'530,5
EBITDA	mio CHF	3,7	369,7	356,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	6,7	296,2	277,6

AMÉRIQUES		Variation (%)	12 mois au 31 août 2009	12 mois au 31 août 2008
Volume des ventes	tonnes	10,0	321'852	292'614
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,0	1'145,8	931,6
EBITDA	mio CHF	16,2	109,7	94,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	15,0	91,4	79,5

ASIE/reste du monde		Variation (%)	12 mois au 31 août 2009	12 mois au 31 août 2008
Volume des ventes	tonnes	14,6	99'373	86'695
Chiffre d'affaires	mio CHF	12,8	398,6	353,3
EBITDA	mio CHF	-26,0	41,6	56,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	-36,0	33,1	51,7

Développement des segments d'affaires au cours de l'exercice 2008/09

Segment Affaires industrielles: il a profité des grands clients et des industriels locaux

Le segment Affaires industrielles se concentre sur la vente de produits à base de cacao et de chocolat destinés aux industriels et aux fabricants de biens de consommation dans le monde. Il comprend les secteurs d'activités Chocolat pour clients industriels et Cacao.

Stimulées par la récente acquisition d'une entité en Malaisie et l'agrandissement d'usines existantes, les ventes de produits semi-finis à des tiers par le secteur d'activités **Cacao** ont sensiblement augmenté. D'octobre 2008 à mars 2009, le recul de la consommation mondiale de chocolat et le niveau élevé des stocks ont provoqué un effondrement de la demande



Communiqué de presse

supplémentaire de beurre de cacao ainsi qu'une forte baisse du ratio combiné du cacao² qui s'est stabilisé à un bas niveau. Il en est résulté une pression sur les marges pour les produits semi-finis qui va continuer de se faire sentir au cours des prochains mois. Le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** a profité des contrats de sous-traitance existants, d'une forte demande de la part de grands clients aussi bien que d'industriels alimentaires locaux, avant tout en Amérique du Nord, en Europe orientale et en Asie-Pacifique.

Segment Services alimentaires/Commerce de détail: consommer plus à la maison et moins au restaurant

Le segment Services alimentaires/Commerce de détail comprend une vaste clientèle allant des artisans locaux (chocolatiers, pâtisseries, boulangers, hôtels, restaurants, traiteurs) à la grande distribution mondiale. Il comprend les secteurs d'activités Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs.

La combinaison de la crise économique qui affectait la consommation générale, en particulier les dépenses au restaurant, et de la crise financière qui contraignait les clients à réduire leurs stocks, a placé le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** devant un marché exigeant en 2008/09, surtout au premier semestre. Comme les consommateurs mangent plus souvent à la maison, on a assisté à un transfert dans le mixe de produits en faveur du segment boulangerie/pâtisserie au détriment de celui de HORECA. Le secteur d'activités est néanmoins presque parvenu à maintenir son volume des ventes au niveau de l'année précédente.

Face à une demande croissante des consommateurs dans tous les principaux marchés européens pour des produits chocolatés à des prix compétitifs, le secteur d'activités **Produits pour les consommateurs** a pu augmenter ses ventes de produits de marques locales moyens de gamme, de même que celles des produits sous labels privés. Il a connu ainsi une bonne année avec un chiffre d'affaires en augmentation de 2,4%, après ajustement pour redimensionnements et cours de change. Il n'en reste pas moins que le chiffre d'affaires général a accusé un recul en raison du désinvestissement de différentes activités dans les produits de consommation.

Chiffres clés par segments d'affaires pour l'exercice 2008/09

SEGMENT INDUSTRIEL		Variation (%)	12 mois au 31 août 2009	12 mois au 31 août 2008
Volume des ventes	tonnes	7,4	979'051	911'819
Chiffre d'affaires	mio CHF	5,8	3'447,0	3'258,3
EBITDA	mio CHF	5,1	319,9	304,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	3,0	254,5	247,1

SERVICES ALIMENT./ COMM. DE DÉTAIL		Variation (%)	12 mois au 31 août 2009	12 mois au 31 août 2008
Chiffre d'affaires	mio CHF	-8,0	1'433,2	1'557,1
EBITDA	mio CHF	-0,7	201,2	202,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	2,8	166,2	161,7

