

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2014/15 Accélération de la croissance des volumes, rentabilité solide

- Accélération du volume des ventes: +2,0% (+3,9% au 2T), surperformant un marché mondial de la confiserie en chocolat actuellement atone (-1,5%¹)
- Hausse sensible du bénéfice: augmentation de l'EBIT de 8,7% (+13,0% en monnaies locales), progression du résultat net de 10,7% (+16,3% en monnaies locales)
- Solide croissance du chiffre d'affaires et du bénéfice alimentée par l'Europe occidentale et les Amériques, la sous-traitance et Gourmet
- Objectifs financiers à moyen terme confirmés,² sous réserve des effets de change

Zurich/Suisse, le 1^{er} avril 2015 – Juergen Steinemann, CEO du Groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Comme prévu, nous avons enregistré un deuxième trimestre solide après un début d'année plutôt lent. Notre croissance des volumes a accéléré, contrairement au marché mondial de la confiserie en chocolat qui montre actuellement des signes de faiblesse. Tous les moteurs de croissance ont contribué à notre expansion, notamment la sous-traitance et les partenariats, ainsi que Gourmet. Nos activités dans nos principales régions que sont l'Europe occidentale et les Amériques ont réalisé une performance particulièrement réjouissante. Malgré un marché des produits à base de cacao en perte de vitesse et des effets de change négatifs, nous avons sensiblement amélioré notre rentabilité grâce à la priorité que nous continuons d'accorder à notre gamme de produits, à nos marges et à la gestion des coûts.»

Chiffres clés des ventes du Groupe pour les six premiers mois de l'exercice 2014/15

		Variation en %		6 mois au 28 février 2015	6 mois au 28 février 2014
		en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	Tonnes		2,0%	893 437	876 297
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,5%	11,6%	3 244,2	2 906,9
Résultat brut	mio. CHF	9,5%	5,8%	446,2	421,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	13,0%	8,7%	219,2	201,7
EBIT par tonne	CHF/tonne	10,8%	6,6%	245,3	230,2
Résultat net	mio. CHF	16,3%	10,7%	132,4	119,6

Durant le premier semestre de l'exercice 2014/15 qui s'est achevé le 28 février 2015, Barry Callebaut, le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao, a augmenté son **volume des ventes** de 2,0% à 893 437 tonnes, grâce à ses moteurs de croissance que sont la sous-traitance et Gourmet. Progressant de 3,9%, la croissance du volume a accéléré au deuxième trimestre. Cette solide performance a été réalisée sur fond de ralentissement du marché mondial de la confiserie en chocolat, dont les volumes ont reculé de -1,5%.¹

Du point de vue régional, la croissance des volumes a été particulièrement réjouissante dans les principales régions du Groupe, l'Europe occidentale et les Amériques. Les marques mondiales du

¹ Croissance du volume du marché mondial de la confiserie en chocolat. Source: Nielsen, septembre 2014 – février 2015.

² À compter de la consolidation des activités acquises dans le cacao: 6-8% de croissance moyenne par année du volume et EBIT par tonne rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne), sauf imprévus majeurs et sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires.

segment Gourmet, Callebaut® et Cacao Barry® ont également signé une solide performance, dopant de 6.0% le volume global des ventes dans l'activité Produits Gourmet & Spécialités.

Le **chiffre d'affaires** a progressé de 11,6% (+14,5% en monnaies locales) à CHF 3 244,2 millions, sous l'effet d'une hausse des prix des fèves de cacao par rapport à l'an dernier³ et d'une progression des ventes de produits à plus forte valeur.

Le **résultat brut** s'est accru de 5,8% (+9,5% en monnaies locales) à CHF 446,2 millions sous l'impulsion d'une gamme de produits plus favorable (l'accent ayant été mis sur les produits Gourmet & Spécialités). Dans l'ensemble, toutefois, le ratio combiné du cacao a eu un impact négatif sur la rentabilité des activités de transformation des fèves de cacao.

Dans la foulée du solide exercice enregistré l'an dernier, le **résultat opérationnel (EBIT)** a progressé de 8,7% (+13,0% en monnaies locales) à CHF 219,2 millions grâce à une hausse du résultat brut et à une stricte maîtrise des coûts. Le Groupe a également amélioré son EBIT par tonne de +6,6% à CHF 245,3 (+10,8% en monnaies locales).

Le **résultat net** s'est inscrit en hausse de 10,7% (+16,3% en monnaies locales) à CHF 132,4 millions, sous l'impulsion de la robuste performance de l'EBIT.

Dans l'ensemble, les effets de change ont entraîné une diminution de CHF -8,7 millions de l'EBIT, du fait en partie de l'appréciation récente du franc suisse par rapport à l'euro.

Perspectives – Croissance du chiffre d'affaires et du bénéfice appelée à se poursuivre; objectifs confirmés

S'exprimant au sujet des perspectives, Juergen Steinemann, CEO, a déclaré: «Nous tablons sur une nouvelle accélération du volume des ventes au second semestre de notre exercice, sous l'impulsion de tous nos moteurs de croissance. L'accent que nous mettons sur les marges des produits et la maîtrise des coûts alimentera une croissance rentable, ce qui contribuera à compenser les conditions difficiles qui règnent actuellement sur le marché du cacao. Sous réserve des effets de change qui devraient avoir un impact négatif sur notre bénéfice, nous confirmons nos objectifs à moyen terme.⁴»

Étapes stratégiques clés durant les six premiers mois de l'exercice 2014/15

- **«Expansion»:** signature d'un contrat de sous-traitance avec World's Finest Chocolate, renforçant la présence manufacturière du Groupe en Amérique du Nord. La nouvelle fabrique de chocolat de Barry Callebaut à Pune en Inde est désormais en exploitation. Au total, les capacités de production des 15 usines existantes ont été développées au cours de la période sous revue. Barry Callebaut a ouvert de nouveaux centres CHOCOLATE ACADEMY™ en Allemagne (Cologne) et en Russie (Moscou), consolidant sa position de leader dans le segment Gourmet. Début juin, le Groupe inaugurera son 19^e centre CHOCOLATE ACADEMY™ à Tokyo au Japon, mettant à profit sa présence dans les mégapoles du monde.
- **«Innovation»:** Barry Callebaut a franchi une étape importante dans le domaine des chocolats reformulés, ayant obtenu un brevet pour un procédé spécial de fabrication de chocolat au lait à teneur réduite en matières grasses. La méthode optimisée de fermentation du cacao, qui utilise une levure nouvellement mise au point, permettra de fabriquer sur mesure des chocolats aux profils aromatiques répondant aux souhaits des clients.
- Afin de renforcer encore davantage sa maîtrise des coûts et sa position de **«leader des coûts»**, Barry Callebaut prévoit de regrouper toutes les activités transactionnelles d'Europe au sein d'un centre de services partagés à Łódź en Pologne dans les deux prochaines années.
- Récemment, le secteur a pris des mesures importantes pour augmenter l'utilisation du cacao durable, notamment par le biais de la fondation «CocoaAction», dirigée par la World Cocoa

³ Le Groupe Barry Callebaut répercute les prix des matières premières sur ses clients dans le cadre de la plupart de ses activités.

⁴ À compter de la consolidation des activités acquises dans le cacao: 6-8% de croissance moyenne par année du volume et EBIT par tonne rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne), sauf imprévus majeurs sauf imprévus majeurs et sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires.

Foundation (WCF). En tant que partenaire fondateur, Barry Callebaut participe activement à la mise en œuvre de cette initiative. Le Groupe a également renforcé ses propres activités de «Cacao durable» dans le but d'aider ses clients à tenir l'engagement qu'ils ont pris de passer au cacao durable ces prochaines années. À cette fin, Barry Callebaut étendra son propre programme de durabilité, le Quality Partner Program (QPP), au Ghana, à l'Indonésie et au Brésil. Biolands, le programme d'approvisionnement direct de la société, sera également déployé au Ghana.

Performance par région / segment

Région Europe – Une croissance des volumes et du bénéfice solide en Europe occidentale

Les marchés européens de la confiserie en chocolat ont reculé d'environ -1,1%.⁵

En revanche, dans la région Europe, le volume total des ventes a progressé de 2,1% à 386 730 tonnes, le rythme de croissance au 2T accélérant de 3,7%. L'Europe occidentale a enregistré une excellente croissance du chiffre d'affaires dans tous les segments, grâce à une solide progression de l'activité industrielle et à une augmentation à deux chiffres du pôle Boissons. Le segment Gourmet a, pour sa part, renoué avec sa dynamique de croissance. Malgré le contexte politique et économique difficile en Russie qui a pesé sur la région EEMOA, l'activité Gourmet a pu tirer son épingle du jeu.

Le chiffre d'affaires total de la région Europe a progressé de 4,9% (+12,1% en monnaies locales) à CHF 1 370,9 millions, grâce à une augmentation des ventes des spécialités à marge plus élevée et à une hausse des prix des fèves de cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) a enregistré une expansion notable de 15,8% (+21,9% en monnaies locales) à CHF 157,2 millions, sous-tendue par l'Europe occidentale et la région EEMOA. La solidité globale de la rentabilité est attribuable au lancement sur le marché de nouvelles innovations, à une accélération des ventes des spécialités, à la priorité accordée à l'activité Gourmet et aux effets positifs découlant de la mise en œuvre du projet Spring en Europe occidentale.

Région Amériques – Accélération de la croissance du chiffre d'affaires et du bénéfice au 2T

Les marchés du chocolat des Amériques se sont repliés de -2,0%.⁶

Dans la région Amériques, le volume total des ventes de Barry Callebaut a crû de 1,9% à 221 568 tonnes, accélérant fortement au 2T (+3,8%). Au sein de l'ALENA, les clients industriels locaux et le segment Gourmet ont réalisé une performance réjouissante. En Amérique du Sud, les activités des produits pour clients industriels et le pôle Spécialités & Gourmet ont à nouveau dégagé une solide croissance à deux chiffres.

Le chiffre d'affaires total de la région Amériques a progressé de 20,0% (+15,2% en monnaies locales) à CHF 730,6 millions du fait d'une hausse des prix des fèves de cacao, d'une gamme de produits plus favorable et des effets de change.

Le résultat opérationnel (EBIT) a affiché une forte augmentation de 12,4% (+9,5% en monnaies locales) à CHF 67,3 millions grâce à une hausse du volume des ventes, une amélioration des marges dans tous les segments et sur tous les marchés, ainsi qu'une bonne gestion des coûts.

Région Asie-Pacifique – Une croissance très supérieure à celle du marché

Les marchés du chocolat d'Asie-Pacifique ont reculé de -2,4%.⁷

Dans la région Asie-Pacifique, le volume total des ventes du Groupe a progressé de 5,8% à 36 326 tonnes, mais ont néanmoins ralenti au 2T en raison d'une demande globale anémique. La croissance des volumes a été alimentée par les activités industrielles de Barry Callebaut et tout

⁵ Les volumes se sont repliés de -1,1% en Europe occidentale et de -1,2% en Europe orientale. Source: Nielsen, septembre 2014 – février 2015.

⁶ En Amérique du Nord, le marché de la confiserie a enregistré une baisse de -1,3% du volume total des ventes, tandis qu'en Amérique du Sud, les marchés du chocolat fléchissaient de -5,9%. Source: Nielsen, septembre 2014 – février 2015.

⁷ Source: Nielsen, septembre 2014 – février 2015.

particulièrement, le segment Gourmet, dont les marques tant mondiales que locales ont enregistré une excellente croissance.

Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique s'est établi à CHF 146,5 millions, en hausse de 11,6% (+13,1% en monnaies locales), alimenté par la croissance des volumes, une amélioration de la gamme de produits et une augmentation des prix des fèves de cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) a progressé de 4,0% (+7,1% en monnaies locales) à CHF 15,7 millions.

Global Cocoa – Assumer un rôle de premier plan mondial dans un environnement de marché difficile

Le volume des ventes dans le segment Global Cocoa a augmenté de 1,2% à 248 813 tonnes, accélérant au 2T (+4,4%) sous l'impulsion notamment des ventes de produits à base de cacao à la clientèle d'entreprise. Barry Callebaut a adopté d'autres mesures pour assumer son rôle de premier plan dans les conditions difficiles qui règnent actuellement sur le marché du cacao.

Le chiffre d'affaires a progressé de 15,9% (+18,0% en monnaies locales) à CHF 996,2 millions, reflétant la hausse des prix des fèves de cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) a baissé de 39,6% (-36,4% en monnaies locales) à CHF 20,6 millions sous le poids du ratio combiné de cacao, qui demeure faible.

Évolution des prix sur les principaux marchés au comptant des matières premières

Après avoir atteint son point le plus haut en trois ans en septembre, franchissant la barre des GBP 2 100, les cours du **cacao** ont continué de chuter jusqu'à la fin janvier, notamment en raison d'une récolte meilleure que prévu en Côte d'Ivoire, ainsi que de la faiblesse des chiffres du broyage au 4T/2014. Début février, les prix du cacao se sont redressés, une très mauvaise récolte au Ghana ayant propulsé les cours au-delà des GBP 2 000 (clôture à GBP 2 026, le 27 février 2015).

À court terme, Barry Callebaut table sur une baisse des prix du cacao en raison des bonnes perspectives de récolte intermédiaire en Côte d'Ivoire, d'une diminution du broyage dans le monde et de l'anémie des marchés de la confiserie en chocolat.

Les prix du **sucre** sur le marché mondial ont continué de se tasser en raison des importants stocks excédentaires issus des campagnes précédentes, de la constitution par les fonds d'une position à découvert et de l'affaiblissement du réal brésilien. Après s'être repliés, les cours du sucre en Europe se sont stabilisés à un plancher historique.

Les cours du marché pour le **lait** en poudre ont, pour leur part, rebondi, après avoir atteint leur niveau le plus bas en cinq ans, du fait d'une solide production laitière dans le monde. Les craintes de sécheresse en Nouvelle-Zélande ont influé sur le sentiment du marché, conduisant à une hausse globale de la demande, y compris sur les marchés européens. À la fin février, les prix du lait en poudre avaient renoué avec leurs niveaux du début de l'exercice 2014/15.

Pour des informations financières plus détaillées, veuillez consulter la Letter to Investors «Half-year results 2014/15» du Groupe Barry Callebaut (en anglais): www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors

Conférences pour médias et analystes/investisseurs institutionnels du Groupe Barry Callebaut

Date: Mercredi 1^{er} avril 2015

Lieu: Siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy™ center, Pfingstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zurich/Suisse

Il est possible de suivre les conférences par téléphone ou webcast audio. Tous les détails pour y accéder se trouvent sur le site du Groupe Barry Callebaut (via les liens suivants):

[Médias](#)

[Analystes](#)

Calendrier de l'exercice 2014/15 (1^{er} septembre 2014 – 31 août 2015)

Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2014/15 (communiqué de presse)	8 juillet 2015
Résultats annuels 2014/15 (communiqué et conférence)	4 novembre 2015
Assemblée générale 2014/15	9 décembre 2015

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 5,9 milliards (EUR 4,8 milliards / USD 6,5 milliards) environ pour l'exercice 2013/14, 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'approvisionnement à la source 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 50 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 9 300 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 la production durable de cacao par le biais de son initiative «Cocoa Horizons» afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs.

Suivre le Groupe Barry Callebaut:

 [LinkedIn: linkedin.com/company/barry-callebaut](http://linkedin.com/company/barry-callebaut)

 [Vimeo: vimeo.com/barrycallebaut](http://vimeo.com/barrycallebaut)

 [Google+: plus.google.com/+BarrycallebautGroup](http://plus.google.com/+BarrycallebautGroup)

 [Flickr: flickr.com/photos/barrycallebautgroup](http://flickr.com/photos/barrycallebautgroup)

Contacts

pour les médias:

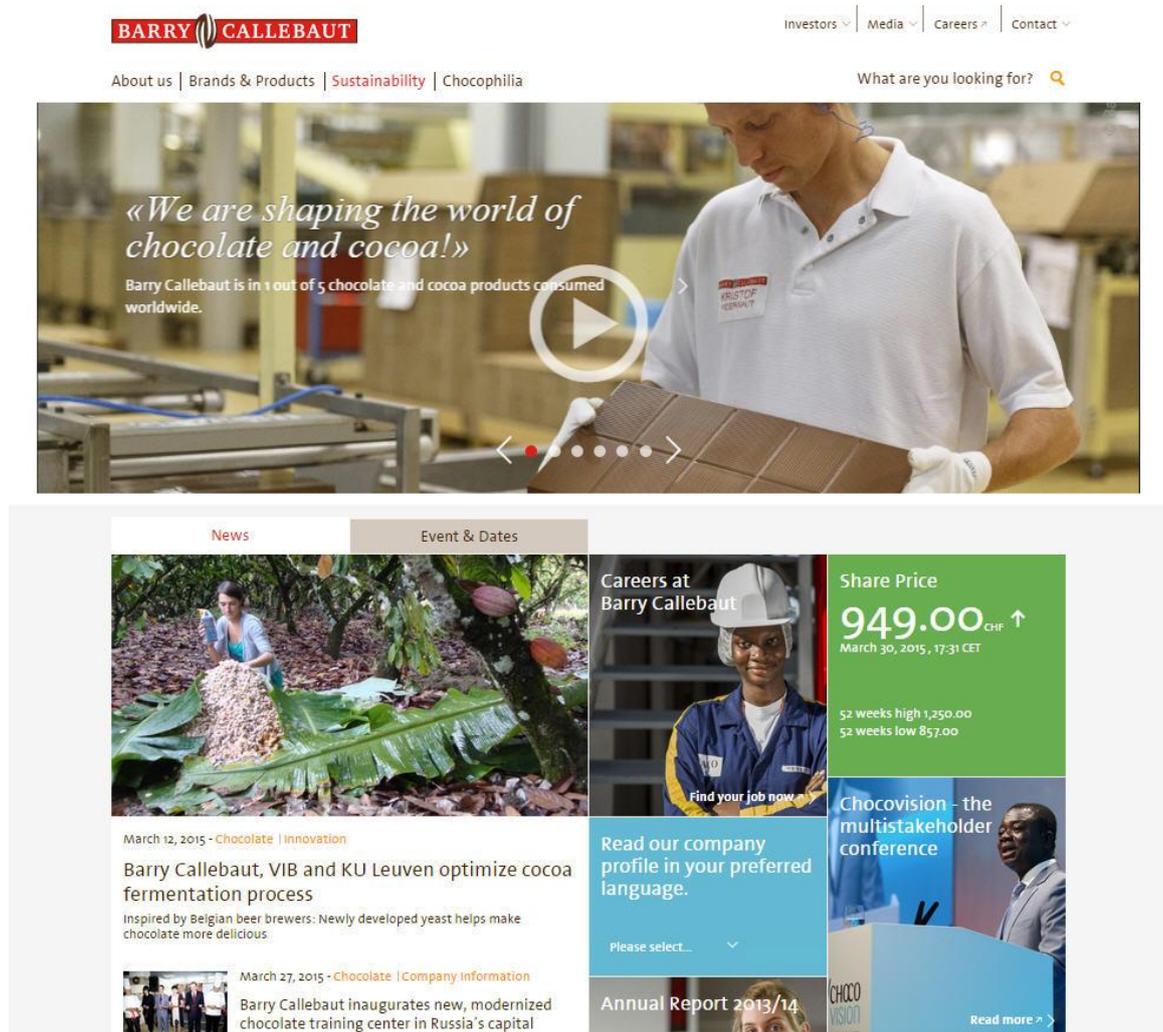
Raphael Wermuth
 Head of Media Relations
 Barry Callebaut SA
 Téléphone: +41 43 204 04 58
 raphael_wermuth@barry-callebaut.com

pour les investisseurs et les analystes financiers:

Evelyn Nassar
 Head of Investor Relations
 Barry Callebaut SA
 Téléphone: +41 43 204 04 23
 evelyn_nassar@barry-callebaut.com

Nouveau site Internet de Barry Callebaut

Découvrez le nouveau site Internet du Groupe Barry Callebaut à l'adresse www.barry-callebaut.com. Outre sa nouvelle présentation et sa convivialité, le site est désormais optimisé pour les téléphones portables et les tablettes (site web adaptatif).



Chiffres clés des ventes du Groupe pour les six premiers mois de l'exercice 2014/15

		Variation en %		6 mois au 28 février 2015	6 mois au 28 février 2014
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		2,0%	893 437	876 297
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,5%	11,6%	3 244,2	2 906,9
Résultat brut	mio. CHF	9,5%	5,8%	446,2	421,6
EBITDA	mio. CHF	13,4%	9,6%	284,3	259,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	13,0%	8,7%	219,2	201,7
Résultat net pour la période	mio. CHF	16,3%	10,7%	132,4	119,6
EBIT par tonne	CHF/tonne	10,8%	6,6%	245,3	230,2
Par région					
Europe					
Volume des ventes	Tonnes		2,1%	386 730	378 645
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12,1%	4,9%	1 370,9	1 307,0
EBITDA	mio. CHF	21,9%	15,7%	178,3	154,1
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	21,9%	15,8%	157,2	135,7
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		1,9%	221 568	217 517
Chiffre d'affaires	mio. CHF	15,2%	20,0%	730,6	608,8
EBITDA	mio. CHF	10,5%	13,2%	79,2	70,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	9,5%	12,4%	67,3	59,9
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		5,8%	36 326	34 324
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,1%	11,6%	146,5	131,3
EBITDA	mio. CHF	9,9%	7,2%	19,8	18,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	7,1%	4,0%	15,7	15,1
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		1,2%	248 813	245 811
Chiffre d'affaires	mio. CHF	18,0%	15,9%	996,2	859,8
EBITDA	mio. CHF	(17,1%)	(19,4%)	47,3	58,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(36,4%)	(39,6%)	20,6	34,1
Par groupe de produits					
Volume des ventes	Tonnes		2,0%	893 437	876 297
Produits à base de cacao	Tonnes		1,2%	248 813	245 811
Produits pour clients industriels	Tonnes		1,6%	549 600	540 867
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		6,0%	95 024	89 619
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,5%	11,6%	3 244,2	2 906,9
Produits à base de cacao	mio. CHF	18,0%	15,9%	996,2	859,8
Produits pour clients industriels	mio. CHF	13,1%	10,1%	1 761,3	1 600,0
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	12,9%	8,9%	486,7	447,1