



Communiqué de presse

Barry Callebaut: ventes des neuf premiers mois de l'exercice 2009/10

La croissance des volumes s'est encore accélérée

- 3^e trimestre: en hausse de 11,3%, le volume des ventes a connu un nouvel élan
 - 9 premiers mois: progression du volume des ventes de 8,9% à 975'044 tonnes
- 3^e trimestre: augmentation du chiffre d'affaires de 19,4% en monnaies locales (+15,9% en francs suisses)
 - 9 premiers mois: croissance du chiffre d'affaires de 11,7% en monnaies locales qui a atteint CHF 3'926,4 (+7,9% en francs suisses)
- Avec 25,6% au troisième trimestre et 20,3% pendant les 9 premiers mois, les produits Gourmet & Spécialités ont enregistré une croissance du volume des ventes supérieure à la moyenne
- Confirmation des objectifs financiers à trois ans¹

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2009/10

GROUPE		Variation (en %)	Neuf mois au 31 mai 2010	Neuf mois au 31 mai 2009
Volume des ventes	tonnes	8,9	975'044	895'391
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	7,9 11,7	3'926,4	3'638,9

Zurich/Suisse, 30 juin 2010 – Barry Callebaut SA, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a publié aujourd'hui ses chiffres-clés de vente pour les neuf premiers mois au 31 mai 2010 de l'exercice 2009/10. Pour la période sous revue, le volume des ventes a atteint 975'044 tonnes, en augmentation de 8,9%. Après une robuste progression de 8,5% au deuxième trimestre de l'exercice en cours, la croissance du volume des ventes s'est encore accélérée au troisième trimestre pour s'inscrire à 11,3%. Les principaux ressorts de cette croissance pour les neuf premiers mois de l'exercice en cours sont des taux de croissance supérieurs à la moyenne dans les marchés émergents, la mise en place de contrats de sous-traitance et des gains de parts de marché. Toutes les régions ont contribué à cette forte croissance générale des volumes avec, en tête, celles d'Asie-Pacifique (+20,9%) et des Amériques (+16,8%). En termes de groupes de produits, ceux de Gourmet & Spécialités ont enregistré une excellente croissance de 20,3%. La croissance de Barry Callebaut contraste fortement avec l'atonie du marché mondial du chocolat entre septembre 2009 et avril 2010 [Source: Nielsen]. Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2009/10, le chiffre d'affaires en monnaies locales s'est accru de 11,7%. En francs suisses, la monnaie de présentation du Groupe, le chiffre d'affaires a progressé de 7,9% à CHF 3'926,4 millions.

Perspectives

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Nous sommes très fiers de la croissance remarquable du volume des ventes au cours des neuf premiers mois de l'exercice en cours. Au troisième trimestre, nous sommes parvenus à accélérer encore notre rythme de croissance. Nous avons profité de notre expansion ciblée dans les marchés émergents, tels que l'Europe orientale, la Chine, le Mexique et le Brésil où en mai 2010, nous avons inauguré notre première usine de chocolat en Amérique du Sud. Partant des solides fondations que nous avons établies en Europe occidentale et en Amérique du Nord, nous sommes désormais encore mieux placés pour exploiter le potentiel de croissance des marchés du chocolat les plus dynamiques du monde. En outre, nous sommes particulièrement satisfaits de l'excellent développement des affaires des produits Gourmet & Spécialités, dont les marges sont élevées. Pour les prochains mois, nous nous attendons encore à un ratio combiné du cacao² à terme défavorable ainsi qu'à des effets négatifs des taux de change. Cependant, en nous basant sur notre stratégie de croissance et le soutien que représente la tendance persistante à la sous-traitance, nous sommes convaincus de pouvoir continuer de dépasser notablement le marché mondial du chocolat et atteindre nos objectifs financiers à trois ans¹.»

¹ Objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10-2011/12: croissance moyenne du volume de 6-8% et croissance moyenne de l'EBIT en monnaies locales au moins en phase avec celle du volume – sauf imprévus majeurs.

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

Evolution du marché mondial du chocolat*

De septembre 2009 à avril 2010, le marché mondial de la confiserie en chocolat a stagné en termes de **volume**. Il a commencé de se redresser entre février et avril 2010, progressant de 3,5% en volume, avant tout sous l'influence des principaux marchés d'Europe occidentale (+3,2%), des Etats-Unis (+7,3%) ainsi que des marchés émergents, tels que la Chine (+22,9%) et le Brésil (+9,8%). En revanche, l'Europe orientale est restée marquée par un taux de croissance négatif dû surtout au recul des volumes en Russie (-3,1%).

* Source: Nielsen septembre 2009 - avril 2010

Vue d'ensemble des ventes par régions pour les neuf premiers mois de l'exercice 2009/10

Approvisionnement global & Cacao³

Au deuxième et troisième trimestre de l'exercice en cours, les prix sur les marchés à terme du cacao se sont stabilisés à un niveau record. Il est probable qu'ils resteront élevés et volatils. Au cours des neuf premiers mois, le prix mondial du sucre a été extrêmement volatil. Il devrait se maintenir au bas niveau actuel. Dans le marché réglementé de l'UE, principale source d'approvisionnement de Barry Callebaut, le prix du sucre ne devrait guère changer. A partir de mars 2010, les prix des produits laitiers ont augmenté considérablement, puis se sont stabilisés à un niveau relativement élevé par rapport à l'année précédente. Le modèle d'affaires de Barry Callebaut a permis au Groupe de bien maîtriser cette situation de prix élevés et de grande volatilité, car il autorise le report des coûts des matières premières sur les clients à hauteur d'environ 80% du volume des ventes (modèle cost-plus).

Durant la période sous revue, Approvisionnement global & Cacao a accru de 9,4% à 156'915 tonnes le **volume** de produits à base de cacao vendu à des tiers. Les capacités d'utilisation de broyage ont augmenté dans le marché en raison de la forte demande de poudre de cacao, alors que la demande de beurre de cacao était faible, ce qui a conduit à une situation excédentaire. Le ratio combiné du cacao à terme est resté sous pression, parce que le prix élevé de la poudre de cacao n'a pas pu compenser la faiblesse du prix du beurre de cacao. Ce ratio devrait rester défavorable au cours des prochains mois. Quant au **chiffre d'affaires**, il s'est inscrit à CHF 689,7 millions – une forte progression de 26,9% en monnaies locales (+25,9% en CHF), ce qui est dû en partie à des prix plus élevés pour les fèves.

Région Europe

Ayant maintenu une croissance vigoureuse pendant les neuf premiers mois de l'exercice en cours, la Région Europe a enregistré une augmentation de 5,5% à 572'060 tonnes de son **volume de ventes**. Tant l'Europe occidentale que l'orientale ont connu un très bon troisième trimestre, bien qu'en Russie, l'un des marchés-clés d'Europe orientale, la reprise économique soit restée à la traîne. Des acquisitions, des gains de parts de marché et une focalisation accrue sur les activités de Produits Gourmet & Spécialités ont fait que la contribution de ce secteur a été particulièrement remarquable, tout en confirmant la tendance déjà constatée aux deux trimestres précédents. Le **chiffre d'affaires** de la région Europe a atteint CHF 2'350,9 millions, en hausse de 4,4% en monnaies locales. En francs suisses, la croissance du chiffre d'affaires a été de 0,7% en raison de l'effet défavorable des fluctuations de change.

Région Amériques

Soutenue par de meilleures dispositions chez les consommateurs aux Etats-Unis et par une reprise rapide dans les marchés-clés d'Amérique du Sud après la crise économique globale, la croissance du **volume des ventes** a été très élevée, par rapport à la période correspondante de l'année précédente, soit +16,8% à 210'540 tonnes. La croissance provient au premier chef de Chocolat pour clients industriels, grâce à la bonne performance du secteur des grands clients ainsi qu'à de nouveaux volumes enregistrés dans le cadre de contrats de sous-traitance existants. Profitant de l'augmentation de la consommation à domicile, alors que celle des restaurants est restée faible, les ventes des produits Gourmet & Spécialités ont aussi fortement progressé. En juin, la production a commencé dans la nouvelle usine de chocolat d'Extrema, au Brésil. Le **chiffre d'affaires** de la région s'est accru de 23,0% en monnaies locales (+16,0% en CHF) et s'est élevé à CHF 733,4 millions pour les neuf mois de la période sous revue.

³ NB: Les chiffres figurant sous «Approvisionnement global et Cacao» comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao (les produits semi-finis aussi) à des tiers dans toutes les régions, alors que les chiffres figurant dans les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.



Communiqué de presse

Région Asie-Pacifique

Les marchés de cette région sont généralement en reprise, à l'exception de celui du Japon. Si la demande de produits à base de chocolat premium et à prix abordable augmente, celle des produits à prix moyen ne suit pas encore. Pendant la période sous revue, la région Asie-Pacifique a enregistré une forte croissance de 20,9% à 35'529 tonnes du **volume des ventes**, avant tout sous l'influence des produits pour clients industriels, lesquels ont engrangé partout de grosses commandes. Les produits Gourmet & Spécialités ont profité des premiers signes de reprise, du retour de la mode des cadeaux ainsi que de la faiblesse de l'euro. Ces facteurs ont conduit à une solide croissance du volume des produits Gourmet & Spécialités dans toutes les régions et toutes les marques, qu'elles soient produites localement ou importées. Résultant avant tout de volume des ventes plus élevé, le chiffre d'affaires a augmenté de 25,0% en monnaies locales (+21,6% en CHF) et a atteint CHF 152,4 millions.

