

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Chiffres clés des ventes des trois premiers mois de l'exercice 2019/20

Fort début d'exercice

- **Volume des ventes en hausse de +8,2 %**
- **Chiffre d'affaires de CHF 2 000,8 millions, en hausse de +8,7 % en monnaies locales**
- **Sur la bonne voie pour atteindre les objectifs à moyen terme¹**

Zurich/Suisse, le 22 janvier 2020 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Nous avons connu un fort début d'exercice, surpassant le marché des confiseries chocolatées resté globalement stable. La croissance de nos volumes a été générale, toutes les régions et tous les moteurs de croissance clés ayant apporté une contribution positive. »

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice		Variation en %		3 mois au	3 mois au
		en monnaies locales	in CHF	30 nov. 2019	30 nov. 2018
Volume des ventes	Tonnes	8.2%		585,620	541,109
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8.7%	6.3%	2,000.8	1,881.4

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré une augmentation de +8,2 % du volume de ses ventes, à 585 620 tonnes au cours du premier trimestre de l'exercice 2019/20 (se terminant le 30 novembre 2019). Le volume des ventes de l'activité chocolat a progressé de +7,7 %, soit un taux de croissance nettement supérieur à celui du marché mondial des confiseries chocolatées, qui est resté stable (-0,0 %)². Toutes les régions et tous les moteurs de croissance clés ont contribué à cette bonne dynamique : externalisation (+2,7 %), marchés émergents (+16,7 %) et Gourmet & Spécialités (hors boissons, +4,4 %). Le volume des ventes de Global Cocoa a augmenté de +10,2 %. Si l'on exclut la contribution, pour la première fois, de la consolidation d'Inforum, la croissance organique du volume s'est établi à +6,2 %. Le chiffre d'affaires s'élève à CHF 2 000,8 millions, ce qui représente une augmentation de +8,7 % en monnaies locales (+6,3 % en CHF).

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Ce fort début d'exercice, combiné à un portefeuille robuste et à l'exécution minutieuse de notre stratégie de 'croissance intelligente' nous donne l'assurance d'être sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs à moyen terme pour la période se terminant avec l'exercice 2021/22 ».

Étapes stratégiques clés durant les trois premiers mois de l'exercice 2019/20

- **Innovation** : En septembre 2019, Barry Callebaut a lancé « Cacaofruit Experience », une nouvelle catégorie de produits alimentaires et de boissons comprenant notamment le chocolat Wholefruit. En l'utilisant en totalité, « Cacaofruit Experience » permet d'éviter de jeter 70 % de la cabosse, comme c'est le cas habituellement. Les différents ingrédients de haute qualité ainsi produits peuvent être utilisés dans de nombreuses applications, telles que les jus, les smoothies, les desserts glacés, les produits de boulangerie et de pâtisserie, sans oublier le

¹ En moyenne pour la période de trois ans de 2019/20 à 2021/22 : croissance du volume de +4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

² Source : Nielsen, croissance du volume hors commerce électronique – 25 pays, septembre à novembre 2019, données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut.

chocolat. Les premiers produits « Cacaofruit Experience » destinés aux consommateurs font déjà l'objet d'un programme pilote en Californie (États-Unis).

En novembre 2019, Barry Callebaut a reçu de la Food and Drug Administration (FDA) américaine une autorisation de commercialisation provisoire (Temporary Marketing Permit, TMP) qui lui permet de commercialiser le chocolat Ruby aux États-Unis en tant que chocolat. Il s'agit d'une étape réglementaire importante en vue d'établir le chocolat Ruby comme le quatrième type de chocolat. Il y a deux ans à peine, la première marque grand public a lancé le chocolat Ruby et plus de 70 marques ont suivi depuis dans plus de 50 pays. Mona Lisa, la marque gourmet de Barry Callebaut, a lancé des décorations à base de chocolat Ruby, un moyen pratique pour les chefs d'apporter un peu de nouveauté à leurs créations grâce à la saveur et à la couleur uniques de cette variété. Par ailleurs, Costa Coffee, la plus grande chaîne de cafés au Royaume-Uni, a lancé le chocolat chaud Ruby en janvier 2020. Toujours en janvier 2020, Unilever a lancé le bâtonnet de crème glacée Magnum Ruby aux États-Unis, en Allemagne et au Royaume-Uni.

- **Leadership en matière de coûts :** Au premier trimestre de l'exercice 2019/20, trois usines Barry Callebaut supplémentaires ont été intégrées au système SAP mondial du Groupe. Le déploiement en cours d'un système SAP mondial renforcera la compétitivité du Groupe en matière de coûts grâce à des processus opérationnels plus efficaces et à des solutions numériques. Dans le cadre des efforts permanents du Groupe pour optimiser sa structure de coûts et au vu de la baisse des récoltes de cacao en Indonésie, Barry Callebaut a annoncé la fermeture de son usine de cacao de Makassar (Indonésie) en janvier 2020. La croissance du Groupe dans la région Asie-Pacifique sera soutenue par les autres usines qu'il possède dans la région.
- **Production durable :** Barry Callebaut a publié, le 4 décembre 2019, son troisième Rapport d'activité Forever Chocolate, qui souligne les progrès accomplis par le Groupe pour faire en sorte que la production de chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025. Le Groupe a notamment acheté 47 % de son cacao et 54 % de ses autres ingrédients auprès de sources durables au cours de l'exercice 2018/19. Barry Callebaut a en outre réduit son empreinte d'équivalent CO₂ (eCO₂) de 9,10 millions de tonnes à 8,49 millions de tonnes (-6,7 %) au cours de l'exercice 2018/19, tandis qu'il enregistrait une croissance du volume des ventes de +5,1 %. De plus, Barry Callebaut a distribué plus de 1,8 million de jeunes plants de cacaoyers et près de 750 000 arbres d'ombrage destinés à la replantation en Côte d'Ivoire et au Ghana. Le Groupe a également annoncé qu'à la fin de l'exercice 2018/2019, il possédait des données complètes, saisies dans la base de données Katchilè, sur 176 984 plantations. Cette base de données fournit des renseignements essentiels sur les plantations de cacao et leurs exploitants : lieu et taille de la plantation, caractéristiques socio-économiques et ménages. Le rapport complet est disponible à l'adresse suivante : bit.ly/Forever-Chocolate-18-19.

Performance par région/segment

Région EMEA – Poursuite d'une forte croissance

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) s'inscrit en hausse de +8,7 % à 269 636 tonnes. Si l'on exclut la consolidation, pour la première fois, d'Inforum à compter de février 2019, la croissance organique a été de +4,0 %, surpassant une fois encore le marché des confiseries chocolatées (+0,3 %)³. Le segment Clients industriels a poursuivi sa solide croissance en Europe de l'Ouest, affichant une croissance des volumes à deux chiffres en Europe de l'Est. L'activité Gourmet a continué sa progression régulière durant le premier trimestre de l'exercice. Comme prévu, la croissance globale des volumes du segment Gourmet & Spécialités a été affectée par la baisse des volumes dans la catégorie Boissons. Des mesures visant à enrayer cette évolution négative ont été mises en œuvre et devraient porter leurs fruits au second

³ Source : Nielsen, croissance du volume hors commerce électronique – septembre à novembre 2019, données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut.

semestre de l'exercice. Le chiffre d'affaires a augmenté de +8,5 % en monnaies locales (+5,2 % en CHF) à CHF 845,6 millions.

Région Amériques – Départ solide

Après une forte progression au cours de l'exercice précédent, la région Amériques a enregistré une hausse du volume des ventes de +3,3 % à 152 843 tonnes, surpassant largement le marché régional des confiseries chocolatées, en recul de -3,0%³. La croissance des volumes a été portée tant par le segment Clients industriels que par le segment Gourmet. En Amérique du Sud, le segment Gourmet a poursuivi sa progression à deux chiffres. Le chiffre d'affaires a augmenté de +4,2 % en monnaies locales (+4,1 % en CHF) à CHF 499,4 millions.

Région Asie-Pacifique – La forte dynamique persiste

Dans la région Asie-Pacifique, la croissance du volume des ventes de Barry Callebaut a conservé sa forte dynamique, avec une augmentation de +21,8 % à 33 486 tonnes, une fois encore nettement supérieure au marché régional des confiseries chocolatées (+6,3 %)³. La croissance a été alimentée par le segment Clients industriels – principalement par le biais des comptes régionaux – ainsi que par la croissance à deux chiffres du segment Gourmet & Spécialités dans des marchés clés tels que la Chine et l'Inde. Le chiffre d'affaires a augmenté de +12,8 % en monnaies locales (+14,1 % en CHF) à CHF 112,3 millions.

Global Cocoa – Croissance exceptionnelle après une faible progression

Global Cocoa affiche une croissance exceptionnelle après une faible progression au cours de l'exercice précédent. Le volume des ventes s'inscrit en hausse de +10,2 % à 129 655 tonnes. Le chiffre d'affaires a progressé de +12,5 % en monnaies locales (+8,8 % en CHF) à CHF 543,5 millions, reflétant la hausse des prix des fèves de cacao.

Évolution des prix des principales matières premières

Au cours du premier trimestre de l'exercice 2019/20, les prix des fèves de cacao ont fluctué entre GBP 1 757 et GBP 1 944 la tonne, avant de clôturer à GBP 1 881 la tonne le 30 novembre 2019. Les prix des fèves de cacao ont augmenté en moyenne de +14,8 % par rapport au même trimestre de l'exercice précédent. L'offre et la demande mondiales de fèves sont restées équilibrées. La Côte d'Ivoire et le Ghana ont annoncé en juillet 2019 un différentiel de revenus (living income differential, LID) d'USD 400 par tonne de fèves de cacao, qui prendra effet lors de la récolte 2020/21. En Europe, les prix du sucre ont augmenté en moyenne de +31,6 % par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent, en raison de l'incertitude quant aux perspectives de récolte. Les prix mondiaux du sucre ont reculé en moyenne de -4,1 %. Toutefois, pour le premier trimestre de l'exercice en cours, le prix des produits laitiers a augmenté en moyenne de +48,0 % par rapport à la même période de l'exercice précédent, du fait d'une baisse de la production de lait associée à la persistance d'une demande importante.

Calendrier financier de l'exercice 2019/20 (1^{er} septembre 2019 – 31 août 2020) :

Résultats semestriels 2019/20	16 avril 2020
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2019/20	9 juillet 2020
Résultats annuels 2019/20	11 novembre 2020
Assemblée générale annuelle 2019/20	9 décembre 2020

À propos du groupe Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 7,3 milliards (EUR 6,5 milliards / USD 7,4 milliards) environ pour l'exercice 2018/19, le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure – de l'achat et de la transformation des fèves de cacao à la production du chocolat le plus fin, qui comprend les fourrages, les décorations et les pâtes à glacer en chocolat. Le Groupe exploite plus de 60 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 12 000 collaborateurs.

Le groupe Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants industriels aux artisans et utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs, les pâtisseries, les hôteliers, les restaurateurs ou les traiteurs. Les deux marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont **Callebaut®** et **Cacao Barry®**.

Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire du chocolat durable la norme d'ici 2025 afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons dans son objectif de façonner un futur du cacao et du chocolat ancré dans la durabilité.

Suivez le groupe Barry Callebaut: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [Flickr](#)**Contact****pour les médias :**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone : +41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

pour investisseurs et analystes financiers:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone : +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice		Variation en %		3 mois au	3 mois au
		en	in CHF	30 nov. 2019	30 nov. 2018
		monnaies locales			
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		8.2%	585,620	541,109
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8.7%	6.3%	2,000.8	1,881.4
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		8.7%	269,636	248,053
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8.5%	5.2%	845.6	803.7
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		3.3%	152,843	147,909
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4.2%	4.1%	499.4	479.6
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		21.8%	33,486	27,482
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12.8%	14.1%	112.3	98.4
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		10.2%	129,655	117,665
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12.5%	8.8%	543.5	499.7
Par groupe de produits					
Volume des ventes			8.2%	585,620	541,109
Produits à base de cacao	Tonnes		10.2%	129,655	117,665
Produits pour clients industriels	Tonnes		8.7%	388,137	357,182
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		2.4%	67,828	66,262
Chiffre d'affaires		8.7%	6.3%	2,000.8	1,881.4
Produits à base de cacao	mio. CHF	12.5%	8.8%	543.5	499.7
Produits pour clients industriels	mio. CHF	8.1%	6.3%	1,134.8	1,067.3
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	4.6%	2.6%	322.5	314.4