

Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Groupe Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2022/23

Forte rentabilité et redressement progressif du volume des ventes

- **Redressement progressif du volume des ventes au second trimestre (-0,5 %), limitant leur recul au premier semestre de l'exercice 2022/23 à -2,9 %**
- **Chiffre d'affaires de CHF 4,2 milliards, en hausse de +7,9 % en monnaies locales (+3,7 % en CHF)**
- **Fort résultat opérationnel (EBIT) de CHF 348,4 millions, en hausse de +11,0 % en monnaies locales (+9,5 % en CHF), par rapport à l'EBIT¹ récurrent de l'exercice précédent. EBIT publié en hausse de +6,7 % en monnaies locales (+5,3 % en CHF)**
- **Résultat net de CHF 234,3 millions, en hausse de +10,4 % en monnaies locales (+10,5 % en CHF), par rapport au résultat net récurrent¹ de l'exercice précédent. Résultat net publié en hausse de +4,1 % en monnaies locales (+4,2 % en CHF)**
- **Solide génération de trésorerie avec cash-flow disponible ajusté² de CHF 71,2 millions**
- **Pronostic actualisé laissant prévoir une croissance du volume des ventes stable à modeste durant l'exercice 2022/23, avec maintien d'un fort résultat opérationnel (EBIT)**
- **Confirmation des objectifs sur 3 ans, de 2023/24 à 2025/26³**

Zurich (Suisse), le 5 avril 2023 – Ben De Schryver CFO du groupe Barry Callebaut, a déclaré :

« Durant les six premiers mois de l'exercice 2022/2023, nous avons enregistré une forte rentabilité qui reflète la solidité de notre modèle d'entreprise, avec notamment une maîtrise continue des coûts dans un environnement fortement inflationniste, ainsi qu'un bon mix de produits. Par rapport au résultat élevé de la période de référence, nous avons constaté un redressement progressif de notre volume, bien qu'à un rythme plus lent que prévu. Ce ralentissement est dû à la disponibilité temporairement limitée de nos marques mondiales et à une demande des clients plus faible que prévue dans un contexte d'inflation élevée. Je tiens à remercier tous mes collègues pour l'engagement et la passion dont ils ont fait preuve en contribuant à développer nos activités ».

Chiffres clés du Groupe

pour les six premiers mois de l'exercice fiscale jusqu'au 28 Février		Variation en %		2023	2022
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		(2,9 %)	1 130 742	1 164 749
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,9 %	3,7 %	4 180,7	4 030,3
Résultat brut	mio. CHF	11,4 %	9,5 %	664,1	606,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	6,7 %	5,3 %	348,4	330,9
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹	mio. CHF	11,0 %	9,5 %	348,4	318,1
EBIT (récurrent) ¹ par tonne	CHF	14,3 %	12,8 %	308,1	273,1
Résultat net pour la période	mio. CHF	4,1 %	4,2 %	234,3	224,8
Résultat net pour la période (récurrent) ¹	mio. CHF	10,4 %	10,5 %	234,3	212,1
Cash-flow disponible	mio. CHF			(188,2)	(132,6)
Cash-flow disponible ajusté ²	mio. CHF			71,2	167,0

¹ Résultat de l'exercice précédent ne tenant pas compte du recouvrement de crédits d'impôt indirect au Brésil à hauteur de CHF +12,8 millions en résultat opérationnel (EBIT) et CHF +12,7 millions en résultat net.

² Cash-flow disponible, ajusté par prise en compte de l'impact des stocks de fèves de cacao, considérés par le Groupe comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI).

