

Communiqué de presse

Communiqué ad-hoc en vertu de l'article 53 RC

Groupe Barry Callebaut – Chiffres clés des ventes pour les trois premiers mois de l'exercice 2022/23

Démarrage lent et pic d'activité prévu vers la fin de l'exercice. Détermination à atteindre les objectifs actuels pendant ce dernier exercice. Nouveaux objectifs à moyen terme focalisés sur une création de valeur accélérée.

- **Baisse du volume des ventes de -5,1 %, comme prévu, en raison des effets résiduels de la reprise progressive à l'usine de Wieze et par rapport à un exercice de référence particulièrement fort (+8,9 %)**
- **Chiffre d'affaires de CHF 2,1 milliards, en hausse de +7,2 % en monnaies locales (+3,8 % en CHF)**
- **Détermination à atteindre les objectifs actuels à moyen terme au cours de ce troisième et dernier exercice¹**
- **Pour les trois exercices de 2023/2024 à 2025/2026, les nouveaux objectifs du Groupe à moyen terme seront focalisés sur une création de valeur accélérée avec, en moyenne, une croissance des volumes de +4 à +6 % et une croissance de l'EBIT de +8 à +10 %, ainsi qu'une poursuite de l'amélioration du ROIC²**

Zurich (Suisse), le 18 janvier 2023 – Peter Boone, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: « Notre usine de Wieze étant pleinement opérationnelle depuis fin octobre et l'exercice de référence ayant été particulièrement fort, nos activités ont, comme prévu, démarré lentement en début d'année. Nous avons continué à gagner sur les marchés où les produits Gourmet étaient largement disponibles. Nous sommes déterminés à atteindre nos objectifs actuels à moyen terme pendant ce dernier exercice, en nous appuyant sur un portefeuille produits particulièrement bien fourni ainsi qu'une base géographique et clients très solide. »

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice fiscale jusqu'au 30 novembre		Variation en %		2022	2021
		en monnaies locales			
		en CHF			
Volume des ventes	Tonnes	(5,1) %		578 694	610 048
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,2 %	3,8 %	2 110,3	2 032,2

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré un **volume des ventes** de 578 694 tonnes au cours des trois premiers mois de l'exercice 2022/23 (se terminant le 30 novembre 2022). Le volume a baissé de -5,1 %, dans un marché globalement en recul selon Nielsen (-2,8 %) ³. L'activité chocolat a baissé de -5,8 % suite aux effets résiduels de la reprise progressive des activités à Wieze, par rapport à un

¹ 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.

² 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.

³ Source : Croissance du volume de -2,8 % selon Nielsen (hors commerce électronique) – 26 pays, septembre 2022 – octobre/novembre 2022. 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.

résultat de référence particulièrement fort (+9,6 %) au trimestre de l'année précédente. Cette situation a impacté toutes les régions, mais en particulier la région EMEA (-8,5 %). Les moteurs de croissance clés du Groupe, à savoir les marchés émergents (-3,8 %), l'externalisation (-0,1 %) et Gourmet & Spécialités (-11,2 %) ont connu un démarrage lent. Sans l'impact différé de la reprise des activités à Wieze, le volume de Gourmet & Spécialités aurait été stable par rapport à une période de référence record (+33,8 %).

Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à CHF 2 110,3 millions, soit une augmentation de +7,2 % en monnaies locales (+3,8 % en CHF), nettement supérieure à la croissance des volumes. 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.

Perspectives – Nouveaux objectifs focalisés sur une création de valeur accélérée pendant les trois prochains exercices

S'exprimant au sujet des perspectives, Peter Boone, CEO du Groupe, a déclaré : « Nous nous attendons à un pic d'activité vers la fin de l'exercice, avec des améliorations dans les prochains trimestres étant donné que l'usine de Wieze fonctionne de nouveau à pleine charge et que les produits Gourmet seront plus largement disponibles. La cohérence de notre stratégie de croissance à long terme et sa mise en œuvre réussie justifient à nos yeux le choix de placer nos nouveaux objectifs à moyen terme pour les trois exercices de 2023/24 à 2025/26 sous le signe d'une création de valeur accélérée. Ces nouveaux objectifs consistent en une croissance moyenne des volumes de +4 à +6 % et de l'EBIT de +8 à +10 % en monnaies locales, ainsi que dans la poursuite de l'amélioration du ROIC. »

Étapes stratégiques des trois premiers mois de l'exercice 2022/23

- **Expansion** : Au mois de décembre 2022, Barry Callebaut a annoncé la prochaine phase d'expansion de son usine de Chatham dans l'Ontario, au Canada. En réponse à la demande croissante de friandises d'origine végétale, le Groupe investira dans des lignes de fabrication de produits liquides et moulés, mais aussi dans des capacités supplémentaires pour la fabrication de pâtes à glacer à base de chocolat sans produits laitiers. Ces investissements jetteront les bases de la croissance à long terme visée par Barry Callebaut sur le marché nordaméricain. En novembre 2022, Barry Callebaut a annoncé la pose de la première pierre de sa nouvelle usine de chocolat et de pâtes à glacer à Neemrana, à environ 120 km au sud-ouest de Delhi, où se trouve sa troisième unité de fabrication en Inde. Ce projet fera de l'Inde le premier pays de production chocolatière au sein du Groupe en Région Asie-Pacifique.
- **Leadership en matière de coûts** : En janvier 2023, Barry Callebaut a célébré l'inauguration de son Business Excellence Center (BEC) dans la région de Kuala Lumpur, en Malaisie. Ce nouveau centre regroupe des services partagés par tous les acteurs de la Région Asie-Pacifique dans le domaine des finances et d'autres métiers supports tels que l'informatique et le service à la clientèle. Avec le Centre de services partagés à Lodz (Pologne), cela augmente encore l'efficacité opérationnelle du Groupe et renforce son leadership en matière de coûts.
- **Production durable** : Au mois de décembre 2022, Barry Callebaut a publié son 6e rapport d'activité Forever Chocolate sur les progrès réalisés dans ses démarches pour faire du chocolat durable la norme. Pour obtenir des résultats tangibles sur le terrain, le Groupe a continué à intensifier ses activités en établissant des partenariats avec des clients ainsi que des parties prenantes de la société et de l'industrie. C'est grâce au soutien de ses clients, Barry Callebaut a réussi l'une de ses principales réalisations de l'exercice écoulé, à savoir, l'augmentation de la part des produits contenant 100 % de cacao ou de chocolat durable à la moitié de tous les produits vendus. Le rapport complet est disponible [ici](#).

- Pour la deuxième année consécutive, Barry Callebaut a été distingué pour son leadership en matière de transparence et de performance forestière par CDP, un organisme international à but non lucratif. Sur près de 15 000 entreprises, Barry Callebaut est l'une des 25 sociétés les plus performantes ayant obtenu la note A. Le processus annuel de divulgation et de notation de CDP est largement reconnu comme le critère mondial de référence en matière de transparence et action environnementales des entreprises.

Performance par région/segment

Région EMEA – Les effets résiduels du redémarrage progressif de l'usine de Wieze pèsent sur les volumes

Le volume des ventes en région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) subit encore les effets résiduels du redémarrage progressif de l'usine de Wieze. Les volumes vendus ont de ce fait reculé de -8,5 % à 261 902 tonnes. Sans l'effet du redémarrage de Wieze, le volume du premier trimestre aurait connu une croissance limitée à un chiffre, toutefois bien supérieure à celle du marché régional de la confiserie de chocolat, qui est actuellement en recul (-4,5 %)⁴. Les ventes aux clients industriels se sont améliorées en volume par rapport au quatrième trimestre de l'exercice précédent, tout en restant inférieures au 1er trimestre de l'exercice précédent, étant donné que l'usine de Wieze ne fonctionne de nouveau à pleine charge que depuis la fin du mois d'octobre. L'activité Gourmet & Spécialités a été affectée comme prévu, en termes de volume, par l'impact différé de l'incident de Wieze. Le chiffre d'affaires de la région s'élève à CHF 902,6 millions, en hausse de +6,2 % en monnaies locales (-2,0 % en CHF). Si l'évolution des parités a lourdement impacté les chiffres d'affaires en termes de conversion, Barry Callebaut a été en mesure de répercuter la hausse des prix dans un contexte inflationniste général.

Région Amériques – Déstockage temporaire et commandes retardées

Le volume des ventes dans la région Amériques a connu un démarrage lent marqué par une baisse de volume de -2,4 % à 160 908 tonnes au cours des trois premiers mois de l'exercice 2022/23. Cette évolution correspond à celle du marché régional sous-jacent des confiseries chocolatées (-2,2%)⁴. Les clients industriels ont été affectés par des marchés plus prudents, ce qui a conduit des clients à privilégier le déstockage et à reporter les commandes. La croissance en volume de l'activité Gourmet & Spécialités s'est poursuivie sur les marchés clés bénéficiant de marques locales fortes, comme au Brésil. Le volume de la région Amériques a cependant souffert de la disponibilité limitée de marques internationales en raison de l'effet différé du redémarrage de l'usine de Wieze. En hausse de +7,9 % en monnaies locales (+14,3 % en CHF), le chiffre d'affaires s'élève à CHF 595,5 millions.

Région Asie-Pacifique – Des performances nationales mitigées

Le volume des ventes dans la région Asie-Pacifique est resté à peu près stable (+0,1 %) à 39 543 tonnes au cours des trois premiers mois de l'exercice 2022/23, ce qui est inférieur au marché régional sous-jacent des confiseries chocolatées (+3,2 %)⁴. La performance des clients industriels a fortement varié, la croissance s'étant maintenue à deux chiffres sur des marchés clés tels que l'Inde et la Chine alors qu'au Japon et en Indonésie, les volumes des ventes ont été affectés par des mesures tarifaires visant à compenser l'inflation. Le résultat est de ce fait une croissance faible limitée à un chiffre. Le volume de l'activité Gourmet & Spécialités a diminué en raison de la pénurie de marques internationales, celle-ci étant un effet différé du redémarrage de l'usine de Wieze. Les confinements décrétés en Chine ont également eu un effet négatif sur la consommation hors foyer. L'Australie a retrouvé une trajectoire de croissance positive. En hausse de +6,2 % en monnaies locales (+2,5 % en CHF), le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique s'élève à CHF 136,0 millions.

⁴ Source : Croissance du volume selon Nielsen (hors commerce électronique) – septembre 2022 à octobre/novembre 2022, 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.

Global Cocoa – Démarrage lent par rapport à un exercice précédent fort

Le volume des ventes de Global Cocoa s'est élevé à 116 341 tonnes, soit une baisse de -2,6 % au cours des trois premiers mois de l'exercice 2022/23, par rapport à un exercice précédent fort. Le chiffre d'affaires s'est élevé à CHF 476,2 millions, en hausse de +8,5 % en monnaies locales (+4,2 % en CHF).

Évolution des prix des principales matières premières

Au cours des trois premiers mois de l'exercice 2022/23, les prix des fèves de **cacao** ont fluctué entre GBP 1 822 et 2 052 par tonne sur le marché à terme⁵, clôturant à GBP 1 994 le 30 novembre 2022. Cette évolution correspond à une augmentation moyenne des prix de 8,1 % par rapport à la période précédente. Pour la récolte 2021/22, l'offre et la demande internationales de fèves se sont soldées par un déficit, après deux années d'excédents considérables, ce qui a conduit à une situation globalement plus équilibrée.

Les prix du **sucre** en Europe ont été en moyenne supérieurs de 91,9 % à ceux de la période précédente, principalement en raison de la faiblesse des stocks et des prix élevés de l'énergie. Le prix du sucre sur le marché mondial a été en moyenne supérieur de 1,4 % à celui de la même période de l'année précédente, en raison de la baisse des exportations de sucre indien.

Les prix des **produits laitiers** ont augmenté en moyenne de 15,7 %, par comparaison aux trois premiers mois de l'exercice précédent. Après avoir atteint des sommets en avril 2022, ces prix ont fléchi. Cependant, la production ne devrait se redresser que lentement car les coûts de production et la disponibilité de la main-d'œuvre restent des facteurs limitatifs.







⁵ 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.

Calendrier financier de l'exercice 2022/23 (du 1^{er} septembre 2022 au 31 août 2023) :	
Résultats semestriels 2022/23	5 avril 2023
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois	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 (EUR 7,8 milliards / USD 8,6 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 la transformation des fèves de cacao à la production du chocolat le plus fin, y compris sous forme de fourrages, décorations et 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®](#) ainsi que 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 le but d'assurer au cacao et au chocolat un avenir durable.

Suivez le groupe Barry Callebaut :

-  [LinkedIn](#)
-  [Instagram](#)
-  [Twitter](#)
-  [YouTube](#)
-  [Flickr](#)
-  [Facebook](#)

Contact

médias :

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

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice fiscale jusqu'au 30 novembre				2022	2021
		Variation en %			
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		(5,1 %)	578 694	610 048
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,2 %	3,8 %	2 110,3	2 032,2
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(8,5 %)	261 902	286 262
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,2 %	(2,0 %)	902,6	921,4
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		(2,4 %)	160 908	164 860
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,9 %	14,3 %	595,5	521,1
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		0,1 %	39 543	39 506
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,2 %	2,5 %	136,0	132,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(2,6 %)	116 341	119 420
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8,5 %	4,2 %	476,2	457,0
Par groupe de produits					
Volume des ventes	Tonnes			578 694	610 048
Produits à base de cacao	Tonnes		(2,6 %)	116 341	119 420
Produits pour clients industriels	Tonnes		(4,7 %)	388 670	407 667
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		(11,2 %)	73 683	82 961
Chiffre d'affaires	mio. CHF			2 110,3	2 032,2
Produits à base de cacao	mio. CHF	8,5 %	4,2 %	476,2	457,0
Produits pour clients industriels	mio. CHF	9,5 %	6,8 %	1 265,2	1 184,3
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	(1,5 %)	(5,6 %)	368,9	390,9

Annexe : Réallocation entre groupes de produits⁶

2022/23		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
Volume des ventes					
3 mois	Tonnes	116 341	388 670	73 683	578 694
Semestre	Tonnes	—	—	—	—
9 mois	Tonnes	—	—	—	—
Année complète	Tonnes	—	—	—	—
Chiffre d'affaires					
3 mois	mio. CHF	476,2	1 265,2	368,9	2 110,3
Semestre	mio. CHF	—	—	—	—
9 mois	mio. CHF	—	—	—	—
Année complète	mio. CHF	—	—	—	—
2021/22		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
Volume des ventes					
3 mois	Tonnes	119 420	407 667	82 961	610 048
Semestre	Tonnes	228 024	781 387	155 338	1 164 749
9 mois	Tonnes	339 630	1 180 110	231 682	1 751 422
Année complète	Tonnes	457 089	1 552 241	297 351	2 306 681
Chiffre d'affaires					
3 mois	mio. CHF	457,0	1 184,3	390,9	2 032,2
Semestre	mio. CHF	1 027,8	2 284,9	717,6	4 030,3
9 mois	mio. CHF	1 495,9	3 504,5	1 075,4	6 075,8
Année complète	mio. CHF	2 013,2	4 689,0	1 389,7	8 091,9

⁶ Certains clients Gourmet & Spécialités ont été transférés vers le segment Clients industriels dans le but de leur offrir un meilleur service. Cette réallocation mineure a représenté environ 1 % des volumes et du chiffre d'affaires du segment Gourmet & Spécialités sur l'exercice 2021/22. Le tableau présente les chiffres trimestriels ajustés pour l'exercice 2021/22.