



Communiqué de presse

Barry Callebaut – ventes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2013/14 Forte croissance du volume après acquisition dans le cacao

- **Forte progression du volume des ventes : +15,8 % sous l'influence des activités acquises dans le cacao ; +2,4 % à périmètre constant¹, en ligne avec le marché mondial du chocolat²**
- **Succès des investissements stratégiques : croissance du volume dans les marchés émergents +63,0 % (+18,2 % à périmètre constant) et Gourmet +6,9 %**
- **Activités acquises dans le cacao intégrées selon les objectifs**
- **Confirmation des objectifs financiers à moyen terme³**

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré : « Nous sommes satisfaits de la croissance du volume au troisième trimestre, portée par les activités acquises dans le cacao, les marchés émergents et les activités de Gourmet. Tout en gardant l'amélioration de nos marges sur produits en point de mire, nous avons visé une croissance sélective sur les marchés développés. Le marché de la poudre de cacao reste tendu, tandis que l'intégration des activités acquises dans le cacao nous donne pleine satisfaction. »

Chiffres-clés du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2013/14 – sur l'ensemble des activités

		Variations en %			
		en monnaies locales	en CHF	neuf mois au 31 mai 2014	neuf mois au 31 mai 2013
Volume des ventes	tonnes		15,8	1'288'365	1'112'309
Chiffre d'affaires	mio CHF	25,2	22,0	4'318,7	3'540,7

À périmètre constant – à l'exclusion du secteur du cacao acquis de Petra Foods¹

Volume des ventes	tonnes		2,4	1'138'736	1'112'309
Chiffre d'affaires	mio CHF	9,7	6,8	3'782,7	3'540,7

Zurich/Suisse, le 3 juillet 2014 – Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a amélioré le **volume de ses ventes** de 15,8 % à 1'288'365 tonnes au terme du 3^e trimestre de l'exercice 2013/14 (au 31 mai 2014). À périmètre constant, hors effets des activités acquises dans le cacao, le volume des ventes du Groupe a augmenté de 2,4 % à 1'138'736 tonnes. La croissance du volume a été alimentée par les marchés émergents (+63,0 % en tout ; +18,2 % à périmètre constant) ainsi que par les activités Gourmet (+6,9 %).

Sur le plan des affaires industrielles, Barry Callebaut a poursuivi ses efforts pour de plus grandes marges sur produits et des ventes plus sélectives ; la hausse du volume total a atteint +1,8 %. Le segment Produits Gourmet & Spécialités a évolué plus vite que les marchés dans la plupart des pays (+6,9 %), bénéficiant de la croissance à deux chiffres des marques mondiales de la compagnie, Callebaut® et Cacao Barry®.

¹ Les chiffres «à périmètre constant» ne tiennent pas compte du secteur du cacao acquis de Petra Foods, basé à Singapour. Le 30 juin 2013, Barry Callebaut a conclu la transaction annoncée le 12 décembre 2012.

² Source : Nielsen, de septembre 2013 à mai 2014. Le marché mondial de la confiserie en chocolat s'est accru de 2,8 % en volume.

³ À 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.



Communiqué de presse

Le **chiffre d'affaires** a augmenté de 22,0 % à CHF 4'318,7 millions pour l'ensemble des activités. Le prix moyen des matières premières, en hausse par rapport à l'année précédente, a entraîné les prix de vente : à périmètre constant, le chiffre d'affaires s'est accru de 6,8 % à CHF 3'782,7 millions.

Perspectives – Achever l'intégration et garder la stratégie de croissance en point de mire
Juergen Steinemann, CEO, à propos des perspectives : «Mener à bien l'intégration des activités acquises dans le cacao et augmenter nos marges sur produits demeurent nos priorités. Dans le même temps, en accord avec notre stratégie, nous préparons le Groupe à la prochaine phase de croissance en agrandissant les usines existantes et en continuant à investir dans notre organisation globale. Nous sommes en bonne voie pour atteindre nos objectifs financiers à moyen terme⁴. »

Événements stratégiques des neuf premiers mois de l'exercice 2013/14

- La nouvelle fabrique de chocolat à Santiago du Chili démontre le ferme engagement d'«**Expansion**» de Barry Callebaut. La fabrique, qui sera mise en service dans le courant de juillet 2014, aura une capacité de production dépassant 20'000 tonnes. Les investissements, qui s'élèvent à CHF 26,5 millions (EUR 21,8 millions / USD 30,3 millions), permettront à Barry Callebaut d'augmenter ses parts du marché attrayant d'Amérique du Sud.
- Barry Callebaut est un chef de file dans l'«**Innovation**» et a reçu à ce titre un avis scientifique positif de la European Food Safety Authority (EFSA), afin d'étendre son allégation de santé pour les produits à base d'extrait de cacao, dont la concentration plus élevée en flavonoïdes a des vertus curatives et préventives. La compagnie attend à présent l'approbation de la Commission européenne. Si elle est accordée, Barry Callebaut pourra appliquer l'allégation de santé à de nouveaux produits dans les secteurs industriels de la pharmaceutique, de la nutraceutique, de la nutrition médicale et des compléments alimentaires.
- En misant en priorité sur le «**Cacao Durable**», Barry Callebaut est pionnier et moteur de l'industrie. La compagnie a coopéré à l'élaboration de la [stratégie «CocoaAction» de la World Cocoa Foundation \(WCF\)](#), considérée comme l'une des initiatives les plus importantes en faveur de la culture durable du cacao. Barry Callebaut figure parmi les douze signataires qui ont initié «CocoaAction» en mai 2014. Au mois de juin, la compagnie a organisé la 2^e conférence internationale des parties prenantes, [CHOCOVISION](#). Les deux initiatives encouragent la coopération au sein de l'industrie internationale du cacao et du chocolat, afin d'instaurer plus vite un secteur du cacao durable.
- Le 17 juin 2014, le Groupe a décidé de reconduire pour trois ans son instrument de crédit renouvelable consorsial à hauteur d'EUR 600 millions (de juin 2016 à juin 2019). Cela renforce encore le profil de liquidité et de durée de Barry Callebaut, tout en diminuant légèrement les écarts de taux d'intérêt applicables.

⁴ À 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.



Communiqué de presse

Performance par Régions / segments

Région Europe⁵ – Priorité aux marges sur produits, bonne croissance en EEMOA

Le volume des ventes dans la région Europe a baissé de 0,2 % à 553'291 tonnes.

En Europe de l'Ouest, Barry Callebaut continue de se concentrer sur l'amélioration des marges sur produits. Les activités de Gourmet ont réalisé une forte performance. Des capacités supplémentaires ont été créées dans une vision de croissance.

Dans la région EEMOA, les activités de Produits pour clients industriels comme de Produits Gourmet & Spécialités ont poursuivi leur croissance à deux chiffres, malgré un ralentissement induit par les problèmes économiques et politiques dans certains pays.

Le chiffre d'affaires général de la Région a progressé de 10,0 % à CHF 1'923,3 millions en raison de la hausse du prix des matières premières et d'un éventail de produits plus favorable.

Région Amériques – Bonne performance dans tous les marchés et domaines

Le volume des ventes dans la Région Amériques a augmenté de 6,2 % à 327'695 tonnes. Dans la zone de libre-échange NAFTA (ALENA), la croissance a été poussée par les grands clients industriels et les activités de Gourmet, marques importées et décorations en tête. Le Mexique a, une fois de plus, affiché une forte croissance. En Amérique du Sud, tant les affaires industrielles que celles de Gourmet ont enregistré une croissance à deux chiffres.

Le chiffre d'affaires s'est accru de 7,4 % à CHF 927,3 millions sous l'effet d'un meilleur éventail de produits.

Région Asie-Pacifique – Maintien du rythme de croissance

Les volumes dans la Région Asie-Pacifique ont augmenté de +9,6 % à 49'069 tonnes, entraînés avant tout par les activités de Produits pour clients industriels. Des taux de change défavorables et le ralentissement économique ont pesé sur les affaires de Gourmet.

Le chiffre d'affaires de la Région a progressé de 11,3 % à CHF 187,7 millions, largement aligné sur les volumes.

Global Cocoa⁶ – Activités acquises dans le cacao comme facteurs de croissance

Le volume des ventes dans le segment Global Cocoa a augmenté de 75,0 % à 358'310 tonnes sous l'impulsion des activités dans le cacao acquises de Petra Foods. À périmètre constant, le volume des ventes s'est apprécié de 1,9 % à 208'681 tonnes, reflétant les ventes sélectives dans un marché des produits à base de poudre de cacao globalement difficile.

Le chiffre d'affaires pour l'ensemble des activités s'est accru de 68,3 % à CHF 1'280,4 millions ; à périmètre constant, le chiffre d'affaires a baissé de 2,1 % à CHF 744,4 millions, en raison d'effets de change.

L'intégration des activités dans le cacao acquises de Petra Foods progresse bien, les synergies visées sont confirmées (montant objectif CHF 30-35 millions au terme de l'exercice 2015/16). Aussitôt la plupart des jalons clés à l'international atteints, la responsabilité d'achever l'intégration passera graduellement aux régions.

⁵ Région économique regroupant les pays d'Europe de l'Ouest ainsi que ceux d'Europe de l'Est, du Moyen-Orient et d'Afrique (EEMOA).

⁶ 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 présentés pour les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.



Communiqué de presse

Prix des matières premières

Grâce à une récolte intermédiaire de **cacao** qui s'annonce bonne, favorisée en outre par des précipitations record en Afrique de l'Ouest, le déficit attendu pour la saison 2013/14 pourrait se muer en léger excédent. Les fonds ont donc vendu une part importante de leurs positions longues nettes, mais les achats de certains secteurs industriels ont aussitôt soutenu les prix. À la lumière du déficit structurel anticipé et du retour annoncé d'El Niño, les prix n'ont cessé d'augmenter, jusqu'à culminer le 30 mai 2014 à leur plus haut niveau depuis deux ans et demi, soit GBP 1'932. Les prix du **sucre** sur le marché mondial ont entamé une hausse marquée à partir du mois de mars, poussée notamment par les préoccupations au sujet d'une sécheresse au Brésil. Après trois campagnes excédentaires successives, le marché sera plus équilibré cette année. La demande globale a été plus faible car l'industrie a assuré une bonne couverture. En Europe, les prix du sucre ont poursuivi leur baisse sous l'effet de la situation stable en matière d'approvisionnement. Les prix de marché élevés ont alimenté une bonne production laitière. La demande globale de **lait en poudre** est restée inférieure à l'approvisionnement, ce qui a fait baisser les prix au cours des derniers mois tant sur le marché mondial que sur le marché européen. Ils affichent actuellement le même niveau qu'il y a une année.

Calendrier de l'exercice 2013/14 (du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2014) :

Résultats annuels 2013/14 (communiqué et conférence)	6 novembre 2014, Zurich
Assemblée générale annuelle 2013/14	10 décembre 2014, Zurich

Barry Callebaut (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.

Contact

Pour investisseurs et analystes financiers :

Erich Steinegger
Head of Investor Relations a.i.
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 72
erich_steinegger@barry-callebaut.com

Pour les médias :

Raphael Wermuth
Head of Media Relations
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 58
raphael_wermuth@barry-callebaut.com



Communiqué de presse

Chiffres-clés du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2013/14 – sur activités poursuivies

		Variations en %		neuf mois au 31 mai 2014	neuf mois au 31 mai 2013
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres-clés pour l'ensemble des activités					
Volume des ventes	tonnes		15,8	1'288'365	1'112'309
Chiffre d'affaires	mio CHF	25,2	22,0	4'318,7	3'540,7
Chiffres-clés à périmètre constant					
Volume des ventes	tonnes		2,4	1'138'736	1'112'309
Chiffre d'affaires	mio CHF	9,7	6,8	3'782,7	3'540,7
Par région – pour l'ensemble des activités					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		(0,2)	553'291	554'284
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,6	10,0	1'923,3	1'748,0
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		6,2	327'695	308'492
Chiffre d'affaires	mio CHF	12,6	7,4	927,3	863,4
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		9,6	49'069	44'791
Chiffre d'affaires	mio CHF	18,9	11,3	187,7	168,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	tonnes		75,0	358'310	204'742
Chiffre d'affaires	mio CHF	74,7	68,3	1'280,4	760,6
Par groupes de produits – pour l'ensemble des activités					
Volume des ventes	tonnes		15,8	1'288'365	1'112'309
Produits à base de cacao	tonnes		75,0	358'310	204'742
Produits pour clients industriels	tonnes		1,8	798'906	784'844
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		6,9	131'149	122'723
Chiffre d'affaires	mio CHF	25,2	22,0	4'318,7	3'540,7
Produits à base de cacao	mio CHF	74,7	68,3	1'280,4	760,6
Produits pour clients industriels	mio CHF	12,0	9,5	2'384,7	2'177,7
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	10,5	8,5	653,6	602,4