² Le «ratio combiné du cacao» est le prix de vente combiné du beurre et de la poudre de cacao par rapport au prix des fèves de cacao



Communiqué de presse

Création d'un Comité exécutif

En ligne avec sa stratégie de croissance, Barry Callebaut a créé un Comité exécutif qui remplacera l'actuel Senior Management Team. Ses membres sont les directeurs généraux suivants: Juergen B. Steinemann (CEO), Victor Balli (CFO), Massimo Garavaglia (Président Europe occidentale), Dave Johnson (Président Amériques), Steven Retzlaff (Président Approvisionnement Global & Cacao), Dirk Poelman, Chief Operations Officer, et Hans Vriens, Chief Innovation Officer (CV disponibles sur le site).

Perspectives

«Notre focalisation stratégique reste l'expansion de nos activités de base avec les clients industriels et Gourmet», a déclaré Juergen B. Steinemann, CEO. «En se fondant sur notre stratégie de croissance actuelle, nous discernons un potentiel de croissance considérable dans de nouveaux accords de sous-traitance avec des clients industriels ainsi que dans la poursuite de notre expansion dans des territoires émergents sur la base de nos investissements récents et futurs. Nos affaires Gourmet constituent aussi un élément clé de notre stratégie. Nous nous attendons à ce que l'environnement économique reste exigeant et volatil. C'est pourquoi, pour la période de trois ans allant de 2009/10 à 2011/12, notre objectif est une croissance moyenne du volume de 6-8% par année et une croissance moyenne de l'EBIT au moins en phase avec celle du volume. Pendant l'exercice en cours, le résultat d'exploitation (EBIT) sera affecté par un ratio combiné du cacao défavorable. Néanmoins, nous comptons dégager de nouveau une forte croissance de notre résultat net (PAT). Nos objectifs financiers à trois ans nous permettront de continuer de dépasser notablement le marché mondial du chocolat – comme toujours sauf imprévus majeurs et sur la base des monnaies locales. »

Propositions à l'Assemblée générale annuelle

Réduction de la valeur nominale au lieu d'un dividende

Le Conseil d'administration propose à l'Assemblée générale annuelle du 8 décembre 2009 d'augmenter le paiement aux actionnaires de 8,7%, soit de CHF 11,50 à CHF 12,50 par action, ce qui représente un taux de distribution de 28,5%. En lieu et place d'un dividende, le Conseil d'administration propose de diminuer le capital-actions de la société en réduisant la valeur nominale de l'action de CHF 50,70 à CHF 38,20. Cette réduction de CHF 12,50 sera versée aux actionnaires en mars 2010.

Conseil d'administration

Tous les membres du Conseil d'administration se présentent à l'élection pour un nouveau mandat d'une durée d'un an.

* * *

Pour davantage d'informations financières, veuillez consulter la «Letter to Investors» publiée sur le site Internet de la société (www.barry-callebaut.com).

* * *



Communiqué de presse

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,9 milliards environ pour l'exercice 2008/09, le Groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de la fève de cacao au produit fini sur les rayons des magasins. Barry Callebaut est présent dans 26 pays, possède quelque 40 sites de production et emploie environ 7'500 personnes. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs et les pâtisseries ainsi qu'à la grande distribution. Barry Callebaut est le leader mondial des innovations à base de cacao et de chocolat. Il fournit aussi une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, des processus de fabrication, de la formation et du marketing. Le Groupe s'engage activement dans des initiatives et des projets contribuant à établir une chaîne d'approvisionnement du cacao plus durable.

* * *

Calendrier de l'exercice 2009/10 (du 1^{er} septembre 2009 au 31 août 2010):

Assemblée générale annuelle 2008/09	8 décembre 2009, Zurich
chiffres clés du premier trimestre 2009/10	13 janvier 2010
Résultats du premier semestre 2009/10	1 ^{er} avril 2010, Zurich
chiffres clés des neuf premiers mois 2009/10	30 juin 2010
Résultats annuels 2009/10	4 novembre 2010, Zurich
Assemblée générale annuelle 2009/10	7 décembre 2010, Zurich

* * *

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers:

Simone Lalive d'Epinau, Head of IR
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 23
simone_lalive@barry-callebaut.com

Pour les médias:

Gaby Tschofen, VP Corp. Communications
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 60
gaby_tschofen@barry-callebaut.com



Communiqué de presse

Conférences

Date: jeudi 12 novembre 2009
Lieu: Siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy, rez-de-chaussée,
Pfungstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zurich/Suisse

Heure:

Médias	de 09h30 à 10h30 HEC
Analystes et investisseurs institutionnels	de 11h30 à env. 10h30 HEC

Il est possible de suivre la conférence par téléphone ou web cast

Médias		Analystes et investisseurs institutionnels	
Suisse:	(+41) (0) 615 800 002	Suisse:	(+41) (0) 565 800 007
Belgique:	(+32) (0) 240 170 37	Belgique:	(+32) (0) 240 105 33
France:	(+33) (0) 170 708 240	France:	(+33) (0) 170 708 275
Allemagne:	(+49) (0) 221 455 3004	Allemagne:	(+49) (0) 403 033 1040
Royaume-Uni:	(+44) (0) 845 146 2035	Royaume-Uni:	(+44) (0) 845 146 2036
Japon:	006 633 132 475	Japon:	006 633 132 475
Chine (nord)	108 007 121 819	Chine (nord)	108 007 121 819
Chine (sud)	108 001 201 813	Chine (sud)	108 001 201 813
États-Unis:	1866 966 9439	États-Unis:	1866 966 9439
Canada:	1866 966 0399	Canada:	1866 966 0399
International:	(+44) (0) 1452 562 659	International:	(+44) (0) 1452 562 660
Code NIP: 36449411		Code NIP: 36447195	

Pour accéder à la transmission par web cast, veuillez cliquer sur les liens suivants:

Médias	http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20091112/media/trunc
Analystes/invest.	http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20091112/analyst/trunc

Nous recommandons aux participants de se connecter sur le Net et de s'enregistrer 10 minutes avant le début de la transmission. Etant donné qu'il peut y avoir un léger décalage entre le son et le passage des planches, il vous est possible de télécharger la présentation. Tous les détails techniques sont également disponibles sur notre site (www.barry-callebaut.com).

Un enregistrement de la conférence sera disponible 1 ½ heure après celle-ci.

L'enregistrement téléphonique de la conférence sera accessible pendant un mois sous:

Médias		Analystes et investisseurs institutionnels	
International dial:	+44 (0) 1452 55 00 00	International dial:	+44 (0) 1452 55 00 00
Royaume-Uni Free Call:	0800 953 1533	Royaume-Uni Free Call:	0800 953 1533
États-Unis Free Call:	1866 247 4222	États-Unis Free Call:	1866 247 4222
Référence 36449411#		Référence 36447195#	

L'enregistrement web cast sera disponible pendant trois mois, à partir des liens suivants:

Médias	http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20091112/media/trunc
Analystes/invest.	http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20091112/analyst/trunc

Tous les détails techniques sont aussi disponibles sur le site de Barry Callebaut

* * *



Communiqué de presse

Chiffres-clés du groupe Barry Callebaut

Pour l'exercice terminé au 31 août,		Variation (%)		2008/09	2007/08
		En monnaies locales	En monnaie de présentation		
Compte de résultat					
Volume des ventes	tonnes		4,1%	1'213'610	1'166'007
Chiffre d'affaires	mio CHF	8,5%	1,3%	4'880,2	4'815,4
EBITDA ³	mio CHF	9,1%	2,8%	456,1	443,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	9,5%	2,8%	350,8	341,1
Résultat net provenant des opérations en cours ⁴	mio CHF	16,5%	8,5%	226,9	209,1
Résultat net de l'année	mio CHF	18,5%	10,4%	226,9	205,5
Cash flow ⁵	mio CHF		(3,7%)	418,1	434,3
EBIT par tonne	CHF	5,2%	(1,2%)	289,1	292,5
Bilan					
Total de l'actif	mio CHF		(5,8%)	3'514,8	3'729,5
Actifs circulant nets ⁶	mio CHF		(2,8%)	1'010,1	1'037,1
Actifs non courants	mio CHF		0,6%	1'432,2	1'423,7
Endettement net	mio CHF		(9,5%)	942,7	1'041,2
Fonds propres ⁷	mio CHF		6,8%	1'255,6	1'175,9
Ratios					
Valeur ajoutée économique (VAE)	mio CHF		2,9%	129,9	126,3
Rendement du capital investi (ROIC) ⁸	%			13,9%	14,0%
Rendement des fonds propres (ROE)	%			18,1%	17,7%
Rapport dettes/capital	%			75,1%	88,5%
Actions					
Cours de l'action à la fin de l'exercice	CHF		(20,7%)	574	724
EBIT par action (émission)	CHF	9,5%	2,8%	67,8	66,0
Résultat net par action ⁹	CHF	16,9%	8,9%	44,0	40,4
Résultat dilué par action ¹⁰	CHF		(3,4%)	81,1	83,9
Dividende par action ¹¹	CHF		8,7%	12,5	11,5
Autres					
Effectifs			3,4%	7'525	7'281

³ EBIT + dépréciation sur biens, usines et équipements + amort. d'immobilisations incorporelles

⁴ Résultat net provenant des opérations en cours (y compris parts minoritaires)

⁵ Cash flow d'exploitation avant changements dans les actifs circulants

⁶ Actifs réalisables à court terme et engagements relatifs à des activités commerciales en cours et provisions à court terme

⁷ Total des fonds propres attribuables aux actionnaires de la société-mère

⁸ EBIT x (1-taux d'imposition effectif)/moyenne du capital utilisé

⁹ Basé sur le résultat net de l'exercice attribuable aux actionnaires de la société-mère, à l'exclusion de la perte nette d'opérations non poursuivies/actions en circulation (non dilué)

¹⁰ Cash flow d'exploitation avant changements dans les actifs circulants / actions en circulation (non dilué)

¹¹ Réduction de valeur nominale au lieu d'un dividende proposée par le Conseil d'administration pour 2008/09



Communiqué de presse

Chiffres-clés par régions

Pour l'exercice terminé au 31 août,		Variation (%)	2008/09	2007/08
Europe				
Volume des ventes	tonnes	0,7%	792'385	786'698
Chiffre d'affaires	mio CHF	(5,5%)	3'335,8	3'530,5
EBITDA	mio CHF	3,7%	369,7	356,5
EBIT	mio CHF	6,7%	296,2	277,6
Amériques				
Volume des ventes	tonnes	10,0%	321'852	292'614
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,0%	1'145,8	931,6
EBITDA	mio CHF	16,2%	109,7	94,4
EBIT	mio CHF	15,0%	91,4	79,5
Asie / reste du monde				
Volume des ventes	tonnes	14,6%	99'373	86'695
Chiffre d'affaires	mio CHF	12,8%	398,6	353,3
EBITDA	mio CHF	(26,0%)	41,6	56,2
EBIT	mio CHF	(36,0%)	33,1	51,7

Chiffres-clés par segment d'affaires

Pour l'exercice terminé au 31 août,		Variation (%)	2008/09	2007/08
Segment affaires industrielles				
Volume des ventes	tonnes	7,4%	979'051	911'819
<i>Cacao</i>	<i>tonnes</i>	<i>21,6%</i>	<i>196'808</i>	<i>161'811</i>
<i>Chocolat pour clients industriels</i>	<i>tonnes</i>	<i>4,3%</i>	<i>782'243</i>	<i>750'008</i>
Chiffre d'affaires	mio CHF	5,8%	3'447,0	3'258,3
<i>Cacao</i>	<i>mio CHF</i>	<i>24,1%</i>	<i>748,9</i>	<i>603,7</i>
<i>Chocolat pour clients industriels</i>	<i>mio CHF</i>	<i>1,6%</i>	<i>2'698,1</i>	<i>2'654,6</i>
EBITDA	mio CHF	5,1%	319,9	304,4
EBIT	mio CHF	3,0%	254,5	247,1
Segment service alimentaire / Commerce de détail				
Chiffre d'affaires	mio CHF	(8,0%)	1'433,2	1'557,1
<i>Gourmet & Spécialités</i>	<i>mio CHF</i>	<i>(4,3%)</i>	<i>622,6</i>	<i>650,7</i>
<i>Produits pour consommateurs</i>	<i>mio CHF</i>	<i>(10,6%)</i>	<i>810,6</i>	<i>906,4</i>
EBITDA	mio CHF	(0,7%)	201,2	202,7
EBIT	mio CHF	2,8%	166,2	161,7