

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2020/21

Poursuite de la reprise des volumes et bonne rentabilité

- **Volume des ventes en baisse de -2,9 %, poursuite de la reprise au second trimestre (-1,3 %)**
- **Chiffre d'affaires de CHF 3,5 milliards, stable à 0,0 % en monnaies locales (-7,5 % en CHF)**
- **Résultat opérationnel (EBIT) de CHF 296,7 millions, en hausse de +3,8 %¹ en monnaies locales (-4,7 %¹ en CHF)**
- **Bénéfice net de CHF 205,7 millions, en hausse de +6,9 %¹ en monnaies locales (-2,8 %¹ en CHF)**
- **Solide cash-flow disponible³ ajusté de CHF 162,9 millions**
- **Confiance dans la capacité à atteindre les objectifs à moyen terme²**
- **Peter Boone succède à Antoine de Saint-Affrique en tant que CEO, avec effet au 1^{er} Septembre 2021 ([voir communiqué de presse séparé](#))**
- **Antoine de Saint-Affrique proposé comme nouveau membre du Conseil d'administration**
- **Steve Woolley nommé Président Amériques avec effet au 1^{er} Septembre 2021 ([voir communiqué de presse séparé](#))**
- **Jo Thys nommé Président Asie-Pacifique avec effet au 1^{er} Juillet 2021 ([voir communiqué de presse séparé](#))**

Zurich (Suisse), le 22 avril 2021 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Sur les six premiers mois de l'exercice, nous avons observé la poursuite du redressement des volumes et une bonne rentabilité dans un environnement de marché qui reste difficile. La mise en œuvre disciplinée de notre stratégie de « croissance intelligente », combinée au développement continu de nos capacités, et l'affinement fructueux de notre modèle économique constituent la base de l'amélioration de nos performances. »

Chiffres clés du Groupe

pour les six premiers mois de l'exercice jusqu'au 28/29 février		Variation en %		2021	2020
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		(2,9%)	1 071 603	1 103 728
Chiffre d'affaires	mio. CHF	0,0%	(7,5%)	3 481,5	3 761,8
Résultat brut	mio. CHF	0,0%	(6,3%)	569,2	607,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	6,5%	(2,2%)	296,7	303,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹	mio. CHF	3,8%	(4,7%)	296,7	311,5
EBIT par tonne (récurrent)	CHF	6,9%	(1,9%)	276,9	282,2
Résultat net pour la période	mio. CHF	11,1%	1,0%	205,7	203,7
Résultat net pour la période (récurrent) ¹	mio. CHF	6,9%	(2,8%)	205,7	211,7
Cash-flow disponible	mio. CHF			(183,4)	(359,2)
Cash-flow disponible ajusté ⁴	mio. CHF			162,9	(17,9)

¹ Par rapport au résultat opérationnel (EBIT) récurrent et au bénéfice net récurrent de l'exercice précédent, qui ne tiennent pas compte du coût de CHF 8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

² En moyenne pour la période de trois ans de 2020/21 à 2022/23 : croissance du volume de +5 à 7 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus et considérant une reprise progressive après la pandémie de COVID-19.

³ Cash-flow disponible corrigé de l'effet sur le cash-flow de la prise en compte des stocks de fèves de cacao considérés comme des stocks rapidement négociables (*readily marketable inventories*, RMI) par le Groupe.

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a enregistré une reprise continue du **volume de ses ventes** à 1 071 603 tonnes au cours des six premiers mois de l'exercice 2020/21 (se terminant le 28 février 2021), ce qui correspond à une baisse de -2,9 %. Le volume des ventes de l'activité chocolat a continué à progresser et est quasiment redevenu positif durant le second trimestre (-0,2 %). Pour la période sous revue, le résultat s'inscrit donc en baisse de -1,0 %, tandis que le marché mondial des confiseries chocolatées est resté légèrement positif (+0,8 %⁴) selon Nielsen. La reprise du volume a été emmenée par les régions Asie-Pacifique (+6,9 %) et Amériques (+4,1 %), avec des contributions positives des moteurs de croissance clés du Groupe que sont les marchés émergents (+6,1 %, hors cacao) et l'externalisation (+1,8 %). Le volume du segment Gourmet & Spécialités s'est encore stabilisé (-5,8 %) malgré un environnement toujours difficile, Gourmet retrouvant même une croissance positive des volumes au deuxième trimestre. Le volume des ventes de Global Cocoa s'élève à 219 153 tonnes, soit une baisse de -9,6 % qui s'explique par l'importance constante accordée à des volumes plus rentables.

Le chiffre d'affaires s'établit à CHF 3 481,5 millions, stable à 0,0 % en monnaies locales (-7,5% en CHF).

Le résultat brut a atteint CHF 569,2 millions, se stabilisant à 0,0 % en monnaies locales (-6,3 % en CHF) par rapport aux six premiers mois de l'exercice précédent. La baisse des volumes due à la pandémie de COVID-19 a encore eu des répercussions négatives sur le résultat brut, mais celles-ci ont été atténuées par un mix de produits favorable et l'attention constante accordée à la « croissance intelligente » au sein de l'activité cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) se monte à CHF 296,7 millions, soit une hausse de +3,8 % en monnaies locales (-4,7 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent sur la même période de l'exercice précédent⁵. Les variations des changes ont pesé à hauteur de CHF -26 millions. L'EBIT publié a augmenté de +6,5 % en monnaies locales (-2,2 % en CHF). **L'EBIT par tonne** s'élève à CHF 277, en hausse de +6,9 % en monnaies locales par rapport à l'EBIT récurrent par tonne de l'exercice précédent.

Le résultat net pour la période atteint CHF 205,7 millions, en hausse de +6,9 % en monnaies locales (-2,8 % en CHF) par rapport au résultat net récurrent de l'exercice précédent⁵. Le résultat net publié a progressé de +11,1 % en monnaies locales (+1,0 % en CHF). Cette augmentation s'explique par la baisse des charges financières nettes et de l'impôt sur le revenu.

Le fonds de roulement net a diminué pour atteindre CHF 1 579,1 millions, contre CHF 1 838,3 millions pour la même période de l'exercice précédent. L'amélioration structurelle des créanciers a plus que contrebalancé l'accroissement des stocks et des créances.

La dette nette a diminué pour atteindre CHF 1 752,9 millions, contre CHF 1 981,0 millions pour la même période de l'exercice précédent. En considérant les stocks de fèves de cacao comme des stocks rapidement négociables (*readily marketable inventories*, RMI), la **dette nette ajustée** s'élève à CHF 661,6 millions contre CHF 882,0 millions pour la même période de l'exercice précédent.

La génération de **cash-flow disponible** a continué à se renforcer durant le semestre sous revue et s'établit à CHF -183,4 millions contre CHF -359,2 millions pour la même période de l'exercice précédent. Corrigé de l'effet de la prise en compte des fèves de cacao comme stocks rapidement

⁴ Source : Nielsen, croissance de volume hors commerce électronique – 25 pays, de septembre 2020 à janvier/février 2021, données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les données de Nielsen ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile et les achats impulsifs, fortement impactés par les mesures de confinement mises en place pour lutter contre la pandémie de COVID-19.

⁵ Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent et le bénéfice net récurrent de l'exercice précédent ne tiennent pas compte du coût de CHF 8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

négociables, le **cash-flow disponible ajusté** a atteint l'excellent chiffre de CHF 162,9 millions (29 février 2020 : CHF -17,9 millions).