³ Valeurs moyennes pour la période des trois exercices de 2023/24 à 2025/26 : +4 à +6 % de croissance du volume et +8 à +10 % de croissance de l'EBIT en monnaies locales, avec un objectif supplémentaire d'amélioration du ROIC, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a publié un volume des ventes de 1 130 742 tonnes au cours des six premiers mois de l'exercice 2022/23 (qui s'est terminé le 28 février 2023). Après le ralentissement des activités au premier trimestre (-5,1 %) en raison des effets résiduels de la reprise progressive à l'usine de Wieze, les volumes constatés se sont progressivement redressés au deuxième trimestre (-0,5 %), limitant leur recul à -2,9 % sur l'ensemble du premier semestre. En Région EMEA, le volume de l'activité chocolats a augmenté au cours du deuxième trimestre (+1,8 %, sur le semestre : -3,7 %), restant stable en Région Asie-Pacifique (+0,4 %, sur le semestre : +0,3 %). Le volume a reculé en Région Amériques (-6,6 %, sur le semestre : -4,4 %). Le volume global des ventes de l'activité chocolats a baissé au cours du premier semestre (-3,6 %). Hors effet de la reprise progressive des activités à l'usine de Wieze, ce volume est en ligne avec l'évolution du marché mondial sous-jacent des confiseries chocolatées (-1,8 %)⁴. Les principaux moteurs de croissance du Groupe sont redevenus positifs au cours du deuxième trimestre : l'externalisation +3,0 % (semestre : +1,4 %), les marchés émergents +2,1 % (semestre : -1,0 %) et Gourmet & Spécialités +0,4 % (semestre : -5,8 %). Les volumes de l'activité Global Cocoa se sont normalisés, atteignant 227 773 tonnes, soit un résultat année sur année inchangé (-0,1 %).

Le chiffre d'affaires s'est élevé à CHF 4 180,7 millions, en hausse de +7,9 % en monnaies locales (+3,7 % en CHF). Cette augmentation est due au renchérissement des matières premières et à un contexte inflationniste, que Barry Callebaut gère grâce à sa tarification cost-plus pour une majorité de ses activités et aux éléments positifs de son mix.

Le résultat brut s'établit à CHF 664,1 millions, en hausse de +11,4 % en monnaies locales (+9,5 % en CHF). L'impact négatif que les effets résiduels de la reprise des activités à l'usine de Wieze ont eu sur le volume des ventes au cours du premier trimestre a été plus que compensé par la composition plus rémunératrice du mix de produits et la contribution positive de l'activité cacao.

Le fort **résultat opérationnel (EBIT)** s'établit à CHF 348,4 millions, soit une hausse de +11,0 % en monnaies locales (+9,5 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent⁵ de l'exercice précédent. Cette hausse est donc bien supérieure au développement du volume des ventes. L'**EBIT par tonne** est monté de CHF 273 pendant l'exercice précédent⁵ à CHF 308, grâce à l'influence favorable du mix de produits.

Le **résultat net pour la période** se monte à CHF 234,3 millions, en hausse de +10,4 % en monnaies locales (+10,5 % en CHF) par rapport au bénéfice net récurrent⁵ de l'exercice précédent. Ce résultat net en augmentation a notamment bénéficié d'un fort résultat opérationnel (EBIT), partiellement neutralisé par des coûts de financement nets légèrement plus élevés en raison de taux d'intérêt de référence en hausse et de charges d'impôt sur le revenu légèrement accrues, d'un montant de CHF -53,9 millions. Le taux d'imposition effectif a été de 18,7 %.

Le **fonds de roulement net** est passé à CHF 1 699,3 millions contre CHF 1 598,8 millions pour l'exercice précédent. Les créances et les stocks ont augmenté principalement en raison de l'inflation frappant les prix des matières premières et, pour les stocks, également en raison de la date précoce de la récolte principale de fèves de cacao. Ces effets ont été partiellement neutralisés par l'augmentation des dettes.

La génération de **cash-flow disponible** est restée solide, avec CHF -188,2 millions contre CHF -132,6 millions pour l'exercice précédent, malgré la hausse des prix des matières premières. Ajusté pour tenir compte de l'impact des stocks de fèves de cacao considérés par le Groupe comme des stocks

⁴ Croissance du volume selon Nielsen (hors commerce électronique) – 26 pays, septembre 2022 à janvier 2023. Données sujettes à ajustement pour correspondre à la période sous revue de Barry Callebaut. Les données de Nielsen ne reflètent que partiellement la consommation hors foyer et les achats impulsifs.

⁵ Résultat de l'exercice précédent ne tenant pas compte du recouvrement de crédits d'impôt indirect au Brésil de CHF +12,8 millions en résultat opérationnel (EBIT) et de CHF +12,7 millions en résultat net.

rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI), le **cash-flow disponible ajusté** s'établit à CHF 71,2 millions (28 février 2022 : CHF 167,0 millions).

La **dette nette** s'est maintenue à CHF 1 581,5 millions contre CHF 1 594,3 millions pour l'exercice précédent. Si l'on considère les stocks de fèves de cacao comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI), l'**endettement net ajusté** a diminué et s'élève à CHF 368,4 millions, contre CHF 561,1 millions pour la même période de l'exercice précédent.

Perspectives – Maintien d'un fort résultat opérationnel, actualisation des prévisions de volume pour l'exercice complet 2022/23

S'exprimant au sujet des perspectives, Ben De Schryver CFO du Groupe, a déclaré : « Nous sommes confiants de pouvoir maintenir un fort résultat opérationnel au second semestre. En raison du retard de la croissance des volumes, nous prévoyons maintenant que celle-ci se que celle-ci s'avérera stable à modeste pour l'ensemble de l'exercice 2022/23. Pour la période de trois ans⁶, nous tablons sur une croissance moyenne des volumes inférieure à 5 %, tandis que la croissance de l'EBIT devrait être nettement plus élevée ».

Étapes stratégiques

Innovation : En janvier 2023, Barry Callebaut a présenté les principales tendances du marché des chocolats pour 2023 et au-delà. Les « Top Chocolate Trends » régionaux sont disponibles pour l'Europe, l'Amérique du Nord, l'Amérique latine et l'Asie-Pacifique (voir notre [site](#) web pour plus de détails). Ils aideront les professionnels du chocolat à prendre le pouls du marché. Toujours en janvier 2023, la marque mondiale Cacao Barry a lancé la collection Cacao Powders, une gamme de poudres de cacao pour chocolatiers et confiseurs offrant des performances exceptionnelles en termes de texture, de couleur et de goût.

À l'occasion du 2023 International Food & Drink Event au mois de mars à Londres, le chocolat de deuxième génération mis au point par Barry Callebaut a été distingué en tant que finaliste dans quatre catégories des World Food Innovation Awards. Cette innovation révolutionnaire permet aux amateurs de chocolat de savourer la pureté des arômes de cacao. Ces nouveaux chocolats noir et au lait sont l'expression d'une conception novatrice, basée sur le principe : « le cacao d'abord, le sucre en dernier ». Ils ne contiennent que ces deux ingrédients, ainsi que des produits laitiers dans le cas du chocolat au lait.

Leadership en matière de coûts : En janvier 2023, Moody's Investors Service a relevé la note de crédit à long-terme du Groupe de « stable » à « positive ». La perspective de toutes les obligations à long terme non garanties de premier rang émises par Barry Callebaut Services N.V. a également été portée de « stable » à « positive ». Moody's vient en outre de confirmer ses notes 'Baa3'. Moody's justifie sa nouvelle notation par la perspective d'un nouveau renforcement des ratios de crédit de Barry Callebaut au cours des 12 à 18 prochains mois.

Production durable : En mars 2023, Barry Callebaut a annoncé un projet agroforestier à long terme mené conjointement avec Nestlé en Côte d'Ivoire. Ce projet vise à déployer 11 500 hectares de plantations d'arbres et prévoit des paiements pour services écosystémiques à plus de 6 000 agriculteurs. L'accord récemment signé est une étape importante dans le processus d'élargissement de la démarche agroforestière du Groupe. Barry Callebaut établira des partenariats avec ses clients, pour les cacaos de toutes les origines, l'objectif étant de créer de la valeur pour les agriculteurs et de réduire en même temps l'émission de carbone le long des chaînes logistiques de Barry Callebaut et de ses clients.

⁶ 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.

Performance par région/segment

Région EMEA – Amélioration de la dynamique du volume et forte rentabilité

Au cours des six premiers mois de l'exercice, le volume des ventes en Région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) a été de 517 593 tonnes, soit une baisse de -3,7 %. La dynamique de croissance s'est renforcée au deuxième trimestre (+1,8 %) et a été bien supérieure au marché mondial sous-jacent en baisse de la confiserie (-2,4 % ; sur le semestre : -3,2 %)⁷. Dans un environnement de marché pourtant difficile, le volume des ventes aux clients industriels a poursuivi son mouvement de reprise à l'échelle de la région entière pendant le deuxième trimestre. Le volume des ventes sur le marché Gourmet & Spécialités a retrouvé une croissance saine au deuxième trimestre, grâce à l'évolution des activités en Europe de l'Ouest et de l'Est. En hausse de +15,8 % en monnaies locales (+8,0 % en CHF), le chiffre d'affaires s'élève à CHF 1 842,5 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) est passé à CHF 205,1 millions, soit une hausse de +10,3 % en monnaies locales (+6,7 % en CHF), grâce à une politique réussie de répercussion des hausses de coût dues au contexte inflationniste général et à l'effet favorable de notre mix de produit.

Région Amériques – Forte rentabilité malgré un volume faible

Confiseries chocolatées : sur un marché sous-jacent globalement faible (-0,5 %)⁷, et après un exercice précédent solide, le volume des ventes dans la Région Amériques a baissé de -4,4 %, à 304 032 tonnes. La demande des clients industriels a été plus faible que prévu. Dans le secteur Gourmet & Spécialités, le volume des ventes a poursuivi sa croissance positive en Amérique latine, tandis que l'Amérique du Nord a souffert de la disponibilité limitée des marques mondiales, en particulier au premier trimestre, et de la faible performance des marques locales au deuxième trimestre. Le chiffre d'affaires pour la période est de CHF 1 114,9 millions, en hausse de +5,0 % en monnaies locales (+9,1 % en CHF). La poursuite résolue d'une création de valeur accélérée s'est traduite par une forte rentabilité malgré des volumes des ventes plus faibles. Le résultat opérationnel (EBIT) s'établit ainsi à CHF 116,2 millions, en hausse de +5,8 % en monnaies locales (+11,2 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent⁸ de l'exercice précédent.

Région Asie-Pacifique – La stagnation des volumes pèse temporairement sur la rentabilité

En Région Asie-Pacifique, le volume des ventes est resté stable (+0,3 %) à 81 344 tonnes au cours du premier semestre de la période sous revue. Le marché sous-jacent des confiseries chocolatées enregistre une croissance de 2,5 %⁷ selon Nielsen, mais ces données ne correspondent qu'à un nombre limité de marchés. Le volume d'achats des clients industriels est resté dans le bas de la fourchette à un chiffre, en raison de l'impact de l'inflation sur les volumes en Indonésie et au Japon et d'un affaiblissement de la demande, en particulier dans le segment de la boulangerie-pâtisserie et des biscuits. Les ventes dans le secteur Gourmet & Spécialités ont régulièrement augmenté en volume au cours du deuxième trimestre, grâce notamment à la croissance des marques locales sur des marchés tels que l'Inde et l'Indonésie. En hausse de +5,1 % en monnaies locales (+0,5 % en CHF), le chiffre d'affaires s'élève à CHF 276,0 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a été de CHF 28,7 millions, soit un léger recul de -4,2 % en monnaies locales (-6,8 % en CHF) en raison d'une reprise plus lente des volumes et d'un changement dans le mix de produits.

⁷ Source : Nielsen. Croissance du volume hors commerce électronique – de septembre 2022 à janvier 2023, 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 foyer et les achats impulsifs. La hausse de 2,5 % des volumes constatée par Nielsen concerne les six pays suivants de la Région Asie-Pacifique : Australie, Chine, Inde, Indonésie, Japon et Corée du Sud. Comparée marché par marché, l'évolution de la croissance des volumes en Région Asie-Pacifique a été similaire.

⁸ Résultat de l'exercice précédent ne tenant pas compte du recouvrement de crédits d'impôt indirect au Brésil de CHF +12,8 millions en résultat opérationnel (EBIT) et de CHF +12,7 millions en résultat net. L'effet de l'exercice précédent se répartit comme suit au niveau régional : EBIT récurrent dans la Région Amériques hors CHF +2,4 millions et dans Global Cocoa hors CHF +10,4 millions.

Global Cocoa – Normalisation de la croissance en volume et bonne rentabilité

Le volume des ventes de la division Global Cocoa est remonté au deuxième trimestre (+2,6 %), conduisant à un volume normalisé stable (-0,1 %) de 227 773 tonnes au cours des six premiers mois de l'exercice. Le chiffre d'affaires s'est établi à CHF 947,3 millions, en baisse de -1,5 % en monnaies locales (-7,8 % en CHF). Le résultat opérationnel (EBIT) a rempli les attentes en s'améliorant considérablement. Il est passé à CHF 52,1 millions, soit une hausse de +29,8 % en monnaies locales (+30,9 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent⁹ de l'exercice précédent qui a souffert de certains déséquilibres sur le marché du cacao.

Évolution du prix des principales matières premières

Au cours du premier semestre de l'exercice 2022/23, les prix des **fèves** de cacao sur le marché à terme⁹ ont fluctué entre GBP 1 822 et GBP 2 144 par tonne, avant de clôturer à GBP 2 129 par tonne le 28 février 2023. Cette évolution correspond à une augmentation moyenne des prix de +11,3 % par rapport à la période précédente. Les prévisions de l'offre et de la demande mondiales de fèves de cacao pour 2022/23 indiquent un déficit.

Le prix du **sucre** en Europe a augmenté en moyenne de +83,4 % au cours de la période sous revue, principalement en raison de la faiblesse des stocks, d'une mauvaise récolte et des prix élevés de l'énergie. Les prix du sucre sur le marché mondial ont augmenté en moyenne de +5,3 % à cause du ralentissement des exportations de sucre par l'Inde.

Les prix des **produits laitiers** ont baissé en moyenne de -6,1 % au cours des six premiers mois de l'exercice 2022/23. L'offre de lait a augmenté dans le monde entier grâce aux paiements élevés versés aux agriculteurs, tandis que la demande des consommateurs s'est ralentie en raison d'une inflation durablement élevée.

Pour des informations financières plus détaillées, consultez le rapport « [Résultats semestriels 2022/23](#) ».

⁹ Source : Prix du marché à terme de Londres pour la 2e position, septembre à novembre 2022. Les prix du marché à terme excluent le différentiel de revenu (Living Income Differential, LID) et les différentiels nationaux.

Conférence du groupe Barry Callebaut pour médias et analystes

Date : Mercredi 5 avril 2023, de 10 h 00 à 11 h 30 HEC

Lieu : SIX Convention Point, Pfingstweidstrasse 110, 8005 Zurich

Il s'agira d'une conférence en présentiel organisée par Ben De Schryver (CFO), que vous pourrez également suivre par téléphone ou webdiffusion.

Pour accéder aux numéros à composer et informations d'accès, cliquez [ici](#).

Calendrier financier de l'exercice 2022/23 (1er septembre 2022 – 31 août 2023) :

Forever Chocolate: Impact beyond 2025, webinar en direct	10 mai 2023
Forever Chocolate: Impact beyond 2025, questions-réponses des investisseurs en direct	11 mai 2023
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2022/23	13 juillet 2023
Résultats annuels 2022/23	1 ^{er} novembre 2023
Assemblée générale annuelle 2022/23	6 décembre 2023







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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 8,1 milliards environ pour l'exercice 2021/22, 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 65 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 13 000 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:

-  LinkedIn
-  Instagram
-  Twitter
-  YouTube
-  Flickr
-  Facebook

Contact pour les médias:
Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Tél. : + 41 76 399 69 06
media@barry-callebaut.com

pour les investisseurs et les analystes financiers:
Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Tél. : +41 43 204 04 23
investorrelations@barry-callebaut.com

Chiffres clés du Groupe¹⁰

pour les six mois de l'exercice fiscale jusqu'au 28 Février		Variation en %		2023	2022
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		(2,9 %)	1 130 742	1 164 749
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,9 %	3,7 %	4 180,7	4 030,3
Résultat brut	mio. CHF	11,4 %	9,5 %	664,1	606,4
EBITDA	mio. CHF	6,5 %	4,6 %	466,9	446,5
EBITDA (récurrent) ¹¹	mio. CHF	9,6 %	7,7 %	466,9	433,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	6,7 %	5,3 %	348,4	330,9
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹¹	mio. CHF	11,0 %	9,5 %	348,4	318,1
EBIT (récurrent) ¹¹ par tonne	CHF	14,3 %	12,8 %	308,1	273,1
Résultat net pour la période	mio. CHF	4,1 %	4,2 %	234,3	224,8
Résultat net pour la période (récurrent) ¹¹	mio. CHF	10,4 %	10,5 %	234,3	212,1
Cash-flow disponible	mio. CHF			(188,2)	(132,6)
Cash-flow disponible ajusté ¹²	mio. CHF			71,2	167,0
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(3,7 %)	517 593	537 469
Chiffre d'affaires	mio. CHF	15,8 %	8,0 %	1 842,5	1 705,7
EBITDA hors effet	mio. CHF	9,2 %	5,0 %	245,6	233,9
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	10,3 %	6,7 %	205,1	192,2
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		(4,4 %)	304 032	318 133
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,0 %	9,1 %	1 114,9	1 022,1
EBITDA	mio. CHF	3,9 %	8,4 %	145,9	134,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	3,3 %	8,7 %	116,2	106,9
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹¹	mio. CHF	5,8 %	11,2 %	116,2	104,5
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		0,3 %	81 344	81 123
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,1 %	0,5 %	276,0	274,7
EBITDA	mio. CHF	(0,4 %)	(3,5 %)	37,4	38,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(4,2 %)	(6,8 %)	28,7	30,8
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(0,1 %)	227 773	228 024
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(1,5 %)	(7,8 %)	947,3	1 027,8
EBITDA	mio. CHF	4,5 %	4,0 %	89,2	85,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	2,9 %	3,8 %	52,1	50,2
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹¹	mio. CHF	29,8 %	30,9 %	52,1	39,8
Par groupe de produits					
Volume des ventes				1 130 742	1 164 749
Produits à base de cacao	Tonnes		(0,1 %)	227 773	228 024
Produits pour clients industriels	Tonnes		(3,2 %)	756 588	781 387
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		(5,8 %)	146 381	155 338
Chiffre d'affaires				4 180,7	4 030,3
Produits à base de cacao	mio. CHF	(1,5 %)	(7,8 %)	947,3	1 027,8
Produits pour clients industriels	mio. CHF	12,6 %	9,4 %	2 499,6	2 284,9
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	6,4 %	2,3 %	733,8	717,6

¹⁰ Les indicateurs de performance financière qui ne sont pas définis par les normes IFRS sont précisées à la page 175 du rapport annuel 2021/22.

¹¹ EBITDA et résultat opérationnel (EBIT) récurrent au niveau du Groupe de l'année précédente hors CHF +12,8 millions et résultat net récurrent pour la période hors CHF +12,7 millions en raison du recouvrement de crédits d'impôt indirect au Brésil pour les exercices antérieurs. Cet effet se répartit comme suit au niveau régional : EBIT récurrent dans la Région Amériques hors CHF +2,4 millions et dans Global Cocoa hors CHF +10,4 millions.

¹² Cash-flow disponible, ajusté par prise en compte de l'impact des stocks de fèves de cacao, considérés par le Groupe comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI).