



## **Barry Callebaut: ventes des neuf premiers mois de l'exercice 2007/08<sup>1</sup> Croissance dynamique des ventes**

- **Augmentation du volume des ventes de 10,0% à 872'993 tonnes**
- **Croissance du chiffre d'affaires de 18,6% à CHF 3'608,6 millions**
- **Confirmation des objectifs financiers à moyen terme**

Zurich/Suisse, 1<sup>er</sup> juillet 2008 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a publié aujourd'hui les chiffres-clés pour les neuf premiers mois de l'exercice 2007/08 au 31 mai 2008. Les chiffres correspondants de l'année précédente ont été recalculés, principalement pour tenir compte des activités non poursuivies. Les chiffres publiés comprennent la prise de participation, au 1<sup>er</sup> mai 2008, dans KLK Cocoa, dont le nom est désormais Barry Callebaut Malaysia.

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice en cours, la croissance des ventes de Barry Callebaut a continué de faire preuve de dynamisme. Leur volume a atteint 872'993 tonnes, ce qui correspond à un taux de croissance de 10,0% - plus de trois fois celui du marché mondial du chocolat. L'implémentation des importants contrats de sous-traitance conclus l'année dernière se poursuit comme prévu. Le volume des ventes a aussi été influencé par de nouveaux contrats conclus dans toutes les régions avec des clients industriels et artisanaux nouveaux et existants. Ces derniers ont plus que compensé l'impact d'une saison de vente pré-pascale plus courte, la fête de Pâques tombant cette année exceptionnellement tôt. Le recul des ventes qui en est résulté en mars a été suivi par des volumes plus élevés au cours des mois suivants, ce qui a conduit à une très forte croissance au troisième trimestre. Le chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'exercice en cours a progressé de 18,6% à CHF 3'608,6 millions. Ce résultat a été influencé positivement par la hausse des prix des matières premières qui ont atteint un niveau historique, et négativement par la faiblesse du dollar US et de la livre sterling face à l'euro et au franc suisse. L'évolution défavorable de ces taux de change commence à peser sur les exportations de chocolat Gourmet de l'Europe continentale vers les Etats-Unis, la Grande-Bretagne et l'Asie. C'est pourquoi Barry Callebaut s'apprête à lancer une ligne Gourmet produite aux Etats-Unis et en Asie.

### **Perspectives**

«Barry Callebaut se trouve dans une phase d'expansion géographique intense visant à créer une plateforme pour une croissance profitable supérieure à la moyenne pour les cinq prochaines années», a déclaré Patrick De Maeseneire, CEO de Barry Callebaut. «La focalisation sur notre organisation régionale s'avère payante et le taux de croissance des volumes continuera de dépasser largement celui du marché mondial du chocolat. L'industrie alimentaire est confrontée à une pression grandissante des coûts, en raison de la hausse des prix des matières premières et de l'énergie, de l'inflation et des incertitudes économiques. En outre, les taux de change et d'intérêt restent défavorables. A la lumière de ces défis, nous avons intensifié nos efforts pour améliorer l'efficacité et avons lancé un programme d'économies dans tout le Groupe. Grâce à la mise en place de ces mesures, nous sommes convaincus de pouvoir atteindre nos objectifs financiers<sup>2</sup> à quatre ans pendant la période 2007/08-2010/11, sous réserve d'événements majeurs imprévus.»

<sup>1</sup> Les chiffres de l'année précédente ont été recalculés pour les rendre conformes à la présentation actuelle

<sup>2</sup> En moyenne une croissance annuelle des ventes de 9-11%, de l'EBIT de 11-14% et du bénéfice net de 13-16%



# Communiqué de presse

## Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2007/08

<b>GROUPE</b>		<b>Variation (%)</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2008</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></b>
<i>Volume des ventes</i>	<i>t</i>	<i>10,0%</i>	<b>872'993</b>	793'685
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	<i>18,6%</i>	<b>3'608,6</b>	3'043,0

## Vue d'ensemble des ventes par régions pour les neuf premiers mois 2007/08

### *Région Europe*

La région Europe a réalisé une croissance du volume des ventes de 8,6% à 604'207 tonnes induite par une bonne demande de la clientèle industrielle et artisanale. Quant au chiffre d'affaires, il a augmenté de 19,8% à CHF 2'709,2 millions. Ce résultat est dû en partie aux fluctuations de change et à la hausse des prix des fèves de cacao par rapport à la même période de l'année précédente.

**Chocolat pour clients industriels** a profité de volumes de sous-traitance supplémentaires provenant de clients existants en Europe occidentale ainsi que de nouveaux contrats en Europe orientale. L'usine de Dijon, France, s'est agrandie d'installations de production de pâte à glacer et est devenue Centre d'excellence dans ce domaine. La nouvelle usine en Russie est maintenant entièrement opérationnelle. **Gourmet & Spécialités** a obtenu une bonne croissance du volume, en particulier dans les marchés traditionnels de Gourmet. Afin de développer encore ce domaine stratégique, la force de vente a été étoffée et une Chocolate Academy a été inaugurée à Zundert, Pays-Bas. Elle servira de plateforme supplémentaire de formation et de marketing pour la clientèle artisanale. Le chiffre d'affaires de **Produits pour les consommateurs Europe** s'est contracté en raison de la période de vente pascale exceptionnellement courte, déjà mentionnée plus haut.

### *Région Amériques*

Le volume des ventes de la région Amériques s'est accru de 17,6% à 211'708 tonnes. De ce fait, le chiffre d'affaires de la région a atteint CHF 668,0 millions, en augmentation de 19,6%. A taux de change constants, cette augmentation s'est chiffrée à 28,4%.

La croissance substantielle du secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** provient non seulement des livraisons à Hershey effectuées en vertu du contrat d'approvisionnement à long terme passé avec ce groupe, mais aussi de contrats avec de nouveaux clients grands et moyens. La construction de l'usine de chocolat au Mexique est en bonne voie. Les premiers essais sont prévus pour cet été. La production de l'usine de cacao de Swedesboro, NJ, est actuellement transférée à la nouvelle usine acquise en décembre 2007 de FPI, à Eddystone, PA. Cette opération devrait être terminée à la fin de l'année civile 2008. Le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** a également enregistré une croissance importante en dépit de taux de change défavorables. La montée de l'euro par rapport au dollar US a en effet augmenté les coûts des importations des produits Gourmet en provenance d'Europe. Afin de renforcer les relations avec les clients artisanaux, une nouvelle Chocolate Academy ouvrira ses portes à Chicago, en automne 2008. Les deux secteurs d'activités sont désormais idéalement positionnés pour pouvoir profiter d'une croissance accélérée au quatrième trimestre 2007/08 et au-delà.



# Communiqué de presse

## *Région Asie & reste du monde*

Le volume des ventes de la région Asie & reste du monde est resté stationnaire à 57'078 tonnes. Il a été affecté par la vente, en février de 2008, de SN Chocodi SA, la filiale ivoirienne de produits de consommation, et en février 2007, par celle de Chocosen, la filiale sénégalaise de produits de consommation. Compte non tenu de Produits pour les consommateurs Afrique, le volume des ventes s'est accru de 8,0%. Quant au chiffre d'affaires de la région Asie & reste du monde, il a augmenté de 3,8% à CHF 231,4 millions.

Etant donné que des capacités de production supplémentaires existent actuellement dans la nouvelle usine en Chine, les volumes du secteur d'activité **Chocolat pour clients industriels** de la région Asie connaissent une croissance exponentielle. Celle-ci s'accéléra encore au quatrième trimestre. Les préparatifs en vue des premières livraisons de chocolat à Morinaga, au Japon, prévues pour le début de 2009, sont en cours. **Gourmet & Spécialités** continue de bénéficier d'une forte demande pour toutes les marques Gourmet. L'intégration de KLK Cocoa, dont une participation de 60% a été acquise récemment, est maintenant achevée.

## **Chiffres-clés des ventes par régions pour les neuf premiers mois 2007/08**

<i>EUROPE</i>		<i>Variation (%)</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2008</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></i>
<i>Volume des ventes</i>	<i>t</i>	8,6%	604'207	556'539
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	19,8%	2'709,2	2'261,5

<i>AMÉRIQUES</i>		<i>Variation (%)</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2008</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></i>
<i>Volume des ventes</i>	<i>t</i>	17,6%	211'708	179'995
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	19,6%	668,0	558,6

<i>ASIE &amp; reste du monde</i>		<i>Variation (%)</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2008</i>	<i>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></i>
<i>Volume des ventes</i>	<i>t</i>	-0,2%	57'078	57'191
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	3,8%	231,4	222,9

## **Développement des segments d'affaires au cours des neuf premiers mois 2007/08**

### *Segment Affaires industrielles: bénéficie de nouvelles affaires avec des clients existants et nouveaux*

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'activité Chocolat pour clients industriels et Cacao & approvisionnement global.

Tant les ventes de produits à base de cacao à des tiers du secteur d'activité Cacao que celles de Chocolat pour clients industriels bénéficient de nouveaux contrats passés avec des clients existants et nouveaux. Tendance croissante.



# Communiqué de presse

## **Segment Services alimentaires/Commerce de détail: la demande de produits Gourmet reste forte**

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 englobe les secteurs d'activités Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs.

**Gourmet & Spécialités** a de nouveau enregistré une forte demande pour la totalité de l'assortiment de produits et de marques. Le chiffre d'affaires du secteur d'activités s'est accru de 12,4% pendant la période sous revue. A l'instar d'autres entreprises de la branche, le secteur d'activités **Produits pour les consommateurs** de Barry Callebaut a subi l'effet négatif de la courte saison de ventes pré-pascale.

### **Chiffres-clés des ventes par segments pour les neuf premiers mois de l'exercice 2007/08**

<b>SEGMENT INDUSTRIEL</b>		<b>Variation (%)</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2008</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></b>
<i>Volume des ventes</i>	<i>t</i>	13,9%	674'627	592'358
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	28,3%	2'394,5	1'866,7

<b>SERVICES ALIMENT/ COMM. DE DÉTAIL</b>		<b>Variation (%)</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2008</b>	<b>Neuf mois au 31 mai 2007<sup>1</sup></b>
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>mio CHF</i>	3,2%	1'214,1	1'176,3

\* \* \*

#### **Barry Callebaut ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

*Avec un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4 milliards pour l'exercice 2006/07, 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. Présent dans 25 pays, Barry Callebaut possède quelque 40 sites de productions et occupe 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. 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.*

\* \* \*

### **Calendrier financier de l'exercice 2007/08 (du 1<sup>er</sup> septembre 2007 au 31 août 2008):**

Résultats annuels 2007/08: 6 novembre 2008, Zurich  
Assemblée générale annuelle 2007/06: 4 décembre 2008, Zurich

\* \* \*

#### **Contacts**

##### **Pour investisseurs et analystes financiers:**

Simone Lalive d'Épinay, Head of IR  
Barry Callebaut AG  
Tél. +41 43 204 04 23  
[simone\\_lalive@barry-callebaut.com](mailto:simone_lalive@barry-callebaut.com)

##### **Pour les médias:**

Josiane Kremer, Corp.Communications  
Barry Callebaut AG  
Tél. +41 43 204 04 58  
[josiane\\_kremer@barry-callebaut.com](mailto:josiane_kremer@barry-callebaut.com)



# Communiqué de presse

## Chiffres-clés du Groupe Barry Callebaut (non révisés)

		Variation (%)	9 mois au 31 mai. 2008	9 mois au 31 mai. 2007 <sup>1</sup>
<b>Ventes par régions</b>				
Chiffre d'affaires	mio CHF	18.6%	3,608.6	3,043.0
Région Europe	mio CHF	19.8%	2,709.2	2,261.5
Région Amériques	mio CHF	19.6%	668.0	558.6
Région Asie & r. du m.	mio CHF	3.8%	231.4	222.9
<b>Volume des ventes</b>				
Région Europe	t	10.0%	872,993	793,685
Région Amériques	t	17.6%	211,708	179,955
Région Asie & r. du m.	t	-0.2%	57,078	57,191
<b>Ventes par segments d'affaires</b>				
<b>Affaires industrielles</b>				
Chiffre d'affaires	mio CHF	28.3%	2,394.5	1,866.7
Cacao	mio CHF	22.9%	418.9	340.8
Chocolat pour clients industriels	mio CHF	29.5%	1,975.6	1,525.9
Volume des ventes	t	13.9%	674,627	592,358
Cacao	t	5.1%	112,995	107,495
Chocolat pour clients industriels	t	15.8%	561,632	484,863
<b>Services alimentaires/Comm. de détail</b>				
Chiffre d'affaires	mio CHF	3.2%	1,214.1	1,176.3
Gourmet & Spécialités	mio CHF	12.4%	503.9	448.4
Produits pour consommateurs	mio CHF	-2.4%	710.2	727.9

<sup>1</sup> Les chiffres de l'année précédente ont été recalculés pour les rendre conformes à la présentation actuelle