



# Communiqué de presse

## Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2013/14 Forte croissance du bénéfice, forte contribution des activités acquises dans le cacao

- **Volume des ventes: +17,6% (+3,1% à périmètre constant<sup>1</sup>), croissance à deux chiffres dans les marchés émergents et avec les marques globales Gourmet**
- **Résultat opérationnel (EBIT) sensiblement plus élevé: +15,3% (+8,8% à périmètre constant<sup>1</sup>)**
- **Contribution positive à l'EBIT des activités acquises dans le cacao; l'intégration se poursuit comme prévu; premières synergies réalisées**
- **Objectifs financiers à moyen-terme confirmés<sup>2</sup>**

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Je suis satisfait de nos résultats semestriels. La croissance a été particulièrement forte dans les marchés émergents, avec des accords de sous-traitance et de partenariat, ainsi qu'avec nos marques globales Gourmet. La profitabilité s'est accrue sensiblement, grâce à de fortes améliorations des marges, à une bonne évolution de l'EBIT de nos affaires à périmètre constant aussi bien que les activités acquises dans le cacao. Je suis particulièrement satisfait de l'intégration des activités acquises qui produisent déjà des synergies et contribuent au bénéfice.»

### Chiffres-clés du Groupe pour le premier semestre de l'exercice 2013/14 – sur l'ensemble des activités

		Variations en %		6 mois au 28 février 2014	6 mois au 28 février 2013 <sup>3</sup>
		En monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	Tonnes		17,6	<b>876'297</b>	745'256
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,5	21,5	<b>2'906,9</b>	2'391,6
Résultat brut	mio CHF	19,9	18,0	<b>421,6</b>	357,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	16,8	15,3	<b>201,7</b>	174,9
EBIT par tonne	CHF	(0,6)	(1,9)	<b>230,2</b>	234,7
Résultat net	mio CHF	3,1	2,7	<b>119,6</b>	116,5
Résultat net pour la période (incl. activités abandonnées)	mio CHF	8,9	8,3	<b>119,6</b>	110,4

### A périmètre constant – à l'exclusion du secteur du cacao acquis<sup>1</sup>

Volume des ventes	Tonnes		3,1	<b>768'352</b>	745'256
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	10,2	8,8	<b>190,4</b>	174,9
EBIT par tonne	CHF	6,9	5,6	<b>247,8</b>	234,7

Zurich/Suisse – 3 avril 2014 – Au cours du premier semestre de l'exercice 2013/14 s'étant achevé le 28 février 2014, Barry Callebaut, le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a augmenté son **volume des ventes** de 17,6% à 876'297 tonnes, sous l'influence du volume incrémentiel des activités acquises dans le cacao.

<sup>1</sup> Les chiffres «à périmètre constant» ne tiennent pas compte du secteur du cacao acquis de Petra Foods, Singapour. Le 30 juin 2013, Barry Callebaut a achevé la transaction qu'il avait annoncée le 12 décembre 2013.

<sup>2</sup> A compter de la consolidation des activités acquises dans le cacao: 6-8% de croissance moyenne par année du volume et de l'EBIT par tonne, rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne) – sauf imprévus majeurs.

<sup>3</sup> Suite à la révision de l'IAS 19 (Avantages du personnel) certains comparatifs ont été recalculés pour la présentation de la période sous revue.



# Communiqué de presse

Durant la période sous revue, le marché mondial de la confiserie en chocolat s'est accru de 3,2% en volume<sup>4</sup>.

A périmètre constant<sup>1</sup>, le volume des ventes a progressé de 3,1% à 768'352 tonnes. La croissance du volume à périmètre constant s'est faite sur une base large, emmenée par les marchés émergents (+17,9%), les accords de sous-traitance et de partenariat (+8,0%), ainsi que par les deux marques globales Gourmet, Callebaut® et Cacao Barry® (+10,0%). Comme prévu, l'évolution du chiffre d'affaires en Europe occidentale et de Cacao global a été plate.

La hausse des prix moyens des matières premières s'est traduite par un **chiffre d'affaires**<sup>5</sup> plus élevé par rapport à l'année précédente: il a augmenté de 21,5% à CHF 2'906,9 millions. A périmètre constant, le chiffre d'affaires s'est accru de 5,5% à CHF 2'523,3 millions.

Le **résultat brut** a affiché une hausse de 18,0% à CHF 421,6 millions. A périmètre constant, le résultat brut a fortement augmenté de 11,3% à CHF 397,8 millions. L'amélioration sensible de la rentabilité est due surtout à un meilleur éventail de produits et à des marges sur produits plus élevées. Le ratio combiné du cacao s'est stabilisé à un bas niveau, de sorte que son effet sur la rentabilité générale du Groupe a été neutre.

Le **résultat opérationnel (EBIT)** a accentué son élan, en raison du résultat brut plus élevé et des affaires acquises dans le cacao, qui ont dégagé un résultat positif dans un environnement de marché exigeant. Dans l'ensemble, le résultat opérationnel a progressé de 15,3% à CHF 201,7 millions. A périmètre constant, l'EBIT a augmenté de 8,8% à CHF 190,4 millions.

Le **résultat net** pour la période, sur opérations poursuivies, a progressé de 2,7% à CHF 119,6 millions. Il a été négativement influencé par des coûts financiers plus élevés en relation avec l'acquisition et par une structure fiscale moins favorable.

## Perspectives – Confirmation des objectifs financiers et contribution à l'EBIT des activités acquises dans le cacao

CEO Juergen Steinemann à propos des perspectives: «Nous continuons de nous concentrer sur une croissance profitable fondée sur nos quatre piliers stratégiques. En outre, nous travaillons à l'intégration complète des activités acquises dans le cacao. Notre principale priorité restera la réalisation de toutes les synergies qui ont été identifiées. Nous confirmons nos objectifs financiers à moyen-terme ainsi que la contribution prévue d'environ CHF 30 millions à l'EBIT, pour l'exercice en cours, des activités acquises dans le cacao.»

## Faits stratégiques marquants du premier semestre de l'exercice 2013/14

- **«Expansion»:** L'intégration des activités dans le cacao acquises de Petra Foods se déroule selon les plans. Tous les processus relatifs à l'intégration ont été transférés désormais dans les activités régionales de Barry Callebaut. L'organisation adaptée et combinée est en place et elle est opérationnelle. Les actifs industriels acquis et le réseau de la chaîne d'approvisionnement sont entièrement intégrés. La migration de la marque de poudre de cacao est en cours. Les activités acquises ont affiché des améliorations de performance substantielles et des synergies initiales ont été réalisées.
- Barry Callebaut a commencé l'implémentation de sa stratégie **«Innovation»** révisée. Son but est de renforcer la position du Groupe en tant que partenaire préféré pour les innovations dans le chocolat et le cacao, ce qui procure un avantage concurrentiel à ses clients. Le segment Produits Gourmet & Spécialités a récemment introduit une nouvelle gamme de couvertures en chocolat, «Purity From Nature», qui est basée sur la technologie R&D brevetée «Fermentation Contrôlée». Lancée à l'échelle mondiale, cette gamme a eu déjà un effet notable sur les ventes de la marque pendant la période sous revue.

<sup>4</sup> Source: Nielsen, septembre 2013 – février 2014.

<sup>5</sup> Dans la majorité des cas, Barry Callebaut reporte les prix des matières premières sur ses clients.



# Communiqué de presse

- Pour renforcer son «**Leadership des coûts**», et pour alléger les limites de capacité, en particulier en Europe occidentale, Barry Callebaut a continué d'agrandir certains de ses sites européens: Wieze (Belgique), Lodz (Pologne) et Eskişehir (Turquie). Dans la Région Amériques, les capacités de productions ont été augmentées à St. Hyacinthe (Canada), Chatham (Canada), St. Albans (USA), American Canyon (USA) et Extrema (Brésil) afin de faire face à la croissance de la demande. En Asie-Pacifique, la capacité de Singapore a été augmentée.
- Dans le but de continuer la promotion de son leadership dans le «**Cacao durable**», Barry Callebaut a acquis les 51% restants du capital de Biolands Group, son fournisseur de longue date de fèves de cacao certifiées en provenance d'Afrique orientale et occidentale. Le Groupe a également étendu à l'Indonésie son programme «Cocoa Horizons»; actuellement, l'accent porte sur l'établissement des bases nécessaires à l'installation combinée d'une unité R&D et d'un Centre d'Excellence à Sulawesi (Indonésie).

## Performances par Régions / Segments

### Région Europe<sup>6</sup> – L'accroissement sensible de la profitabilité résulte de la focalisation sur les marges sur produits

Le marché européen de la confiserie en chocolat a crû de 2,0%. En Europe occidentale, cette croissance a été de 1,3%, tandis que les marchés de l'Europe orientale ont progressé de 3,6%<sup>7</sup>. Dans la Région Europe, le volume des ventes de Barry Callebaut a augmenté de 0,3% à 378'645 tonnes. En Europe occidentale, le Groupe a continué de se focaliser sur l'optimisation de la segmentation de la clientèle et des produits, sur l'amélioration continue des marges sur produits et sur l'élimination des manques de capacité. Le volume des ventes s'est légèrement infléchi au deuxième trimestre, suite à des ventes plus sélectives. La bonne croissance de Gourmet a été largement soutenue par la marque Callebaut<sup>®</sup> qui a gagné des parts dans presque tous les marchés. La division Boissons a réalisé de bonnes performances.

Dans la Région EEMEA, les affaires industrielles ont enregistré une croissance très forte, surtout en Russie, en Turquie et au Moyen-Orient. Gourmet a également affiché une croissance robuste, en particulier en Russie.

La hausse des prix moyens des matières premières a poussé le chiffre d'affaires général de la Région qui a augmenté de 10,2% à CHF 1'307,0 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a progressé de 6,1% à CHF 135,7 millions, surtout en raison d'un bon éventail de produits, de l'amélioration des marges sur produits et des bonnes performances de la Région EEMEA.

### Région Amériques – Forte performance dans tous les marchés

Le marché de la confiserie en chocolat dans les Amériques a crû de 3,5%, soit 2,7% pour l'Amérique du Nord et 9,2% pour les marchés d'Amérique du Sud<sup>7</sup>.

Une fois de plus, la Région Amériques a affiché une bonne performance, aussi bien en termes de chiffre d'affaires qu'en termes de résultats. Le volume des ventes s'est accru de 8,5% à 217'517 tonnes. Dans l'ALENA, tous les groupes de produits ont poussé la croissance, en dépit de conditions météorologiques extrêmes. Le Mexique a affiché une forte croissance. En Amérique du Sud, tant les affaires industrielles que celles de Gourmet ont continué de réaliser une croissance à deux chiffres.

Le chiffre d'affaires général de la région a progressé de 7,3% à CHF 608,8 millions. Un volume des ventes en hausse, des marges plus grandes dans tous les domaines, un bon contrôle des coûts et des économies d'échelle en Amérique latine ont amené une augmentation sensible du résultat opérationnel (EBIT) de 20,3% à CHF 59,9 millions.

<sup>6</sup> Se compose de l'Europe occidentale et de l'EEMEA (Europe orientale, Moyen-Orient et Afrique).

<sup>7</sup> Source: Nielsen, septembre 2013 – février 2014 (croissance du volume; marché de la confiserie en chocolat).



# Communiqué de presse

## **Région Asie-Pacifique – La forte croissance se poursuit**

En Asie-Pacifique, durant la période sous revue, la croissance des marchés du chocolat s'est légèrement ralentie à + 9,8%<sup>7</sup>.

Barry Callebaut a accru son volume des ventes de 11,0% à 34'324 tonnes. Dans le secteur Produits pour clients industriels, la croissance s'est accélérée pour atteindre un rythme à deux chiffres. Les affaires ont été particulièrement bonnes en Chine, au Japon, en Malaisie et en Indonésie. Dans un environnement économique plus faible, les affaires de Gourmet, avec des produits importés, ont souffert de la faiblesse des devises dans des marchés-clés. Le volume général des ventes a décliné dans la région.

Dans la Région, le chiffre d'affaires a progressé de 11,2% à CHF 131,3 millions, et le résultat opérationnel (EBIT) de 0,7% à CHF 15,1 millions, ce dernier ayant été affecté par des devises plus faibles, le ralentissement des affaires Gourmet et de nouveaux investissements pour élargir l'empreinte industrielle.

## **Global Cocoa<sup>8</sup> – Sensible contribution en volume et en profit des activités acquises dans le cacao**

L'acquisition du secteur du cacao de Petra Foods a été le principal facteur de croissance dans le segment Global Cocoa: le volume des ventes a bondi de 80,1% à 245'811 tonnes. A périmètre constant, le volume des ventes a progressé de 1,0% à 137'866 tonnes, reflétant des ventes sélectives à des clients tiers, certains transferts de volumes à des usines européennes récemment acquis et l'augmentation de la consommation interne.

En raison de la baisse des prix de la poudre par rapport à l'année précédente, le chiffre d'affaires total du segment a crû à un rythme plus lent que celui du volume: l'augmentation a été de 65,3% à CHF 859,8 millions.

Les activités dans le cacao acquises de Petra Foods ont déjà contribué au résultat opérationnel (EBIT) de Global Cocoa: l'EBIT total a augmenté de 72,2% à CHF 34,1 millions. Le résultat opérationnel des activités acquises dans le cacao s'est élevé à CHF 12,9 millions. L'EBIT à périmètre constant a progressé de 7,3% à CHF 21,2 millions. Il a été affecté par un ratio combiné du cacao encore assez faible.

L'intégration du secteur du cacao acquis de Petra Foods se poursuit comme prévu. La contribution envisagée d'environ CHF 30 millions au résultat opérationnel du Groupe (EBIT) pour la première année complète de consolidation est confirmée.

## **Evolution des prix des matières premières**

Les prix du **cacao** sur le marché à terme ont augmenté graduellement de GBP 40 par mois pour clore à GBP 1'844 par tonne le 28 février 2014, soit une augmentation de 29% par rapport à l'année précédente. Les rendements élevés de la récolte principale et les prévisions favorables pour la récolte intermédiaire en Côte d'Ivoire comme au Ghana, les deux producteurs les plus importants de cacao, pourraient réduire le déficit de 2013/14 et, par conséquent, induire une correction de prix. Toutefois, le mouvement haussier est alimenté par la perspective d'un déficit structurel à long terme. C'est pourquoi des fonds de placement ont constitué des positions longues qui soutiennent les prix du cacao.

Les prix du **sucre** sur le marché mondial ont poursuivi leur baisse, en raison d'excédents sur le marché et des positions à court terme prises par les fonds de placement. Les prix du marché ont atteint ainsi leurs niveaux les plus bas depuis juin 2010. Les préoccupations au sujet d'une sécheresse au Brésil ont conduit récemment à un redressement des prix. Les prix du sucre

<sup>8</sup> Les chiffres figurant sous «Global Cocoa» comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao 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

européen poursuivent leur chute en raison de mesures spéciales pour augmenter l'approvisionnement.

La production mondiale de lait a été très bonne et suffisante pour satisfaire à l'augmentation de la demande provenant surtout de Chine. Les prix de la **poudre de lait** sur le marché mondial et sur le marché européen se sont stabilisés à des niveaux élevés. Une demande régulière et soutenue de l'industrie, qui était généralement couverte à court terme, a maintenu des prix élevés.

\*\*\*

Pour des informations financières plus détaillées, veuillez consulter la **Letter to Investors «Half-year results 2013/14»** (en anglais): [www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors](http://www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors).

\*\*\*

---

## Calendrier de l'exercice 2013/14 (du 1<sup>er</sup> septembre 2013 au 31 août 2014):

Chiffres-clés des ventes des 9 premiers mois 2013/14 (communiqué de presse)	3 juillet 2014
Résultats annuels 2013/14 (communiqué & conférence)	6 novembre 2014, Zurich
Assemblée générale annuelle 2013/14	10 décembre 2014, Zurich

\*\*\*

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

*Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,9 milliards (EUR 4,0 milliards / USD 5,2 milliards) environ pour l'exercice 2012/2013, Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de l'achat et de la transformation des fèves de cacao à la production des chocolats les plus fins, comprenant les fourrages, les décorations et les pâtes à glacer en chocolat. Le Groupe exploite plus de 50 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 9000 personnes. Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants aux artisans et utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs, les pâtisseries, les hôteliers, les restaurateurs et les traiteurs. Pour les besoins spécifiques de ces clients, le Groupe dispose des deux marques mondiales Callebaut® et Cacao Barry®.*

*Par son programme «Cocoa Horizon», Barry Callebaut s'engage pour une production durable de cacao, contribuant ainsi à assurer l'approvisionnement futur en cacao et à améliorer les conditions d'existence des planteurs.*

\*\*\*



# Communiqué de presse

---

## Conférences pour médias et analystes/investisseurs institutionnels de Barry Callebaut SA

---

Date:	Jeudi 3 avril 2014
Lieu:	Siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy™ center, rez-de-chaussée, Pfingstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zurich/Suisse
heure:	<b>Médias:</b> de 9 à 10 h HEC <b>Analystes/investisseurs institutionnels:</b> de 11h30 à env. 13 h HEC

---

Il est possible de suivre les conférences par téléphone ou audio web cast. Tous les détails pour y accéder se trouvent sur le site de Barry Callebaut par les liens suivants:

[Médias](#)

[Analystes/investisseurs institutionnels](#)

---

\*\*\*

### Contact

#### **pour investisseurs et analystes financiers:**

Evelyn Nassar  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut AG  
Tél. +41 43 204 04 23  
evelyn\_nassar@barry-callebaut.com

#### **pour les médias:**

Raphael Wermuth  
Head of Media Relations  
Barry Callebaut AG  
Tél. +41 43 204 04 58  
raphael\_wermuth@barry-callebaut.com



# Communiqué de presse

## Chiffres-clés du Groupe pour le premier semestre de l'exercice 2013/14 – sur opérations poursuivies

		Variations en %		6 mois au	6 mois au
		en monnaies locales	en CHF	28 février 2014	28 février 2013
<b>Chiffres-clés pour l'ensemble des activités</b>					
Volume des ventes	tonnes		17,6	<b>876'297</b>	745'256
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,5	21,5	<b>2'906,9</b>	2'391,6
EBITDA	mio CHF	19,1	17,3	<b>259,5</b>	221,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	16,8	15,3	<b>201,7</b>	174,9
Résultat net	mio CHF	3,1	2,7	<b>119,6</b>	116,5
Résultat net pour la période (incl. activités abandonnées)	mio CHF	8,9	8,3	<b>119,6</b>	110,4
<b>Chiffres-clés à périmètre constant</b>					
Volume des ventes	tonnes		3,1	<b>768'352</b>	745'256
Chiffre d'affaires	mio CHF	7,2	5,5	<b>2'523,3</b>	2'391,6
Résultat brut	mio CHF	13,1	11,3	<b>397,8</b>	357,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	10,2	8,8	<b>190,4</b>	174,9
EBIT par tonne	CHF	6,9	5,6	<b>247,8</b>	234,7
<b>Par région – pour l'ensemble des activités</b>					
<b>Europe</b>					
Volume des ventes	tonnes		0,3	<b>378'645</b>	377'458
Chiffre d'affaires	mio CHF	9,8	10,2	<b>1'307,0</b>	1'186,2
EBITDA	mio CHF	7,3	7,4	<b>154,1</b>	143,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	5,9	6,1	<b>135,7</b>	127,9
<b>Amériques</b>					
Volume des ventes	tonnes		8,5	<b>217'517</b>	200'434
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,9	7,3	<b>608,8</b>	567,2
EBITDA	mio CHF	18,9	15,3	<b>70,0</b>	60,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	23,2	20,3	<b>59,9</b>	49,8
<b>Asie-Pacifique</b>					
Volume des ventes	tonnes		11,0	<b>34'324</b>	30'915
Chiffre d'affaires	mio CHF	18,6	11,2	<b>131,3</b>	118,1
EBITDA	mio CHF	4,1	1,6	<b>18,5</b>	18,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	2,0	0,7	<b>15,1</b>	15,0
<b>Global Cocoa</b>					
Volume des ventes	tonnes		80,1	<b>245'811</b>	136'449
Chiffre d'affaires	mio CHF	69,6	65,3	<b>859,8</b>	520,1
EBITDA	mio CHF	72,8	68,1	<b>58,7</b>	34,9
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	78,7	72,2	<b>34,1</b>	19,8
<b>Par groupes de produits – pour l'ensemble des activités</b>					
<b>Volume des ventes</b>	tonnes		17,6	<b>876'297</b>	745'256
Produits à base de cacao	tonnes		80,1	<b>245'811</b>	136'449
Produits pour clients industriels	tonnes		3,1	<b>540'867</b>	524'738
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		6,6	<b>89'619</b>	84'069
<b>Chiffre d'affaires</b>	mio CHF	23,5	21,5	<b>2'906,9</b>	2'391,6
Produits à base de cacao	mio CHF	69,6	65,3	<b>859,8</b>	520,1
Produits pour clients industriels	mio CHF	11,4	10,0	<b>1'600,0</b>	1'455,1
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	8,3	7,4	<b>447,1</b>	416,4