

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Ventes pour les trois premiers mois de l'exercice 2015/16

Bon début d'exercice

- **Volume des ventes en hausse de 6,4 %; chiffre d'affaires en progression de 13,3 % en monnaies locales (+3,8 % en CHF)**
- **Croissance générale et contribution positive de tous les moteurs de croissance clés**
- **Accent sur la mise en œuvre de la stratégie de «croissance intelligente»**

Zurich/Suisse, le 20 janvier 2016 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: «La bonne dynamique de croissance du quatrième trimestre 2014/15 a subsisté et nous avons bien commencé notre nouvel exercice avec une hausse générale des volumes de ventes et une contribution positive de tous les moteurs de croissance clés. Notre recherche d'une «croissance intelligente», c'est-à-dire d'un équilibre entre la croissance du volume et l'amélioration de la rentabilité, ainsi que la génération de cash-flow disponible, est mise en œuvre progressivement et nos projets de transformation sont en bonne voie».

Chiffres clés des ventes du Groupe pour les trois premiers mois de l'exercice 2015/16					
		Variation en %		3 mois au	3 mois au
		en monnaies locales	en CHF	30 nov. 2015	30 nov. 2014
Volume des ventes	Tonnes		6,4	494'873	465'046
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,3	3,8	1'809,3	1'743,6

Le Groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a enregistré une hausse du volume de ses ventes de 6,4 %, à 494,873 tonnes, durant les trois premiers mois de l'exercice 2015/16 (se terminant le 30 novembre 2015). La croissance des volumes a été alimentée par les trois principaux moteurs de croissance que sont l'externalisation et les partenariats, les marchés émergents et l'activité Gourmet & Spécialités. En revanche, le marché global des confiseries chocolatées enregistre un recul de 3,7 %¹ au cours de la période sous revue.

Le chiffre d'affaires de Barry Callebaut a progressé de 13,3 % en monnaies locales (+3,8 % en CHF) pour atteindre CHF 1'809,3 millions, sous l'impulsion d'une hausse des prix des fèves de cacao.

Perspectives – Croissance satisfaisante des volumes, exercice difficile en termes de rentabilité de l'activité cacao

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré: «Tandis que le marché des produits à base de cacao reste difficile durant cet exercice en termes de rentabilité, notre modèle commercial s'avère robuste, bénéficiant d'une activité de chocolat et de pâte à glacer diversifiée et très performante. Grâce à ce modèle, combiné à notre recherche d'une «croissance intelligente», nous sommes convaincus d'être en mesure de continuer à surpasser systématiquement le marché.»

¹ Source: Nielsen, septembre – novembre 2015.

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

- Dans le cadre de l'«**Expansion**» en cours, Barry Callebaut a signé un contrat en vue d'acquérir les activités commerciales liées aux distributeurs automatiques de boissons de FrieslandCampina Kievit, afin de poursuivre l'extension de son activité Spécialités à valeur ajoutée en Europe, devenant ainsi l'un des premiers fournisseurs de mélanges de poudre pour distributeurs automatiques de boissons.
- «**Innovation**»: Barry Callebaut a signé un accord de licence avec Naturex, leader des compléments alimentaires. Naturex commercialisera sur le marché des compléments alimentaires l'allégation de santé de Barry Callebaut approuvée par l'EFSA portant sur les extraits de cacao, l'un de ses principaux projets d'innovation de ces dernières années.
- En novembre, Barry Callebaut a annoncé la réorganisation de sa présence manufacturière en Asie (Thaïlande et Malaisie), dans le cadre du projet Cocoa Leadership visant à renforcer encore sa position de «**Leader des coûts**».
- «**Cacao durable**»: Barry Callebaut a lancé HORIZONS, sa gamme de produits à base de cacao et de chocolat durables, et publié les «Chroniques du Cacao» (*Cocoa Chronicles*), un ensemble novateur de récits racontés du point de vue du consommateur, portant sur les avantages dont bénéficient les consommateurs des produits HORIZONS, destinés à stimuler la demande des consommateurs en matière de cacao et de chocolat durables. Barry Callebaut a également racheté Nyonkopa, une société ghanéenne de négoce agréée autorisée à acheter le cacao directement aux producteurs, afin de couvrir les besoins croissants des clients en cacao ghanéen durable et traçable.

Performance par région / segment

Région EMEA – Croissance significative des volumes en Europe occidentale, solide reprise en Europe de l'Est

Le volume des ventes de la Région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) a augmenté de 7,1 %² à 220'196 tonnes.

En Europe de l'Ouest, le volume des ventes de Barry Callebaut a progressé de manière satisfaisante dans un marché plutôt atone. La croissance de l'activité Produits pour clients industriels a été générale, alimentée tant par les clients existants que par les nouveaux clients. Le segment Gourmet a lui aussi évolué positivement.

L'Europe de l'Est a connu une solide reprise après les faibles niveaux de l'exercice précédent. Le segment Gourmet s'est élargi malgré la situation politique et économique difficile en Russie.

Dans la région EMEA, le chiffre d'affaires a progressé de 11,0 % en monnaies locales (-1,6 % en CHF) pour atteindre CHF 750,3 millions en raison de la bonne croissance des volumes et d'une augmentation des ventes des produits Spécialités.

Région Amériques – Excellent début, favorisé par des gains de parts de marché

La région Amériques a enregistré une croissance des volumes de 13,2 %³, à 131'230 tonnes, stimulée par des partenariats stratégiques et des accords d'approvisionnement à long terme conclus avec des clients tels que World's Finest[®] Chocolate.

En Amérique du Nord, le segment des clients industriels affiche une bonne performance, les clients internationaux entamant une reprise. Les comptes régionaux ont enregistré une solide croissance. Le segment Gourmet affiche une croissance à deux chiffres, grâce à la solide contribution des marques mondiales Cacao Barry[®] et Callebaut[®]. L'Amérique du Sud a enregistré une bonne performance

² Les marchés du chocolat de la région EMEA affichent un repli de 3,2 %. Source: Nielsen, septembre 2015 – novembre 2015.

³ Les marchés du chocolat des Amériques se sont repliés de 5,4 %. Source: Nielsen, septembre 2015 – novembre 2015.

dans les segments Produits pour clients industriels et Gourmet, malgré l'environnement économique difficile dans de nombreux pays de la région.

Le chiffre d'affaires de la Région Amériques affiche une progression de 9,0 % en monnaies locales (10,6 % en CHF) à CHF 428,4 millions, à mettre principalement au crédit d'une amélioration de la composition de la clientèle et de notre gamme de produits.

Région Asie-Pacifique – Accentuation de la dynamique de croissance

En Asie-Pacifique, la croissance du volume des ventes du Groupe s'est accentuée, atteignant 13,9 %⁴ à 20'716 tonnes.

Autant le segment des clients industriels que Gourmet et Spécialités ont enregistré une solide croissance des volumes à deux chiffres. Le segment des clients industriels a bénéficié des résultats avec les clients nationaux et globaux. En ce qui concerne Gourmet, les marques globales ont montré une performance solide et ont progressé à deux chiffres comparé à l'année précédente.

Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires a progressé de 11,6 % en monnaies locales (7,8 % en CHF) pour atteindre CHF 81,6 millions en raison d'une croissance des volumes et d'une composition des gammes de produits satisfaisantes.

Global Cocoa⁵ – Accent sur la mise en œuvre du projet Cocoa Leadership

Dans le segment Global Cocoa, le volume des ventes a reculé de 2,0 % par rapport à la même période de l'exercice précédent, pour atteindre 122'731 tonnes, reflétant les difficultés actuelles du marché du cacao. Après une reprise temporaire fin septembre, le ratio combiné connaît de nouveau un ralentissement depuis quelques semaines.

Le chiffre d'affaires affiche une progression de 20,0 % en monnaies locales (6,1 % en CHF) à CHF 549,0 millions, principalement du fait d'une hausse des prix des produits à base de cacao.

Dans le projet Cocoa Leadership, initiative stratégique essentielle pour renforcer la rentabilité du Groupe, des progrès satisfaisants ont été accomplis dans les différents travaux en cours; l'optimisation annoncée de la présence manufacturière en Asie et l'optimisation des flux internationaux de produits sont en phase de mise en œuvre et le système centralisé de gestion du ratio combiné est en place.

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

Au cours des trois premiers mois de l'exercice, les cours du **cacao** sur les marchés à terme ont augmenté de GBP 2'126 à GBP 2'281 le 30 novembre 2015, ce qui correspond à une hausse de 12,0% par rapport à l'année précédente. Cette hausse est imputable à la prévision d'un déficit en 2015/16, du fait principalement de récoltes plus faibles en Côte d'Ivoire et en Indonésie.

Le marché mondial du **sucre** a connu une solide reprise et les cours sont en hausse depuis fin septembre en raison de l'anticipation d'une pénurie pour la campagne 2015/16. Sur le front européen, les cours ont poursuivi leur ascension, à cause d'une chute estimée des stocks à moins d'1 million de tonnes en septembre 2016.

Les prix des produits laitiers ont continué de chuter sous l'effet d'une production laitière mondiale toujours robuste; les prix du **lait en poudre** ont, quant à eux, frôlé leur niveau le plus bas depuis cinq ans. La baisse de la demande chinoise et l'interdiction des produits européens en Russie ont entraîné d'importants excédents sur le marché, ce qui a pour effet de maintenir les prix à des niveaux faibles.

⁴ Les marchés du chocolat d'Asie-Pacifique s'inscrivent en baisse de 1,0 %. Source: Nielsen, septembre 2015 – novembre 2015.

⁵ Les chiffres figurant sous «Global Cocoa» comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao à des tiers dans toutes les régions, alors que les chiffres présentés pour les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.

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

Résultats semestriels 2015/16 (communiqué et conférence)	6 avril 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
Téléphone: +41 43 204 03 26
bjoern_emde@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers:

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

Chiffres clés des ventes du Groupe pour les trois premiers mois de l'exercice 2015/16					
Variation en %					
		en monnaies locales		3 mois au 30 nov. 2015	3 mois au 30 nov. 2014
		en CHF			
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		6,4	494'873	465'046
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,3	3,8	1'809,3	1'743,6
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		7,1	220'196	205'660
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,0	(1,6)	750,3	762,8
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		13,2	131'230	115'930
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,0	10,6	428,4	387,5
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		13,9	20'716	18'195
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,6	7,8	81,6	75,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(2,0)	122'731	125'261
Chiffre d'affaires	mio. CHF	20,0	6,1	549,0	517,6
Par groupe de produits					
Volume des ventes	Tonnes		6,4	494'873	465'046
Produits à base de cacao	Tonnes		(2,0)	122'731	125'261
Produits pour clients industriels	Tonnes		10,3	320'077	290'309
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		5,2	52'065	49'476
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,3	3,8	1'809,3	1'743,6
Produits à base de cacao	mio. CHF	20,0	6,1	549,0	517,6
Produits pour clients industriels	mio. CHF	11,0	3,6	997,4	962,5
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	8,3	(0,2)	262,9	263,5