Perspectives – Confiance dans la capacité à atteindre les objectifs à moyen terme

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Alors que l'environnement demeure volatile, l'attention constante portée aux clients, notre volonté de saisir les nouvelles opportunités et notre force d'innovation, combinées à un bilan solide, nous confortent dans l'idée que nous allons sortir plus forts de cette crise et que nous réussirons à atteindre nos objectifs à moyen terme. »

Étapes stratégiques clés durant les six premiers mois de l'exercice 2020/21

- **Expansion** : Barry Callebaut a ouvert son premier site de production sans produits laitiers et totalement séparé à Norderstedt (Allemagne) en février 2021. Cette usine réorganisée fournit du chocolat sans produits laitiers au marché européen, exploitant la demande croissante de produits gourmands à base de plantes émanant des consommateurs.
Au cours du même mois, Barry Callebaut a annoncé un partenariat stratégique avec une filiale de Garudafood, l'une des plus grandes entreprises du secteur de l'alimentation et des boissons en Indonésie. Ce partenariat mettra la gamme de pâtes à glacer de la marque Van Houten Professional à la disposition des utilisateurs professionnels du marché de la restauration en Indonésie.
En mars 2021, le Groupe a annoncé l'ouverture d'une nouvelle chocolaterie à Baramati, en Inde, deuxième pays le plus peuplé au monde et l'un des marchés des confiseries chocolatées qui connaît la croissance la plus rapide.⁶ Cette nouvelle chocolaterie compte un laboratoire de R&D et des lignes d'assemblage capables de fabriquer du chocolat et des pâtes à glacer dans différents formats, répondant ainsi aux besoins des clients industriels internationaux, des confiseurs locaux ainsi que des boulangers et pâtisseries semi-industriels.
- **Innovation** : En collaboration avec la start-up Bloom Biorenewables Ltd, Barry Callebaut étudie actuellement la possibilité de convertir les flux de production secondaires du Groupe en ingrédients alimentaires, notamment des agents aromatisants. La conversion des coquilles de noix en vanilline, annoncée en février 2021, est l'un des premiers succès de la collaboration de Barry Callebaut avec Bloom, ainsi qu'un aboutissement direct de l'intervention du Groupe auprès de MassChallenge, un accélérateur mondial de start-up ayant adopté un modèle d'innovation ouverte.
Depuis son lancement en 2016, Caramel Doré, le premier chocolat belge au caramel haut de gamme, ne cesse de conquérir de nouveaux marchés et de nouvelles possibilités d'utilisation. Début 2021, cette progression s'est concrétisée par le lancement du « Magnum Double Gold Caramel Billionnaire » sur divers marchés européens, dont la Suisse.
Pour répondre au désir des consommateurs de découvrir de nouvelles saveurs enthousiasmantes, le premier mélange pour glace à l'italienne à base de fruit de cacao a été lancé par Rogelfrut, un fournisseur italien de glaces artisanales. Cette nouvelle application, développée en partenariat avec [Cabosse Naturals](#), célèbre le goût fruité et frais du fruit du cacao dans un sorbet délicieusement rafraîchissant. Elle sera mise à la disposition des artisans et des glaciers en Italie dès mai 2021.
- **Leadership en matière de coûts** : Barry Callebaut a poursuivi ses efforts de simplification et de numérisation de ses processus opérationnels, en tirant parti de ses plateformes mondiales SAP et Salesforce. Le Groupe a également continué à élargir le champ des services proposés par son Centre de services partagés de Lodz (Pologne), qui regroupe les activités relatives aux finances, à l'informatique, aux achats et aux RH. Ces initiatives permettent à Barry Callebaut d'améliorer

⁶ Selon Nielsen, le volume des ventes de confiseries chocolatées a progressé en Inde à un TCAC de +9 % entre 2014 et 2019.

la gestion de ses relations commerciales avec ses clients et fournisseurs, de contrôler ses coûts ainsi que de préserver la continuité de ses activités.

- **Production durable** : Barry Callebaut s'est engagé à créer un environnement propice et inclusif, où tout le monde se voit offrir l'opportunité d'apprendre, de se développer et d'atteindre son plein potentiel. En janvier 2021, Barry Callebaut a lancé sur cette base « #oneBC », sa stratégie relative à la diversité et à l'inclusion. Elle fixe des objectifs mesurables et ambitieux pour le Groupe, visant à améliorer l'équilibre hommes-femmes et la diversité culturelle au niveau de la haute direction d'ici 2025.

Pour la deuxième année consécutive, Barry Callebaut s'est vu décerner le titre de « Supplier Engagement Leader » (leader en matière d'implication de ses fournisseurs) par le CDP en février 2021, ce qui positionne le Groupe dans les 7 % d'entreprises les plus performantes dans ce domaine parmi plus de 5 600 évaluées en 2020. Le CDP est un organisme indépendant qui évalue annuellement les plans de réduction de l'empreinte carbone des entreprises ainsi que la mobilisation de leur chaîne d'approvisionnement en faveur des questions climatiques. Dans le cadre de son objectif [Forever Chocolate](#) consistant à présenter un bilan carbone positif d'ici 2025, Barry Callebaut s'est engagé à réduire l'empreinte carbone de l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement (scopes 1, 2 et 3), ce qui inclut la production et la transformation de toutes les matières premières que Barry Callebaut achète et les changements dans l'utilisation des terres correspondantes.

En mars 2021, Barry Callebaut a annoncé la coopération entre [Cocoa Horizons](#) et Seekewa, une start-up primée de Côte d'Ivoire, sur un projet pilote visant à augmenter et à diversifier le revenu des producteurs de cacao dans le cadre du programme Cocoa Horizons. La diversification du revenu est un élément clé de la stratégie de Barry Callebaut pour sortir les cultivateurs de cacao de la pauvreté. La collaboration avec Seekewa est un autre résultat direct de l'intervention du Groupe auprès de l'accélérateur de start-up MassChallenge.

Performance par région/segment

Région EMEA – Poursuite de la reprise des volumes dans un environnement difficile et bonne rentabilité

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) a atteint 481 862 tonnes, soit une baisse de -5,0 % au cours des six premiers mois. Malgré l'environnement toujours difficile dû aux restrictions liées au COVID-19 sur les principaux marchés européens⁷, la reprise des volumes s'est poursuivie au deuxième trimestre (-3,0 %), emmenée par une bonne performance en Europe de l'Est. Le segment Clients industriels a enregistré une amélioration du volume de ses ventes après une baisse saisonnière des activités, en particulier en Europe de l'Est, mais affiche encore, globalement, un recul se situant dans la partie moyenne de la plage à un chiffre. L'activité Gourmet & Spécialités enregistre encore une baisse globale des volumes se situant dans la partie basse de la plage à deux chiffres, malgré une forte reprise en Europe de l'Est. Le chiffre d'affaires s'inscrit en baisse de -2,6 % en monnaies locales (-5,6 % en CHF) à CHF 1 496,0 millions. Le résultat opérationnel s'élève à CHF 178,3 millions, en hausse de +2,2 % en monnaies locales (-3,0 % en CHF) grâce à une discipline stricte en matière de coûts et à un mix de produits plus favorable.

Région Amériques – Bonne croissance des volumes et de la rentabilité

La région Amériques a enregistré une hausse du volume de ses ventes de +4,1 %, à 299 253 tonnes, surpassant nettement le marché régional des confiseries chocolatées⁷. La croissance des volumes a été portée tant par le segment Clients industriels que par l'activité Gourmet. La forte croissance affichée par les grands comptes s'est poursuivie, en particulier en Amérique du Nord. Les volumes

⁷ Source : Nielsen. Les chiffres de la croissance des volumes sur la période de septembre 2020 à janvier/février 2021 sont les suivants : Région EMEA +1,7 %, Amériques +1,4 %, Asie-Pacifique -6,8 %. Données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les chiffres de Nielsen sur la croissance du marché des confiseries chocolatées n'incluent pas le commerce électronique et ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile ainsi que les achats impulsifs.

du segment Gourmet & Spécialités sont redevenus positifs, soutenus par une reprise vigoureuse en Amérique du Sud. Le chiffre d'affaires a progressé de +3,6 % en monnaies locales (-7,2 % en CHF), s'établissant à CHF 870,7 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a augmenté de +5,8 % en monnaies locales (-5,5 % en CHF) pour atteindre CHF 89,7 millions, reflétant la bonne croissance des volumes et un mix de produits plus favorable.

Région Asie-Pacifique – Accélération de la croissance des volumes et forte rentabilité

La dynamique du volume des ventes s'est accélérée dans la région Asie-Pacifique, qui a renoué avec une croissance à deux chiffres au deuxième trimestre. Durant les six premiers mois sous revue, le volume des ventes a atteint 71 335 tonnes, en hausse de +6,9 %, surpassant nettement le marché régional des confiseries chocolatées⁸. La croissance moyenne à un chiffre enregistrée par le segment Clients industriels a été générale. L'activité Gourmet a retrouvé une croissance des volumes à deux chiffres, sous l'impulsion de marchés clés tels que la Chine, l'Inde et Taïwan. Le chiffre d'affaires s'établit à CHF 221,1 millions, en hausse de +9,2 % en monnaies locales (+2,7 % en CHF). Le résultat opérationnel (EBIT) a augmenté de +10,4 % en monnaies locales (+1,9 % en CHF) pour atteindre CHF 28,2 millions, reflétant l'accélération de la croissance des volumes et un mix de produits plus favorable.

Global Cocoa – Focalisation sur la « croissance intelligente » dans un environnement de marché volatil

Le volume des ventes Global Cocoa a fléchi de -9,6 % à 219 153 tonnes au cours des six premiers mois sous revue. Ce recul reflète la focalisation du Groupe sur la « croissance intelligente », équilibrant de manière proactive le volume et le profit. Le Groupe s'est engagé à mettre en œuvre le différentiel de revenus (Living Income Differential, LID) de manière disciplinée. Le chiffre d'affaires s'élève à CHF 893,7 millions, en baisse de -1,2 % en monnaies locales (-12,7 % en CHF). Le résultat opérationnel (EBIT) s'établit à CHF 47,7 millions, en baisse de -6,9 % en monnaies locales (-13,6 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent⁹ pour la même période de l'exercice précédent.

Évolution des prix des principales matières premières

Au cours des six premiers mois de l'exercice 2020/21, les prix des **fèves de cacao** sur le marché à terme¹⁰ ont fluctué entre GBP 1 608 et GBP 1 869 la tonne, avant de clôturer à GBP 1 768 la tonne le 28 février 2021. En moyenne, les prix des fèves de cacao ont diminué de -9,4 % par rapport à la même période de l'exercice précédent. L'offre et la demande mondiales de fèves ont affiché un excédent.

Les **prix mondiaux du sucre** ont augmenté en moyenne de +12,0 % du fait de la forte demande de la Chine et des exportations indiennes retardées. En Europe, les prix du sucre sont demeurés relativement stables en moyenne (-2,0 %) par rapport aux prix en baisse liés à la demande au début de la pandémie de COVID-19 durant la même période de l'exercice précédent.

Les **prix des produits laitiers** n'ont cessé d'augmenter du fait de la forte demande de l'Asie et de certaines contraintes dans la chaîne d'approvisionnement. Toutefois, au cours de la période sous revue, les prix ont baissé en moyenne de -10,6 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Pour des informations financières plus détaillées, consultez le rapport [« Résultats semestriels 2020/21 »](#).

⁸ Source : Nielsen. Les chiffres de la croissance des volumes sur la période de septembre 2020 à janvier/février 2021 sont les suivants : Région EMEA +1,7 %, Amériques +1,4 %, Asie-Pacifique -6,8 %. Données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les chiffres de Nielsen sur la croissance du marché des confiseries chocolatées n'incluent pas le commerce électronique et ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile ainsi que les achats impulsifs.

⁹ Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent de l'exercice précédent ne tient pas compte du coût de CHF 8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

¹⁰ Source : Prix du marché à terme de Londres pour la 2^e position, de septembre 2020 à février 2021. Les prix du marché à terme excluent le différentiel de revenus (Living Income Differential, LID) et les différentiels nationaux.

Webdiffusion/conférence pour médias et analystes du groupe Barry Callebaut

Date : Jeudi 22 avril 2021, de 10 h 00 à 11 h 00 CEST

Lieu : Aucune conférence physique n'aura lieu.

La conférence peut être suivie par téléphone et/ou webdiffusion. Toutes les précisions concernant l'accès sont disponibles [ici](#).

Calendrier financier de l'exercice 2020/21 (1er septembre 2020 – 31 août 2021) :

Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2020/21	15 juillet 2021
Résultats annuels 2020/21	10 novembre 2021
Assemblée générale annuelle 2020/21	8 décembre 2021

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,9 milliards (EUR 6,4 milliards / USD 7,1 milliards) environ pour l'exercice 2019/20, 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 marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont [Callebaut](#)[®] et [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] et la marque de décorations, [Mona Lisa](#)[®].

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**Médias :**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone : + 41 43 268 86 06
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

Chiffres clés du Groupe ¹¹

pour les six premiers mois de l'exercice jusqu'au 28/29 Février		Variation en %		2021	2020
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		(2,9%)	1 071 603	1 103 728
Chiffre d'affaires	mio. CHF	0,0%	(7,5%)	3 481,5	3 761,8
Résultat brut	mio. CHF	0,0%	(6,3%)	569,2	607,4
EBITDA (récurrent) ¹²	mio. CHF	4,0%	(3,6%)	405,8	421,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	6,5%	(2,2%)	296,7	303,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹²	mio. CHF	3,8%	(4,7%)	296,7	311,5
EBIT (récurrent) par tonne	CHF	6,9%	(1,9%)	276,9	282,2
Résultat net pour la période	mio. CHF	11,1%	1,0%	205,7	203,7
Résultat net pour la période (récurrent) ¹²	mio. CHF	6,9%	(2,8%)	205,7	211,7
Cash-flow disponible	mio. CHF			(183,4)	(359,2)
Cash-flow disponible ajusté ¹³	mio. CHF			162,9	(17,9)
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(5,0%)	481 862	507 177
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(2,6%)	(5,6%)	1 496,0	1 584,9
EBITDA hors effet	mio. CHF	3,3%	(1,6%)	218,0	221,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	2,2%	(3,0%)	178,3	183,8
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		4,1%	299 253	287 482
Chiffre d'affaires	mio. CHF	3,6%	(7,2%)	870,7	938,0
EBITDA	mio. CHF	5,6%	(5,1%)	115,3	121,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	5,8%	(5,5%)	89,7	94,9
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		6,9%	71 335	66 754
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,2%	2,7%	221,1	215,4
EBITDA	mio. CHF	11,3%	3,2%	35,1	34,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	10,4%	1,9%	28,2	27,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(9,6%)	219 153	242 315
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(1,2%)	(12,7%)	893,7	1 023,5
EBITDA	mio. CHF	6,0%	(0,8%)	82,1	82,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	8,8%	1,0%	47,7	47,3
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹²	mio. CHF	(6,9%)	(13,6%)	47,7	55,3
Par groupe de produits					
Volume des ventes					
Produits à base de cacao	Tonnes		(9,6%)	219 153	242 315
Produits pour clients industriels	Tonnes		(0,2%)	730 461	731 943
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		(5,8%)	121 989	129 470
Chiffre d'affaires					
Produits à base de cacao	mio. CHF	(1,2%)	(12,7%)	893,7	1 023,5
Produits pour clients industriels	mio. CHF	1,6%	(4,2%)	2 039,8	2 129,3
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	(3,5%)	(10,0%)	548,0	609,0

¹¹ Les mesures de la performance financière qui ne sont pas définies par les normes IFRS sont précisées à la page 182 du Rapport annuel 2019/20.

¹² Le résultat opérationnel (EBIT) récurrent et le bénéfice net récurrent de l'exercice précédent ne tiennent pas compte du coût de CHF 8,0 millions résultant de la fermeture de l'usine de cacao de Makassar (Indonésie).

¹³ Le cash-flow disponible est ajusté pour tenir compte de l'impact sur la trésorerie de la prise en compte des stocks de fèves de cacao, considérés comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI) par le Groupe.