

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Résultats semestriels de l'exercice 2015/16

Solide croissance du volume, flux de trésorerie disponible élevé

- Volume des ventes en hausse de 4,5 %
- Croissance générale du volume des ventes de chocolat, surpassant nettement le marché¹, et abandon intentionnel des contrats les moins rentables pour le cacao
- EBIT à CHF 200,7 millions, stable (-0,3 %) en monnaies locales (-8,4 % en CHF), affecté par la faiblesse du marché des produits à base de cacao
- L'accent mis sur la génération de trésorerie porte ses fruits: flux de trésorerie disponible² à CHF 220,4 millions, fonds de roulement net en baisse de 11,8 %, dette nette en baisse de 14,1 %
- Confirmation des objectifs financiers à moyen terme³

Zurich/Suisse, le 6 avril 2016 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Nous avons enregistré de solides résultats malgré des conditions de marché très difficiles. Notre croissance en volume représente une performance vigoureuse et régulière. Notre chiffre d'affaires reflète l'impact négatif prévu de la faiblesse du marché des produits à base de cacao et un effet de change négatif important. Notre recherche d'une «croissance intelligente» donne de bons résultats. Tout cela est parfaitement conforme à nos attentes.»

Chiffres clés du Groupe 2015/16

pour les six premiers mois de l'exercice		Variation en %		6 mois au 29 février 2015	6 mois au 28 février 2015
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		4,5%	933 327	893 437
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,7%	5,6%	3 424,3	3 244,2
Résultat brut	mio. CHF	4,7%	(1.9%)	437,9	446,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(0.3%)	(8.4%)	200,7	219,2
Cash-flow disponible	mio. CHF	(246.7%)	(254.3%)	220,4	(142,8)
EBIT par tonne	CHF	(4.5%)	(12.4%)	215,0	245,3
Résultat net	mio. CHF	(12.5%)	(18.5%)	107,9	132,4

Au cours des six premiers mois de l'exercice 2015/16 (clos le 29 février 2016), le groupe Barry Callebaut – premier fabricant mondial de produits à base de chocolat et de cacao – a augmenté son **volume des ventes** de 4,5 % à 933 327 tonnes, surpassant un marché mondial¹ des confiseries

¹ Le volume des ventes a diminué de 2,6 % à l'échelle mondiale. Source: Nielsen, septembre 2015 – février 2016.

² Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles./ Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement

³ En moyenne pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18: croissance du volume de 4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

chocolatées en légère amélioration, mais toujours faible. Cette croissance en volume a été emmenée par l'activité de chocolat dans toutes les régions. Tous les moteurs de croissance clés ont apporté une contribution positive. Dans le segment Global Cocoa, les ventes aux tiers ont été intentionnellement réduites et les contrats les moins rentables sont progressivement abandonnés.

Le **chiffre d'affaires** a progressé de 11,7 % en monnaies locales (5,6 % en CHF) à CHF 3424,3 millions, sous l'impulsion d'une hausse des prix des fèves de cacao par rapport à l'exercice précédent⁴ et d'une augmentation des ventes de produits à plus forte valeur.

Le **résultat brut** a augmenté de 4,7 % en monnaies locales (-1,9 % en CHF), pour atteindre CHF 437,9 millions, reflétant globalement la croissance en volume, l'impact négatif du ratio combiné du cacao ayant été compensé par une évolution favorable des marges et une amélioration de la composition des gammes de produits dans l'activité de chocolat, grâce à l'importance stratégique accordée à ce domaine.

Par rapport au niveau élevé de l'exercice précédent, le **résultat opérationnel (EBIT)** est quasiment stable à CHF 200,7 millions (-0,3 % en monnaies locales et -8,4 % en CHF, en raison d'un effet de change négatif important de CHF -17,9 millions résultant principalement de la fermeté du franc suisse face à l'euro et aux monnaies de quelques marchés émergents). Comme prévu, certains frais de restructuration liés au projet Cocoa Leadership et des investissements supplémentaires dans les ventes et le marketing ont également eu un effet négatif.

Le **bénéfice net** affiche un recul de 12,5 % en monnaies locales (-18,5 % in CHF) à CHF 107,9 millions, affecté par l'augmentation des charges financières et des impôts sur le revenu, et par les effets de change.

Le **fonds de roulement net** a diminué de 11,8 %, passant de CHF 1566,6 millions pour la même période de l'exercice précédent à CHF 1382,3 millions, malgré la croissance du Groupe. Ce recul résulte principalement de l'initiative du Groupe concernant le fonds de roulement, qui a conduit à une réduction du volume des stocks et à une augmentation des dettes fournisseurs et autres dettes à court terme.

La **dette nette** se monte à CHF 1538,2 millions, contre 1790,6 millions pour la même période de l'exercice précédent, soit une baisse de 14,1 %. Cette diminution est due principalement aux besoins de financement moindres liés au fonds de roulement et aux investissements.

De ce fait, le **flux de trésorerie disponible** a progressé de manière significative à CHF 220,4 millions, tandis que la même période de l'exercice précédent s'était soldée par une sortie de CHF 142,8 millions.

Perspectives – Persistance de conditions de marché difficiles; confirmation des objectifs à moyen terme

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré: «Comme prévu, l'année restera difficile du point de vue de la rentabilité, en raison de la situation actuelle du marché des produits à base de cacao. Nous continuerons de nous concentrer sur la recherche d'une «croissance intelligente» et la transformation de notre activité de cacao de manière à rétablir son EBIT par tonne. Nous nous réjouissons de voir que nos actions commencent à porter leurs fruits. Nous confirmons nos objectifs à moyen terme⁵.»

⁴ Le groupe Barry Callebaut répercute les prix des matières premières sur ses clients dans la majorité de ses activités.

⁵ En moyenne pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18: croissance du volume de 4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

Étapes stratégiques clés durant les six premiers mois de l'exercice 2015/16

- **«Expansion»:** Barry Callebaut a finalisé l'acquisition des activités de distribution automatique de boissons de FrieslandCampina Kievit, devenant ainsi l'un des premiers fournisseurs de mélanges de poudre pour distributeurs automatiques de boissons. Barry Callebaut a également signé des accords d'approvisionnement avec deux acteurs locaux d'Europe de l'Est, démontrant le potentiel de l'externalisation dans les pays émergents.
- **«Innovation»:** Barry Callebaut a «conçu et co-créé» avec ses clients les expériences chocolatières de demain lors des importantes foires commerciales que sont le Salon européen des ingrédients alimentaires (FIE) à Paris (France) et le Salon ISM de Cologne (Allemagne), et présenté trois nouveautés produits: Caramel Doré (chocolat caramélisé belge haut de gamme), Choc37.9 (résistant à la chaleur) et Happy Chocolate (dont les bienfaits pour la santé sont avérés).
- **«Leadership en matière de coûts»:** Barry Callebaut a achevé la réduction annoncée de sa présence manufacturière en Asie (Thaïlande et Malaisie) en ce qui concerne le cacao dans le cadre du projet Cocoa Leadership et continue de regrouper ses activités transactionnelles pour l'ensemble de l'Europe dans son Shared Service Center (SSC) de Łódź (Pologne) et d'étendre encore ce dernier.
- **«Production durable»:** En réponse à la demande croissante des clients pour des ingrédients durables et traçables, Barry Callebaut est passé, pour la production de Crema dell'Artigiano™ et Tintoretto™, deux de ses fourrages les plus populaires pour les produits de boulangerie et de confiserie, d'une huile de palme «RSPO mass balance» à des produits d'huile de palme RSPO entièrement ségrégués, à partir de janvier 2016.

Performance par région / segment

Région EMEA – Performance nettement supérieure à celle du marché

Les marchés européens des confiseries chocolatées se sont repliés de 2,2 %.⁶

Le volume des ventes de la Région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) a augmenté de 6,5 % à 411 881 tonnes.

En Europe occidentale, la croissance du volume des ventes a été particulièrement forte dans le segment des clients industriels ainsi que dans le segment Gourmet, qui a connu une accélération au deuxième trimestre.

En Europe de l'Est, le volume des ventes a enregistré une croissance à deux chiffres à partir du niveau bas de l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires affiche une progression de 10,7 % en monnaies locales (2,5 % en CHF) à CHF 1405,0 millions, principalement du fait d'une hausse des prix des matières premières.

Le résultat opérationnel (EBIT) s'est accru de 1,3 % en monnaies locales (-8,1 % en CHF) à CHF 144,4 millions.

Région Amériques – Performance remarquable dans des conditions de marché difficiles

Les marchés des confiseries chocolatées de la région Amériques affichent un recul de 3,7 %⁶.

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région Amériques a enregistré une croissance de 13,4 % pour s'établir à 251 151 tonnes. La croissance a été emmenée par le segment des clients industriels et les comptes nationaux et internationaux, principalement grâce à l'externalisation et à des gains de parts de marchés supplémentaires. Le segment Gourmet affiche une excellente performance, avec une croissance à deux chiffres dans tous les pays de la région.

Le chiffre d'affaires de la région Amériques a enregistré une progression de 11,9 % en monnaies locales (9,5 % en CHF) à CHF 817,4 millions, légèrement inférieure à celle des volumes, en

⁶ Source: Nielsen, septembre 2015 – février 2016.

raison de la composition des gammes de produits et de la clientèle. Le résultat opérationnel (EBIT) s'est accru de 4,3 % en monnaies locales (4,6 % en CHF) à CHF 70,4 millions.

Région Asie-Pacifique – Très forte croissance supérieure au marché

Les marchés des confiseries chocolatées de la région Asie-Pacifique affichent un recul de 1,7 %⁶. Dans cette région, le volume des ventes de Barry Callebaut a enregistré une forte croissance de 12,6 % pour s'établir à 40 888 tonnes.

Dans le segment des produits pour clients industriels, la croissance s'est accélérée, atteignant deux chiffres, la performance de ce segment étant particulièrement bonne en Chine, en Inde, en Indonésie et en Malaisie. La croissance à deux chiffres du segment Gourmet a été portée dans une large mesure par des marchés tels que la Chine, l'Inde et la Corée.

Le chiffre d'affaires affiche une progression de 11,2 % en monnaies locales (10,4 % en CHF) à CHF 161,8 millions, principalement grâce à une gamme de produits favorable et à une hausse des prix des fèves de cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) s'est accru de 20,7 % en monnaies locales (17,2 % en CHF) à CHF 18,4 millions.

Global Cocoa – Poursuite de la mise en œuvre du projet Cocoa Leadership

Le volume des ventes du segment Global Cocoa a enregistré un recul de 7,8 % à 229 407 tonnes qui résulte de l'abandon intentionnel des contrats les moins rentables, notamment certains accords à long terme portant sur des ingrédients qui n'ont pas été renouvelés, et au vu des conditions toujours difficiles du marché des produits à base de cacao et de l'accent mis sur le fonds de roulement.

Le chiffre d'affaires a progressé de 14,6 % en monnaies locales (4,4 % en CHF) pour atteindre CHF 1040,1 millions, reflétant l'attention portée à la rentabilité et à la composition de la clientèle. Dans le cadre du projet Cocoa leadership, initiative stratégique clé visant à renforcer la rentabilité du Groupe, Barry Callebaut a achevé la réduction de la capacité de traitement du cacao en Asie, comme annoncé en novembre 2015, et la coordination de toutes les décisions commerciales et flux de produits internationaux, ainsi que la gestion centralisée du ratio combiné.

Le résultat opérationnel (EBIT) s'inscrit en baisse de 29,9 % en monnaies locales (-45,1 % en CHF) à CHF 11,3 millions, en raison de la faiblesse du ratio combiné du cacao.

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

Au cours des six premiers mois de l'exercice en cours, les prix du cacao ont augmenté de 4%, passant de GBP 2126 le 1^{er} septembre 2015 à GBP 2212 le 29 février 2016. Cette hausse des prix marquée s'explique par un léger déficit attendu au cours de la saison 2015/16, imputable principalement à des récoltes moins abondantes en Côte d'Ivoire, au Brésil et en Indonésie.

Un environnement macro-économique défavorable a initialement déterminé une baisse importante des prix du **sucre** sur le marché mondial, avant d'opérer une correction haussière à la faveur d'une offre plus restreinte et de l'activité liée aux fonds.

En Europe, les prix sont repartis à la hausse, stimulés par des prévisions de stocks exceptionnellement bas à la fin de la campagne actuelle.

Les **prix du lait en poudre** ont chuté pour atteindre leur niveau le plus bas depuis six ans, principalement en raison d'une forte augmentation de la production et d'un ralentissement parallèle de la croissance de la demande mondiale.

Pour des informations financières plus détaillées, voir la lettre aux investisseurs (disponible en anglais et allemand) du Groupe Barry Callebaut «Résultats semestriels de l'exercice 2015/16 »: www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors

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

Date: mercredi 6 avril 2016

Lieu: Siège principal de Barry Callebaut, centre Chocolate Academy™, Pfingstweidstrasse 60, 8005 Zurich/Suisse
Les conférences peuvent être suivies par téléphone ou webcast audio. Les détails pour y accéder se trouvent sur le site du groupe Barry Callebaut (via les liens suivants):

[Médias](#)

[Analystes](#)

Calendrier de l'exercice 2015/16 (1^{er} septembre 2015 – 31 août 2016):

Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2015/16 (communiqué)	7 juillet 2016
Résultats annuels 2015/16 (communiqué et conférence)	2 novembre 2016
Assemblée générale annuelle 2015/16	7 décembre 2016

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,2 milliards (EUR 5,6 milliards / USD 6,6 milliards) environ pour l'exercice 2014/15, 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 50 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 9000 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 afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons et son objectif consistant à définir un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.

Suivez le groupe Barry Callebaut:[Twitter](#)[LinkedIn](#)[YouTube](#)[Flickr](#)[Instagram](#)[Google+](#)

Contact**pour les médias:**

Björn Emde
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 204 03 26
bjoern_emde@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers:

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

Chiffres clés du Groupe 2015/16

pour les six premiers mois de l'exercice		Variation en %		6 mois au	6 mois au
		en monnaies	in CHF	29 février 2015	28 février 2015
		locales			
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		4,5%	933 327	893 437
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,7%	5,6%	3 424,3	3 244,2
Résultat brut	mio. CHF	4,7%	(1.9%)	437,9	446,2
EBITDA	mio. CHF	3,0%	(4.7%)	270,9	284,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(0.3%)	(8.4%)	200,7	219,2
Résultat net pour la période	mio. CHF	(12.5%)	(18.5%)	107,9	132,4
Cash-flow disponible	mio. CHF	(246.7%)	(254.3%)	220,4	(142,8)
EBIT par tonne	CHF	(4.5%)	(12.4%)	215,0	245,3
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		6,5%	411 881	386 730
Chiffre d'affaires	mio. CHF	10,7%	2,5%	1 405,0	1 370,9
EBITDA	mio. CHF	2,5%	(6.7%)	166,4	178,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	1,3%	(8.1%)	144,4	157,2
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		13,4%	251 151	221 568
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,5%	11,9%	817,4	730,6
EBITDA	mio. CHF	11,4%	9,9%	87,0	79,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	4,3%	4,6%	70,4	67,3
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		12,6%	40 888	36 326
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,2%	10,4%	161,8	146,5
EBITDA	mio. CHF	15,1%	12,3%	22,2	19,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	20,7%	17,2%	18,4	15,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(7.8%)	229 407	248 813
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,6%	4,4%	1 040,1	996,2
EBITDA	mio. CHF	(11.5%)	(20.3%)	37,7	47,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(29.9%)	(45.1%)	11,3	20,6
Par groupe de produits					
Volume des ventes				933 327	893 437
Produits à base de cacao	Tonnes		(7.8%)	229 407	248 813
Produits pour clients industriels	Tonnes		9,5%	601 858	549 600
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		7,4%	102 062	95 024
Chiffre d'affaires				3 424,3	3 244,2
Produits à base de cacao	mio. CHF	14,6%	4,4%	1 040,1	996,2
Produits pour clients industriels	mio. CHF	10,2%	6,3%	1 871,5	1 761,3
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	10,8%	5,3%	512,7	486,7