



## Barry Callebaut annonce les résultats des neuf premiers mois de l'exercice 2003/04 : **Croissance organique solide dans tous les secteurs d'activités**

- **Chiffre d'affaires de CHF 3,1 milliards (+12 %)**
- **Résultat d'exploitation (EBIT) de CHF 169,6 millions (+4 %)**
- **Acquisition d'AM Foods afin de compléter l'offre de produits vending mix pour le marché porteur de la consommation « hors domicile » (voir aussi le communiqué de presse spécial)**

*Zurich/Suisse, le 5 juillet 2004* – Barry Callebaut AG, leader mondial de produits de cacao et de chocolat, a annoncé aujourd'hui ses résultats au 31 mai 2004, à la fin des neuf premiers mois de l'exercice 2003/04. Le chiffre d'affaires a progressé de 12 %, le volume des ventes de 11 %, ces deux résultats ayant en partie subi l'effet de la première consolidation de Luijckx pour les premiers six mois et de Brach's pour les neuf premiers mois de l'exercice en cours. Le résultat d'exploitation (EBIT) a crû de 4 % pour atteindre CHF 169.6 millions. Le résultat net (PAT) s'est établi à CHF 78.8 millions, soit en retrait de 4 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Le chocolat est un secteur à caractère saisonnier avec des pics de ventes et de recettes entre le mois d'août et la fin mars, les ventes et les recettes étant moins importantes au printemps et en été. Le troisième trimestre est de ce fait toujours la période la plus faible de Barry Callebaut, cette année plus particulièrement, puisque Pâques est tombé une semaine plus tôt en 2004 qu'en 2003.

Patrick De Maeseneire, CEO de Barry Callebaut, a remarqué : « Nous avons enregistré une croissance organique supérieure à celle du marché dans tous nos secteurs d'activités, c'est-à-dire Cacao et Chocolat pour clients industriels, Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs. Alors que nous sommes satisfaits des résultats obtenus dans toutes les régions en général, nous faisons preuve de retenue en ce qui concerne le développement économique faible et la poursuite de la pression sur les prix en Allemagne ».

**Le chiffre d'affaires** a progressé de 12 % à CHF 3,100.9 millions au cours des neuf mois clos le 31 mai 2004, en hausse par rapport aux CHF 2,760.9 millions enregistrés au cours de la même période de l'exercice précédent. Cette augmentation est due en partie à la première consolidation de Luijckx et de Brach's, ainsi qu'à la croissance organique, à l'impact favorable des devises et à des améliorations des marges, légèrement contrecarrée par des prix moyens moins élevés des fèves de cacao. La croissance organique nette a atteint le niveau réjouissant de 3 %.

**Le volume des ventes** a enregistré une augmentation de 11 % à 758,401 tonnes, contre 685,265 tonnes douze mois auparavant. La croissance organique des volumes a dépassé les 3 %.

**Le résultat d'exploitation (EBIT)** a crû de 4 % pour atteindre CHF 169,6 millions, surtout en raison de l'acquisition de Brach's et de Luijckx, mais aussi grâce aux effets



# Communiqué de presse

---

positifs sur le plan des devises. Le résultat a subi le contrecoup des coûts liés à deux projets de restructuration d'un montant de CHF 3,5 millions menés à bien dans le secteur du Cacao au Cameroun et en France, ainsi que de la performance plus faible des Produits pour les consommateurs Europe au troisième trimestre, combiné avec un effet négatif non-récurrent sur les marges dû à des prix nettement plus élevés des noisettes et avec un effet limité non récurrent d'évaluation sur la position du cacao pour les affaires régies par des listes de prix, d'un montant total de CHF 10,3 millions.

En raison de la bonne performance des secteurs Cacao, Chocolat pour clients industriels et Gourmet & Spécialités, le résultat d'exploitation (EBIT) par tonne a fléchi de 6 % seulement à CHF 223,6 par tonne. – **Les charges financières** ont atteint CHF 69,1 millions, alors qu'elles étaient de CHF 55,1 millions un an auparavant. Cette augmentation de 25 % reflète l'impact net du financement des acquisitions, y compris des dettes assumées, partiellement compensé par de meilleurs niveaux des actifs circulants. – **Les impôts** ont reculé à CHF 21,0 millions, ce qui a ramené le taux d'imposition moyen de l'entreprise à 21,1 %, contre 21,9 % pour la même période de l'exercice précédent. – **Le résultat net (PAT)** a été de CHF 78,8 millions, soit 4 % de moins que les CHF 82,4 millions de la période de référence. Cette diminution est due à la lenteur de la croissance de l'EBIT et à l'augmentation des charges de financement au cours du premier semestre.

**Les fonds propres** ont augmenté de 0.6 % à CHF 763,5 millions, alors qu'ils étaient de CHF 759,2 millions à la fin de l'exercice précédent, le 31 août 2003.

Le 31 mai 2004, le groupe occupait un **effectif** de 8'601 personnes, ou 10 % de plus que le 31 août 2003, cette croissance étant due pour l'essentiel à l'acquisition de Brach's.

## Développement des segments d'affaires

### **Segment Affaires industrielles**

Le segment Affaires industrielles se focalise sur la vente de cacao et de produits de chocolat à des transformateurs industriels et à des fabricants de biens de consommation dans le monde entier.

Le volume des ventes a atteint 484'434 tonnes, soit 2 % de mieux que les 476'881 tonnes pour la même période de l'exercice précédent.

- Afin d'optimiser les frais fixes, le groupe a de nouveau augmenté, ainsi qu'il l'avait déjà annoncé, les ventes de produits de cacao à des clients tiers de façon à atteindre 93'838 tonnes, ce qui représente une augmentation de 3 % par rapport aux 90'687 tonnes pour la même période de l'exercice précédent.
- Le volume des ventes du secteur d'activités Chocolat pour clients industriels a atteint 390'596 tonnes. Si l'on ne tient pas compte de la cessation partielle des ventes industrielles à marge basse voire négative de Stollwerck et de la reclassification d'anciennes livraisons à Brach's et à Luijckx comme ventes interentreprises au groupe, la croissance organique en volumes a été de 4 % au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2003/04. Cette croissance a été



# Communiqué de presse

---

remarquée notamment en France, dans les pays méditerranéens, en Scandinavie, dans la zone Asie/Pacifique et en Amérique du Nord où les chocolats à teneur réduite en hydrates de carbone et les chocolats sans adjonction de sucre se révèlent rencontrer un succès particulier chez les acheteurs. De plus, et allant encore un pas plus loin dans la tendance à la sous-traitance, le groupe a signé le premier contrat à long terme de sous-traitance pour un gros fabricant de biens de consommation portant sur la production, le moulage et l'emballage de produits pour les consommateurs.

Le chiffre d'affaires du segment Affaires industrielles s'est inscrit à CHF 1'627,4 millions, alors qu'il avait été de CHF 1'656,8 millions pour la même période de l'exercice précédent.

- En raison de la baisse des prix des fèves de cacao et de la faiblesse du dollar des Etats-Unis par rapport au franc suisse – le dollar est une des principales devises du marché des fèves de cacao – le chiffre d'affaires du secteur d'activités Cacao a baissé de 12 %.
- D'autre part, grâce à la progression des volumes et à l'amélioration des marges, influence partiellement contrecarrée par la baisse des prix des fèves de cacao, le secteur d'activités Chocolat pour clients industriels a pu faire progresser son chiffre d'affaires de 2 % à CHF 1'224,0 millions, en progrès par rapport aux CHF 1'196,0 millions (avant les ajustements comptables mentionnés plus haut sous "Volumes des ventes").

## **Segment Services alimentaires/Commerce de détail**

Le segment Services alimentaires/Commerce de détail vise à servir un vaste éventail de clients, depuis les artisans locaux jusqu'aux chaînes mondiales de grande distribution.

Le chiffre d'affaires a fait un bond en avant de 33 % à CHF 1'473,5 millions, CHF 310,6 millions ou 28 % résultant de la première consolidation de Brach's et de Luijckx.

- Le chiffre d'affaires annoncé par le secteur d'activités Gourmet & Spécialités fait état d'une augmentation de 13 %, passant ainsi de CHF 367,4 millions à CHF 414,1 millions. La croissance organique de 6 % résulte d'une croissance organique des volumes et d'un meilleur mélange de produits à marge supérieure.
- Le chiffre d'affaires du secteur d'activités Produits pour les consommateurs a atteint CHF 1'059,4 millions. Ceci équivaut à une progression de CHF 322,7 millions ou 44 % par rapport à la même période de l'exercice précédent, dont CHF 284,8 millions s'expliquent par la première consolidation de Brach's. La croissance organique a été de 5 %. Elle a été réalisée au sein du secteur d'activités Produits pour les consommateurs Europe, principalement en augmentant les ventes sous marques de clients.

## Acquisition stratégique dans le secteur d'activités Gourmet & Spécialités

Conformément à la stratégie du groupe visant à augmenter la part des ventes du secteur d'activités Gourmet & Spécialités, le 2 juillet 2004 Barry Callebaut a signé un accord avec la société danoise Arla Foods portant sur l'acquisition des affaires de sa filiale AM



# Communiqué de presse

---

Foods K/S, entièrement spécialisée dans la production et la vente de produits vending mix chocolat et cappuccino de qualité supérieure. L'acquisition d'AM Foods permet à Barry Callebaut d'atteindre deux objectifs : d'abord disposer de son propre site de fabrication à la pointe de la technologie, avec toutes les ressources de R&D nécessaires, et ensuite renforcer sa position en Europe, une région où la consommation « hors domicile » est en progression rapide et où le degré d'équipement en distributeurs automatiques est encore faible comparé à l'Amérique du Nord ou au Japon.

De plus amples détails au sujet de cette transaction se trouvent dans le communiqué de presse spécial publié le 5 juillet 2004 par Barry Callebaut et AM Foods.

## Mise à jour des affaires consommateurs

L'Allemagne, qui représente 69 % du volume des ventes des Produits pour les consommateurs Europe, se caractérise toujours par une pression sur les prix et par une économie très faible. Les données récentes relatives au marché allemand confirment la croissance continue des produits "premium" et des produits sous marque du client, les produits de marque de milieu de gamme étant le plus exposés. Les Produits pour les consommateurs Europe ont enregistré une croissance supérieure à la moyenne des produits sous marque des clients. Les prix des matières premières ont entraîné un effet négatif non récurrent qui a demandé des mesures de correction : d'abord, il y a eu la brusque augmentation de 250 % du prix des noisettes – un important ingrédient des produits pour les consommateurs –, qui ne pouvait pas être récupérée; ensuite il a fallu réévaluer la position de couverture pour les affaires régies par des listes de prix en raison de la baisse des prix des fèves de cacao.

A l'avenir, le défi consiste à continuer de réduire les coûts et à les mettre en accord avec le potentiel des marchés, parce que le leadership en matière de coûts est l'élément clé en ce qui concerne les produits sous marque de client. En outre, Barry Callebaut a l'intention de se développer en direction de marques de clients à valeur ajoutée, d'un prix supérieur – domaine pour lequel le groupe connaît de bons exemples au Royaume-Uni et au Canada – et de forcer les exportations afin de moins dépendre de l'Allemagne. Le programme de restructuration initial du secteur Produits pour les consommateurs Europe est presque terminé. Si la pression sur les prix persiste et si l'économie allemande ne reprend pas, il faudrait envisager d'autres mesures.

Les Produits pour les consommateurs Amérique du Nord ont annoncé de bonnes ventes des produits saisonniers et des produits au chocolat. Le redressement de Brach's se poursuit comme prévu. La stratégie reste focalisée sur la poursuite de la réduction des coûts de production, sur la progression de la part des produits au chocolat et sur l'introduction d'une gamme de sucreries "meilleures pour vous" pour répondre à la tendance parmi les consommateurs américains de manger moins de sucres et d'hydrates de carbone.



# Communiqué de presse

---

## Perspectives

Considérant l'ensemble de l'exercice 2003/04, Patrick De Maeseneire, CEO du groupe, a dit : « Les performances enregistrées en Allemagne au cours du troisième trimestre par les Produits pour les consommateurs ont déçu. Cependant, les contrats en cours et les perspectives pour nos affaires avec les utilisateurs industriels et artisanaux d'ici à la fin de l'exercice sont très bons. Nous sommes donc confiants de pouvoir atteindre nos objectifs opérationnels ».

\* \* \*

**Pour de plus amples informations, il est possible de consulter la "Letter to Investors" contenant des informations financières plus détaillées, publiée en anglais et en allemand sur internet par Barry Callebaut ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com), voir sous "Investors/Documentation").**

\* \* \*

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

*Avec un chiffre d'affaires annuel de quelque 3,6 milliards de CHF pour l'exercice 2002/03, le groupe Barry Callebaut domicilié à Zurich, Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits de cacao, de chocolat et de sucreries de qualité supérieure – de la fève de cacao au produit fini sur les rayons des magasins. Après l'acquisition de Brach's Confections Holding, Inc., en septembre 2003, Barry Callebaut entretient plus de 30 sites de production dans 17 pays et occupe quelque 8'500 collaboratrices et collaborateurs. Le groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les producteurs alimentaires industriels jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat (tels que les chocolatiers, les confiseurs ou les pâtisseries) et au commerce de détail. Barry Callebaut fournit aussi une gamme complète de services dans les domaines du développement des produits, du traitement, de la formation et du marketing.*

*L'exercice 2003/04 sera clos le 31 août 2004. Les résultats concernant l'exercice 2003/04 seront publiés le 10 novembre 2004 (conférences pour la presse et les analystes).*

## Contacts

### **Investisseurs et analystes financiers:**

Dieter A. Enkelmann, CFO  
Barry Callebaut AG  
Téléphone: +41 1 801 61 43  
Téléfax: +41 1 801 61 53  
e-mail: [dieter\\_enkelmann@barry-callebaut.com](mailto:dieter_enkelmann@barry-callebaut.com)

### **Médias:**

Gaby Tschofen  
Barry Callebaut AG  
Téléphone: +41 1 801 61 60  
Téléfax: +41 1 801 61 53  
e-mail: [gaby\\_tschofen@barry-callebaut.com](mailto:gaby_tschofen@barry-callebaut.com)



# Communiqué de presse

---

Une conférence téléphonique pour les analystes, les investisseurs institutionnels et les journalistes se déroulera de la manière suivante :

Date: lundi 5 juillet 2004  
Heure: de 09 h 00 à env. 10 h 00 (HEC) / de 08 h 00 à env. 09 h 00 (GMT)

Veillez appeler le numéro suivant entre 5 et 10 minutes avant le début prévu de la conférence:

**+41 91 610 56 00 (pour des personnes en Europe continentale)**  
**+44 207 107 06 11 (pour des personnes du Royaume-Uni)**  
**+1 866 291 41 66 (pour des personnes en Amérique du Nord, numéro vert)**

Vous serez prié de vous identifier et de prononcer le mot de passe '**chocolat**'.

La conférence se déroulera en anglais. Les questions peuvent cependant aussi être posées en français ou en allemand.

Vous pouvez suivre la présentation grâce à notre audio web cast. Pour accéder à ce web cast, il suffit de suivre le lien sur notre page d'accueil ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)).

Le communiqué de presse, la Lettre aux investisseurs plus détaillée et la présentation utilisée pendant la conférence téléphonique peuvent être téléchargés sur notre site web ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)) à partir du 5 juillet 2004 à 07 h 00 HEC.

Il sera possible de réécouter l'audio web cast à partir du 5 juillet 2004 (17 h 00 HEC) sur notre site web sous Investors/Documentation/Webcasts. Il sera également possible de réécouter la conférence à partir du 5 juillet 2004 pendant 72 heures en composant le **+41 91 612 43 30** (depuis l'Europe continentale), le **+1 412 317 00 88** (depuis les Etats-Unis) et le **+44 207 866 43 00** (depuis le Royaume-Uni) – suivi du code '**418**' et du signe #.

Si vous avez besoin d'aide, veuillez contacter Mme Susanne Düggelin (téléphone : +41 1 801 61 73 ou e-mail: [susanne\\_dueggelin@barry-callebaut.com](mailto:susanne_dueggelin@barry-callebaut.com)).



# Communiqué de presse

## Principaux indicateurs de Barry Callebaut AG (non révisés)

en CHF		Changement en (%)	9 mois jusqu'au 31 mai 2004	9 mois jusqu'au 31 mai 2003
<b>Compte du résultat</b>				
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	CHF m	12.3%	3,100.9 3,023.0	2,760.9
Volume des ventes	mt	10.7%	758,401	685,265
Résultat d'exploitation (EBIT) <i>en monnaies locales</i>	CHF m	4.4%	169.6 163.7	162.4
EBIT par tonne <i>en monnaies locales</i>	CHF	-5.7%	223.6 215.8	237.0
Résultat net (PAT) <i>en monnaies locales</i>	CHF m	-4.4%	78.8 77.5	82.4
Cash flow (1)	CHF m	3.8%	181.9	175.3
<b>Actions</b>				
EBIT par action	CHF	4.4%	32.80	31.42
Résultat par action (non dilué)	CHF	-4.4%	15.28	15.96
Résultat par action (dilué)	CHF	-4.4%	15.24	15.94
			<b>31 mai 2004</b>	<b>31 août 2003</b>
<b>Bilan</b>				
Total du bilan	CHF m	1.5%	2,753.2	2,712.7
Actif circulant net	CHF m	9.3%	1,044.3	955.1
Immobilisations	CHF m	1.6%	1,066.9	1,049.9
Dette nette	CHF m	2.8%	1,059.1	1,030.1
Fonds propres	CHF m	0.6%	763.5	759.2
<b>Autres</b>				
Effectif		9.7%	8,601	7,837

1) Résultat net + dépréciation des immobilisations + amortissement du goodwill et d'autres valeurs immatérielles



# Communiqué de presse

## Principaux indicateurs par segments d'affaires

in CHF		Change- ment (%)	9 mois jusqu'au 31 mai 2004	9 mois jusqu'au 31 mai 2003
<b>Segment Affaires industrielles</b>				
Chiffre d'affaires	CHF m	-1.8%	1,627.4	1,656.8
- Cacao	CHF m	-12.5%	403.4	460.8
- Chocolat pour clients industriels	CHF m	2.3%	1,224.0	1,196.0
Volume des ventes	mt	1.6%	484,434	476,881
- Cacao	mt	3.5%	93,838	90,687
- Chocolat pour clients industriels	mt	1.1%	390,596	386,194
<b>Segment Services alimentaires/Commerce de détail</b>				
Chiffre d'affaires	CHF m	33.5%	1,473.5	1,104.1
- Gourmet & Spécialités	CHF m	12.7%	414.1	367.4
- Produits pour les consommateurs	CHF m	43.8%	1,059.4	736.7