Développement par groupes de produits pendant les neuf premiers mois de l'exercice 2009/10

Produits à base de cacao

Voir «Approvisionnement global & Cacao»

Produits pour clients industriels

Les produits pour clients industriels ont enregistré une augmentation du **volume des ventes** de 9,6% à 614'372 tonnes. Toutes les régions ont contribué à ce résultat, en particulier les pays de l'ALENA et d'Asie-Pacifique. La part la plus importante de cette croissance revient à la bonne performance du secteur des grands clients et à la mise en place en continu de contrats de sous-traitance. Le **chiffre d'affaires** a progressé de 11,0% en monnaies locales (+6,0% en CHF) pour atteindre CHF 2'026,7 millions.

Produits Gourmet & Spécialités

Le **volume des ventes** a fortement augmenté, soit de 20,3% à 103'350 tonnes. Toutes les régions ont contribué à ce résultat, lequel a été influencé par une croissance organique ainsi que par l'acquisition d'Eurogran et de Chocovic. Les marques européennes ont enregistré une performance particulièrement bonne, soutenue par des taux de change favorables de l'euro. Le **chiffre d'affaires** a progressé de 20,6% en monnaies locales (+16,6% en CHF) et a atteint CHF 553,2 millions.

Produits pour les consommateurs

Le **volume des ventes** a légèrement augmenté au troisième trimestre. Pour les neuf premiers mois de la période sous revue, le volume s'est contracté de 5,0% à 100'407 tonnes, partiellement en conséquence du désinvestissement des affaires de produits de consommation en Asie-Pacifique l'année précédente. Le secteur a pu améliorer encore ses ventes en dehors de l'Allemagne, son marché de base. Les tablettes, les pralinés et les barres de chocolat se sont bien vendus, alors que les produits saisonniers ont diminué de volume. Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à CHF 656,9 millions, une diminution de 4,3% en monnaies locales et de 6,7% en CHF.

* * *



Communiqué de presse

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

Avec un chiffre d'affaires annuel d'environ CHF 4,9 milliards 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. Présent dans 26 pays, Barry Callebaut possède plus de 40 sites de production 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. Barry Callebaut est le leader mondial de l'innovation dans les domaines du cacao et du 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 plus durable du cacao.

* * *

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

Résultats annuels 2009/10 (communiqué et conférence)	4 novembre 2010, Zurich
Assemblée générale annuelle 2009/10	7 décembre 2010, Zurich

* * *

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers:

Evelyn Nassar, Head of Investor Relations
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 23
evelyn_nassar@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

Chiffres-clés des ventes du Groupe Barry Callebaut pour les neuf premiers mois 2009/10 (non audités)

		Variation en %		Neuf mois au 31 mai 2010	Neuf mois au 31 mai 2009
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
<u>GROUPE</u>					
Volume des ventes	Tonnes		8,9%	975'044	895'391
Chiffre d'affaires	mio CHF	11,7%	7,9%	3'926,4	3'638,9
<u>PAR RÉGIONS</u>					
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	Tonnes		9,4%	156'915	143'391
Chiffre d'affaires	mio CHF	26,9%	25,9%	689,7	547,8
Europe					
Volume des ventes	Tonnes		5,5%	572'060	542'373
Chiffre d'affaires	mio CHF	4,4%	0,7%	2'350,9	2'333,6
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		16,8%	210'540	180'240
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,0%	16,0%	733,4	632,2
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		20,9%	35'529	29'387
Chiffre d'affaires	mio CHF	25,0%	21,6%	152,4	125,3
<u>PAR GROUPE DE PRODUITS</u>					
Produits industriels					
Volume des ventes	Tonnes		9,6%	771'287	703'770
Produits à base de cacao	Tonnes		9,4%	156'915	143'391
Chocolat pour clients industriels	Tonnes		9,6%	614'372	560'379
Chiffre d'affaires	mio CHF	14,5%	10,4%	2'716,3	2'460,2
Produits à base de cacao	mio CHF	26,8%	25,9%	689,6	547,9
Chocolat pour clients industriels	mio CHF	11,0%	6,0%	2'026,7	1'912,3
Services alimentaires / Commerce de détail					
Volume des ventes	Tonnes		6,3%	203'757	191'621
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		20,3%	103'350	85'875
Produits pour les consommateurs	Tonnes		(5,0%)	100'407	105'746
Chiffre d'affaires	mio CHF	5,8%	2,7%	1'210,1	1'178,7
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	20,6%	16,6%	553,2	474,6
Produits pour les consommateurs	mio CHF	(4,3%)	(6,7%)	656,9	704,1

* Certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle