

# Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2019/20

## Forte croissance des volumes et de la rentabilité

- **Hausse du volume des ventes de +5,4 %**
- **Chiffre d'affaires de CHF 3,8 milliards, en hausse de +5,8 % en monnaies locales (+2,4 % en CHF)**
- **Résultat opérationnel (EBIT) hors effet non récurrent<sup>1</sup> en hausse de +6,7 %<sup>2</sup> en monnaies locales (+3,1 % en CHF)**
- **Résultat net récurrent<sup>1</sup> en hausse de +11,6 %<sup>2</sup> en monnaies locales (+7,1 % en CHF)**
- **Point sur le COVID-19**
- **Déterminé à atteindre les objectifs à moyen terme<sup>3</sup>**

Zurich/Suisse, le 16 avril 2020 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Nous avons généré une forte croissance rentable durant les six premiers mois de l'exercice 2019/20. Toutes les régions ont continué de surpasser nettement le marché mondial des confiseries chocolatées. »

### Chiffres clés du Groupe

pour les six mois de l'exercice fiscale jusqu'au 29/28 février		2020		2019		2019 Pro-forma (IFRS 16) <sup>2</sup>		
		Variation en % Publiée		Variation en % Pro-forma				
		en monnaies locales	en CHF	en monnaies locales	en CHF			
Volume des ventes	Tonnes		5,4%		5,4%	1 103 728	1 046 695	1 046 695
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,8%	2,4%	5,8%	2,4%	3 761,8	3 672,7	3 672,7
Résultat brut	mio. CHF	6,3%	3,3%	6,1%	3,2%	607,4	587,9	588,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	4,3%	0,7%	4,0%	0,5%	303,5	301,4	302,1
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) <sup>1</sup>	mio. CHF	7,0%	3,4%	6,7%	3,1%	311,5	301,4	302,1
EBIT par tonne (récurrent)	CHF	1,5%	(2,0%)	1,2%	(2,2%)	282,2	287,9	288,6
Résultat net pour la période	mio. CHF	6,7%	2,3%	7,5%	3,1%	203,7	199,1	197,6
Résultat net pour la période (récurrent) <sup>1</sup>	mio. CHF	10,7%	6,3%	11,6%	7,1%	211,7	199,1	197,6
Cash-flow disponible	mio. CHF					(359,2)	(140,6)	(119,1)
Cash-flow disponible ajusté <sup>4</sup>	mio. CHF					(17,9)	(31,4)	(9,9)

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a enregistré une augmentation du **volume de ses ventes** de +5,4 % à 1 103 728 tonnes au cours des six premiers mois de l'exercice 2019/20 (se terminant le 29 février 2020). Le volume des ventes de l'activité chocolat s'inscrit en hausse de +5,2 %, surpassant largement le marché mondial des confiseries chocolatées, resté stable à -0,0 %<sup>5</sup> selon Nielsen. La croissance a été portée par toutes les régions et tous les moteurs de croissance clés : externalisation (+1,8 %), marchés émergents (+10,6 %) et Gourmet & Spécialités (hors boissons, +3,6 %). Le volume des ventes de Global Cocoa a augmenté de +6,5 %. Si l'on exclut la première contribution d'Inforum, résultant de sa consolidation, la croissance organique s'établit à +4 %.

<sup>1</sup> Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent et le résultat net récurrent ne tiennent pas compte du coût de CHF -8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

<sup>2</sup> Les comparatifs de l'exercice précédent ont été calculés sur une base pro-forma afin de refléter l'impact estimé de la norme IFRS 16 si elle avait été adoptée à ce moment-là (pour l'impact de l'exercice en cours, voir les pages 17 à 21 du Rapport semestriel).

<sup>3</sup> En moyenne pour la période de 3 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.

<sup>4</sup> Cash-flow disponible ajusté de l'effet sur le cash-flow de la prise en compte des stocks de fèves de cacao considérés par le Groupe comme stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI).

<sup>5</sup> Source : Nielsen, croissance des volumes hors commerce électronique – 23 pays (Chine et Indonésie exclues), août 2019 à janvier/février 2020, données susceptibles d'ajustements afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut.

**Le chiffre d'affaires** a augmenté de +5,8 % en monnaies locales (+2,4 % en CHF) à CHF 3 761,8 millions.

**Le résultat brut** s'élève à CHF 607,4 millions, en hausse de +6,1 % en monnaies locales (+3,2 % en CHF) par rapport aux chiffres de l'exercice précédent calculés sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16<sup>6</sup>. Cette augmentation supérieure à la croissance des volumes a été portée par un mix de produits plus favorable.

**Le résultat opérationnel (EBIT)<sup>7</sup> récurrent** a progressé de +6.7 % en monnaies locales (+3,1 % en CHF) à CHF 311,5 millions, par rapport aux chiffres de l'exercice précédent calculés sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16<sup>6</sup>. Les monnaies ont généré un effet de change négatif s'élevant à CHF -10,9 millions. Le coût de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie) a eu un impact négatif de CHF -8,0 millions. De ce fait, l'EBIT publié s'est établi à CHF 303,5 millions, en hausse de +4,0 % en monnaies locales (+0,5 % en CHF) par rapport aux chiffres de l'exercice précédent calculés sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16<sup>6</sup>. **L'EBIT par tonne récurrent** est resté quasiment stable à CHF 282.

**Résultat net pour la période récurrent<sup>7</sup>** s'inscrit en hausse de +11,6 % en monnaies locales (+7,1 % en CHF) à CHF 211,7 millions. Le résultat net publié s'élève à CHF 203,7 millions, en hausse de +7,5 % en monnaies locales (+3,1 % en CHF) par rapport aux chiffres de l'exercice précédent calculés sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16<sup>6</sup>. Cette augmentation a été favorisée par la diminution des charges financières nettes, tandis que l'impôt sur le revenu est resté globalement stable à CHF -49,6 millions, contre CHF -47,5 millions pour l'exercice précédent.

**Le fonds de roulement net** a légèrement augmenté pour atteindre CHF 1 838,3 millions, contre CHF 1 762,1 millions pour l'exercice précédent. L'accroissement des stocks, imputable à la hausse des prix du cacao, a été largement contrebalancé par une diminution des créances et des engagements financiers dérivés nets, ainsi que par une amélioration structurelle des créateurs.

**L'endettement net** est resté stable à CHF 1 981,0 millions contre CHF 1 974,8 millions pour l'exercice précédent (chiffre calculé sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16)<sup>6</sup>. En considérant les stocks de fèves de cacao comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI), la dette nette ajustée a diminué pour atteindre CHF 882,0 millions, contre CHF 1 042,9 millions pour l'exercice précédent (chiffre calculé sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16)<sup>6</sup>.

**Le cash-flow disponible** pour la période de six mois sous revue s'établit à CHF -359,2 millions, contre CHF -119,1 millions pour l'exercice précédent (chiffre calculé sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16)<sup>6</sup>. Corrigé de l'effet de la prise en compte des stocks de fèves de cacao en tant que stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI), le **cash-flow disponible ajusté** est resté quasiment stable et s'élève à CHF -17,9 millions (par rapport au 28 février 2019, chiffre calculé sur une base pro-forma tenant compte de la norme IFRS 16<sup>6</sup> : CHF -9,9 millions).

<sup>6</sup> Les comparatifs de l'exercice précédent ont été calculés sur une base pro-forma afin de refléter l'impact estimé de la norme IFRS 16 si elle avait été adoptée à ce moment-là (pour l'impact de l'exercice en cours, voir les pages 17 à 21 du Rapport semestriel).

<sup>7</sup> Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent et le résultat net récurrent ne tiennent pas compte du coût de CHF -8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

### Point sur le COVID-19

En tant que leader et partenaire de confiance de la chaîne d'approvisionnement alimentaire mondiale, Barry Callebaut joue un rôle essentiel pour maintenir la disponibilité des produits alimentaires pendant la pandémie de COVID-19. Pour ce faire, le Groupe a pris des mesures de précaution afin d'offrir à ses collaborateurs des environnements de travail sûrs et de maintenir la continuité des activités. Très tôt, Barry Callebaut a créé des équipes dédiées, aux niveaux mondial et régional, qui surveillent l'évolution de la situation et ajustent les mesures en fonction des recommandations des gouvernements et des autres autorités concernées.

À ce jour, Barry Callebaut n'a connu aucune perturbation majeure de ses activités de production. Si les segments Clients industriels et Global Cocoa sont moins affectés, les volumes des ventes du segment Gourmet pâtissent des restrictions gouvernementales portant sur les boutiques et les restaurants. En Chine, on observe des signes de forte reprise de la demande, mais la progression globale de la pandémie de COVID-19 reste volatile et difficile à prévoir.

Du fait de l'incertitude qui règne sur les marchés financiers, Barry Callebaut a pris la décision, par précaution, de retirer la totalité de sa facilité de crédit renouvelable, d'un montant total d'EUR 1 milliard sur une durée de six mois, afin de créer une alternative au programme de papier commercial du Groupe (équivalent à environ EUR 450 millions) et d'améliorer l'accès aux liquidités. La facilité de crédit renouvelable de Barry Callebaut était en place depuis de nombreuses années, à titre d'option de repli dans le cas où le marché du papier commercial cesserait d'offrir les liquidités nécessaires.

Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Dans le contexte de la pandémie de COVID-19, nous prenons toutes les mesures nécessaires pour protéger la santé de nos collaborateurs et de leurs familles. Nous contribuons chaque jour à la continuité de la chaîne d'approvisionnement alimentaire mondiale. Je tiens à remercier tous nos collaborateurs ainsi que nos fournisseurs et nos clients, qui sont aussi déterminés, mobilisés et passionnés que jamais pour produire et distribuer des produits alimentaires pendant cette période difficile. »

### Perspectives – Attachés aux objectifs à moyen terme

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Le COVID-19 est un événement imprévisible majeur. Si nous avons mis en place des mesures de précaution pour faciliter la poursuite de nos activités, ses conséquences sur la croissance et la rentabilité ne peuvent être quantifiées à ce stade, car elles dépendent de la durée et de la sévérité de la pandémie. Dans cette perspective, nous restons attachés à nos objectifs à moyen terme pour la période se terminant avec l'exercice 2021/22. Notre présence mondiale, un solide pipeline d'innovation, la diversité de notre clientèle et de nos canaux, combinés à une application diligente de notre stratégie éprouvée de « croissance intelligente », constituent une base solide qui nous permettra de surmonter la pandémie de COVID-19. »

### Étapes stratégiques franchies durant les six premiers mois de l'exercice 2019/20

- **Expansion** : En mars 2020, Barry Callebaut a commencé la construction de sa première chocolaterie en Europe du Sud-Est. Cette nouvelle usine ultramoderne sera située à Novi Sad, en Serbie, près de la capitale Belgrade. Dotée d'une capacité de production annuelle initiale de plus de 50 000 tonnes, elle servira de centre régional à partir duquel Barry Callebaut pourra répondre aux besoins des marchés du chocolat en rapide croissance d'Europe du Sud-Est. En janvier 2020, Barry Callebaut a inauguré son centre CHOCOLATE ACADEMY™ rénové de Banbury, au Royaume-Uni. Ce centre, qui fait partie d'un réseau mondial de 23 centres CHOCOLATE ACADEMY™, contribuera à répondre à la demande croissante de produits à base de chocolat novateurs de qualité supérieure au Royaume-Uni et à mieux desservir l'un des plus vastes marchés au monde pour le chocolat.

- **Innovation** : En février 2020, Barry Callebaut a présenté au Salon ISM de Cologne (Allemagne), la plus importante foire commerciale au monde pour les confiseries et les snacks, le « Milk Chocolate » qui ne contient aucun produit laitier. Ce nouveau chocolat répond à la demande croissante des consommateurs, en particulier ceux des générations Y et Z, pour des produits d'origine végétale. Le « Milk Chocolate » sans aucun produit laitier fait partie du portefeuille croissant de produits « Plant Craft » de Barry Callebaut qui se compose de chocolat, cacao, fruits secs, fourrages et décorations.

Toujours en février 2020, la marque Gourmet du Groupe Mona Lisa a lancé « Mona Lisa 3D Studio », le premier chocolat imprimé en 3D personnalisé et produit à grande échelle au monde, réalisé avec du chocolat belge. Ce lancement révolutionne le monde de la création chocolatière en combinant une technologie de production d'avant-garde, une conception sur mesure et l'expertise de Barry Callebaut en matière de chocolat, permettant aux chefs d'élaborer leurs propres créations uniques sur-mesure et de les reproduire rapidement, pour un coût abordable, quelle que soit la complexité ou la spécificité du modèle.

En 2020, le chocolat ruby – le quatrième type de chocolat – a poursuivi sa trajectoire positive et a fait son entrée dans la catégorie des crèmes glacées avec les lancements de « Magnum Ruby » et « Häagen-Dazs Ruby Cacao ».

- **Leadership en matière de coûts** : A Lokeren (Belgique), Barry Callebaut a célébré en février 2020 le début des travaux de construction de son nouveau centre de distribution mondial. En regroupant ses activités d'entreposage et de distribution sur un même site, ce centre de distribution mondiale permettra à Barry Callebaut de mieux servir ses clients, d'optimiser l'efficacité et d'améliorer le rapport coût-efficacité de ses activités.

En janvier, 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 fermé son usine de cacao de Makassar (Indonésie). Cette fermeture a entraîné un coût de CHF -8,0 millions. La croissance du Groupe dans la région Asie-Pacifique sera soutenue par les autres usines qu'il possède dans la région.

- **Production durable** : En février 2020, Barry Callebaut s'est vu décerner deux « edie » Sustainability Leaders Awards, les récompenses les plus prestigieuses en matière de développement durable au Royaume-Uni. Barry Callebaut a été désignée « entreprise de l'année » pour Forever Chocolate, son projet consistant à faire en sorte que le chocolat durable devienne la norme d'ici 2025. Le programme « Seeds for Change » de Barry Callebaut a reçu le prix « edie » du meilleur programme de motivation des collaborateurs.

Barry Callebaut est fier de la note A- qui lui a été décernée pour ses activités visant à réduire son empreinte carbone dans le cadre de l'évaluation du CDP pour l'année 2019. Le CDP, anciennement Carbon Disclosure Project, est un organisme indépendant qui évalue chaque année les plans de réduction des émissions de carbone de plus de 7,000 entreprises, qu'il note sur une échelle allant de A (les chefs de file) à F.

## Performance par région/segment

### Région EMEA – Croissance et rentabilité satisfaisantes

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région EMEA (Europe, Middle East and Africa) s'inscrit en hausse de +5,5 % à 507 177 tonnes. Si l'on exclut la consolidation d'Inforum pour la première fois en février 2019, la croissance organique s'établit à +2,4 %, chiffre à nouveau bien supérieur à celui du marché des confiseries chocolatées sous-jacent (+0,4 %).<sup>8</sup> Le segment Clients industriels a poursuivi sa solide croissance en Europe de l'Ouest et dans la région EEMEA. La croissance du segment Gourmet s'est accélérée au deuxième trimestre. Le volume de la catégorie Boissons a évolué négativement, mais des mesures ont été prises pour replacer la catégorie sur une trajectoire ascendante. Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires est en hausse de +6,8 % en monnaies locales (+2,8 % en CHF), s'établissant à CHF 1 584,9 millions. Le résultat opérationnel

<sup>8</sup> Source : Nielsen, croissance des volumes hors commerce électronique, août 2019 à janvier/février 2020, données soumises à des ajustements afin qu'elles correspondent à l'exercice de Barry Callebaut.

(EBIT) a progressé de +7,2 % en monnaies locales (+3,1 % en CHF) à CHF 183,8 millions, surpassant la croissance des volumes.

### **Région Amériques – Croissance régulière et rentabilité élevée**

La Région Amériques a enregistré une progression du volume de ses ventes de +2,2 % à 287 482 tonnes. Cette croissance régulière a été atteinte dans un marché des confiseries chocolatées globalement en recul, selon Nielsen (-3,0 %)⁸. La croissance des volumes a été portée par le segment Clients industriels en Amérique du Nord et par la solide croissance affichée par le segment Gourmet en Amérique du Sud. Le chiffre d'affaires s'inscrit en hausse de +4,5 % en monnaies locales (+3,2 % en CHF), à CHF 938,0 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a augmenté de +7,4 % en monnaies locales (+5,0 % en CHF), soit plus de deux fois le taux de croissance des volumes, grâce à un mix de produits plus favorable, atteignant CHF 94,9 millions.

### **Région Asie-Pacifique – Forte croissance malgré l'impact du COVID-19**

Le volume des ventes a continué sa solide progression dans la région Asie-Pacifique, malgré l'impact du COVID-19 sur le marché chinois au deuxième trimestre. La région enregistre une croissance des volumes à deux chiffres pour les six premiers mois, avec +16,7 %, atteignant 66 754 tonnes. En raison de la pandémie COVID-19, les données de Nielsen sur la croissance du marché sous-jacent dans la région Asie-Pacifique étaient incomplètes.⁹ Le segment Clients industriels a poursuivi sa croissance à deux chiffres, à mettre principalement au crédit des comptes régionaux. Le chiffre d'affaires était en hausse de +6,0 % en monnaies locales (+5,5 % en CHF) à CHF 215,4 millions. Le segment Gourmet & Spécialités a enregistré une croissance élevée à un chiffre de ses volumes durant les six premiers mois de l'exercice en cours.

La Chine a été le premier pays affecté par la pandémie de COVID-19, ce qui a entraîné un ralentissement brutal de l'activité Gourmet en février 2020, en particulier dans le segment haut de gamme. La pandémie a également pesé sur le résultat opérationnel (EBIT), qui a progressé de +4,4 % en monnaies locales (+3,0 % en CHF), soit moins que la croissance des volumes, pour s'établir à CHF 27,7 millions.

### **Global Cocoa – Normalisation de la croissance des volumes**

Conformément aux attentes, Global Cocoa a connu, au deuxième trimestre, une croissance des volumes normalisée, qui s'est traduite par une progression de +6,5 % à 242 315 tonnes pour le premier semestre de l'exercice. Le chiffre d'affaires s'inscrit en hausse de +5,5 % en monnaies locales (+0,5 % en CHF) à CHF 1 023,5 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent¹⁰ s'élève à CHF 55,3 millions, contre CHF 54,6 millions lors de l'exercice précédent, reflétant la détérioration des conditions.

### **Évolution des prix des principales matières premières**

Au cours des six premiers mois de l'exercice en cours, les prix des **fèves de cacao** ont fluctué dans une fourchette allant de GBP 1 734 à GBP 2 045 la tonne, terminant à GBP 1 955 la tonne le 29 février 2020. En moyenne, les prix des fèves de cacao ont augmenté de +13,6 % par rapport à 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 l'application d'un différentiel de revenus d'USD 400/tonne de fèves de cacao à compter de la récolte 2020/21.

En Europe, les prix du **sucre** ont augmenté en moyenne de +18,4 % par rapport à l'exercice précédent, principalement en raison d'une récolte médiocre. Les prix mondiaux du sucre affichent quant à eux une hausse moyenne de +3,0 %.

Les prix des **produits laitiers** ont progressé en moyenne de +43,0 % par rapport à l'exercice précédent, ce qui s'explique par la faiblesse de l'offre de lait et une forte demande persistante.

⁹ Source : Nielsen, croissance en volume pour la région APAC +7,7%, hors commerce électronique, août 2019 à janvier/février 2020, seulement composé de la Corée du Sud, de l'Inde et de l'Australie, à l'exclusion de la Chine et de l'Indonésie.

¹⁰ Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent ne tient pas compte du coût de CHF -8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

Pour des informations financières plus détaillées, consultez le « [Half-Year Results 2019/20 Report](#) » du groupe Barry Callebaut.

**Conférence du groupe Barry Callebaut destinée aux médias et analystes, à suivre par téléphone ou webdiffusion**

Date : Jeudi 16 avril 2020 de 10 h 00 à 11 h 30 HEC

Lieu : En raison de la pandémie de COVID-19, aucune conférence physique n'aura lieu.

La conférence peut être suivie par téléphone et/ou webdiffusion. Toutes les précisions concernant les numéros à composer et l'accès sont disponibles sur le [site Internet](#) du groupe Barry Callebaut.

**Calendrier financier de l'exercice 2019/20 (du 1er septembre 2019 au 31 août 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](http://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](#)

**Contacts****pour les médias :**

Frank Keidel  
Head of Media Relations  
Barry Callebaut AG  
Téléphone : + 41 43 268 86 06  
[frank\\_keidel@barry-callebaut.com](mailto:frank_keidel@barry-callebaut.com)

**Investisseurs et analystes financiers :**

Claudia Pedretti  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut AG  
Téléphone : +41 43 204 04 23  
[claudia\\_pedretti@barry-callebaut.com](mailto:claudia_pedretti@barry-callebaut.com)

## Chiffres clés du Groupe<sup>11</sup>

pour les six mois de l'exercice fiscale jusqu'au 29/28 Février		2020		2019		2019 Pro-forma (IFRS 16) <sup>12</sup>	
		Variation en % Publié		Variation en % Pro-forma			
		en monnaies locales	en CHF	en monnaies locales	en CHF		
<b>Chiffres clés</b>							
Volume des ventes	Tonnes		5,4%		5,4%	1 103 728	1 046 695
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,8%	2,4%	5,8%	2,4%	3 761,8	3 672,7
Résultat brut	mio. CHF	6,3%	3,3%	6,1%	3,2%	607,4	587,9
EBITDA	mio. CHF	10,3%	6,8%	5,1%	1,7%	413,0	386,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	4,3%	0,7%	4,0%	0,5%	303,5	301,4
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) <sup>13</sup>	mio. CHF	7,0%	3,4%	6,7%	3,1%	311,5	301,4
EBIT par tonne (récurrent)	CHF	1,5%	(2,0%)	1,2%	(2,2%)	282,2	287,9
Résultat net pour la période	mio. CHF	6,7%	2,3%	7,5%	3,1%	203,7	199,1
Résultat net pour la période (récurrent) <sup>13</sup>	mio. CHF	10,7%	6,3%	11,6%	7,1%	211,7	199,1
Cash-flow disponible	mio. CHF					(359,2)	(140,6)
Cash-flow disponible ajusté <sup>14</sup>	mio. CHF					(17,9)	(31,4)
<b>Par région</b>							
<b>EMEA</b>							
Volume des ventes	Tonnes		5,5%			507 177	480 721
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,8%	2,8%			1 584,9	1 542,0
EBITDA	mio. CHF	10,1%	6,0%			221,4	208,9
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	7,2%	3,1%			183,8	178,3
<b>Amériques</b>							
Volume des ventes	Tonnes		2,2%			287 482	281 204
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,5%	3,2%			938,0	908,5
EBITDA	mio. CHF	11,0%	8,7%			121,5	111,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	7,4%	5,0%			94,9	90,4
<b>Asie-Pacifique</b>							
Volume des ventes	Tonnes		16,7%			66 754	57 192
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,0%	5,5%			215,4	204,1
EBITDA	mio. CHF	8,3%	6,9%			34,0	31,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	4,4%	3,0%			27,7	26,9
<b>Global Cocoa</b>							
Volume des ventes	Tonnes		6,5%			242 315	227 578
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,5%	0,5%			1 023,5	1 018,1
EBITDA	mio. CHF	3,6%	1,3%			82,8	81,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(11,3%)	(13,4%)			47,3	54,6
<b>Par groupe de produits</b>							
<b>Volume des ventes</b>						<b>1 103 728</b>	<b>1 046 695</b>
Produits à base de cacao	Tonnes		6,5%			242 315	227 578
Produits pour clients industriels	Tonnes		6,0%			729 628	688 602
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		1,0%			131 785	130 515
<b>Chiffre d'affaires</b>						<b>3 761,8</b>	<b>3 672,7</b>
Produits à base de cacao	mio. CHF	5,5%	0,5%			1 023,5	1 018,1
Produits pour clients industriels	mio. CHF	6,4%	3,6%			2 121,2	2 046,7
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	4,5%	1,5%			617,1	607,9

<sup>11</sup> Les indicateurs de performance financière non définis par la norme IFRS sont définis à la page 181 du Rapport annuel 2018/19.

<sup>12</sup> Les comparatifs de l'exercice précédent ont été calculés sur une base pro-forma afin de refléter l'impact estimé de la norme IFRS 16 si elle avait été adoptée à ce moment-là (pour l'impact de l'exercice en cours, voir les pages 17 à 21 du Rapport semestriel).

<sup>13</sup> Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent et le résultat net récurrent ne tiennent pas compte du coût de CHF -8,0 millions correspondant à la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

<sup>14</sup> Cash-flow ajusté de l'effet sur le cash-flow de la prise en compte des stocks de fèves de cacao considérés par le Groupe comme stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI).