

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Ventes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2014/15

La croissance des volumes continue d'être nettement supérieure à celle du marché mondial de la confiserie en chocolat

- Le volume des ventes a enregistré une expansion de +2,5 % sur un marché mondial de la confiserie en chocolat en repli de -2,1 %¹; le chiffre d'affaires est en hausse de +12,0 % en monnaies locales (+7,6 % en CHF)
- Les volumes affichent une croissance généralisée, étayée par la sous-traitance, les marchés émergents et les produits Gourmet & Spécialités

Zurich/Suisse, le 8 juillet 2015 – Juergen Steinemann, CEO du Groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Je suis satisfait de la croissance de notre volume au cours des neuf derniers mois. En signant une expansion de +2,5 %, nous avons sensiblement surperformé le marché mondial de la confiserie en chocolat, qui s'est replié de -2,1 %¹ sous le poids de la hausse récente des prix des biens de consommation et du manque de vigueur des économies aux quatre coins du monde. Nos volumes ont globalement augmenté grâce à nos moteurs de croissance que sont la sous-traitance, les marchés émergents et les produits Gourmet & Spécialités.»

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

| | | Variation en % | | | |
|--------------------|----------|---------------------|-----|-----------------------|-----------------------|
| | | en monnaies locales | | 9 mois au 31 mai 2015 | 9 mois au 31 mai 2014 |
| | | en CHF | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | 2,5 | | 1 320 714 | 1 288 365 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 12,0 | 7,6 | 4 644,8 | 4 318,7 |

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2014/15 (se terminant le 31 mai 2015), le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a enregistré une hausse de +2,5 % de son **volume des ventes**, qui s'est établi à 1 320 714 tonnes. La société a signé cette performance alors que le marché mondial de la confiserie battait de l'aile, chutant de -2,1 %.¹

Barry Callebaut a réalisé une solide croissance de ses activités de chocolaterie dans toutes les régions grâce à ses moteurs de croissance (sous-traitance, marchés émergents et produits Gourmet & Spécialités). En raison des difficultés qui persistent sur le marché des produits à base de cacao, Barry Callebaut n'a pas activement développé ses ventes dans le segment Global Cocoa. Tant les activités des produits pour clients industriels (+2,9 %) que celles des produits Gourmet & Spécialités (+4,9 %) ont dégagé des résultats réjouissants.

¹ Le marché mondial de la confiserie en chocolat s'est replié de 2,1 % en termes de volume. Source: Nielsen, septembre 2014 – mai 2015.

Le **chiffre d'affaires** du Groupe a progressé de +12,0 % en monnaies locales (+7,6 % en CHF) pour s'établir à CHF 4 644,8 millions grâce à une hausse des ventes des produits Gourmet & Spécialités, lesquels ont bénéficié d'une gamme de produits plus favorable et d'une augmentation des prix des fèves de cacao par rapport à l'an dernier².

Perspectives – la croissance des volumes appelée à durer

S'exprimant au sujet des perspectives, Juergen Steinemann, CEO, a déclaré: «Comme indiqué, nous tablons sur une nouvelle accélération du volume des ventes au quatrième trimestre de l'exercice. Nous continuerons d'agir avec prudence sur le marché difficile du cacao. Dans l'ensemble, nous discernons toujours de nombreuses possibilités d'expansion, sans compter que tous nos moteurs de croissance sont à même de pérenniser notre importante surperformance par rapport au marché mondial du chocolat. Nous maintenons nos prévisions actuelles.³»

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

- **«Expansion»:** acquisition des actifs d'American Almond, l'un des principaux fabricants d'ingrédients artisanaux à base de noix aux Etats-Unis, soulignant l'objectif stratégique de Barry Callebaut d'étendre ses activités dans le domaine des autres ingrédients. Signature d'un accord d'approvisionnement à long terme sur le chocolat avec le groupe GarudaFood, l'une des plus grandes sociétés de produits alimentaires et de boissons d'Indonésie. Afin de soutenir l'expansion de son activité Gourmet, Barry Callebaut a inauguré sa 19^e Chocolate Academy™ à Tokyo.
- **«Innovation»:** Barry Callebaut a inauguré son premier Cocoa Application Center dans la région Asie-Pacifique. Construit à Pasir Gudang (Malaisie) à côté de l'une de ses plus grandes fabriques de cacao de la région, le nouveau centre comprend des capacités en matière de développement de prototypes et de concepts, ainsi que de recherche de produits et d'ingrédients à base de cacao, étoffant ainsi la gamme d'innovations du Groupe à l'intention des clients industriels.
- **«Leadership des coûts»:** après trois ans d'investissements importants dans l'implantation, les structures et les processus, Barry Callebaut a mis en place, cette année, un système rigoureux de maîtrise des coûts et des flux de trésorerie, ainsi que des mesures visant à améliorer la productivité. Toute dépense supplémentaire est limitée à des domaines de coûts ciblés, tels que Gourmet, l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement et les marchés émergents. Exception faite de ces investissements, les coûts ont diminué sur une base comparable.

Performance par région / segment

Région Europe – Croissance du volume toujours solide en Europe occidentale

Dans la région Europe, le volume total des ventes a augmenté de +2,5 % à 567 204 tonnes, un résultat nettement supérieur au taux de croissance du marché de -2,0 %.⁴ En Europe occidentale, le volume des ventes de Barry Callebaut a maintenu son rythme de croisière, grâce à la solide progression des produits pour clients industriels et à une hausse à deux chiffres de l'activité Boissons. Le segment Gourmet a surperformé un marché plat. L'activité de la région EEMOA continue, pour sa part, de se heurter aux conditions politiques et économiques difficiles qui prévalent en Russie.

Le chiffre d'affaires total de la région s'est inscrit en hausse de +10,7 % en monnaies locales sous l'effet, principalement, de l'accroissement des volumes, d'une gamme de produits plus favorable

² Le groupe Barry Callebaut répercute les niveaux des prix des matières premières sur ses clients dans la majorité de ses activités.

³ 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.

⁴ Source: Nielsen, septembre 2014 – mai 2015.

et d'une augmentation des prix des fèves de cacao. Du fait de l'effet de change négatif, le chiffre d'affaires en CHF a progressé de +0,7 % à CHF 1 937,2 millions.

Région Amériques – Accélération de la dynamique de croissance

Dans la région Amériques, la croissance du volume des ventes a fortement augmenté au troisième trimestre (+7,4 %), progressant de +3,7 % à 339 912 tonnes sur la période de neuf mois, une performance bien supérieure à celle du marché, en repli de -2,5 %⁵. Au sein de l'ALENA, la croissance a été alimentée par les comptes régionaux de Barry Callebaut; le segment des produits Gourmet & Spécialités a lui aussi enregistré de bons résultats. L'Amérique du Sud affiche une fois encore une solide croissance à deux chiffres dans tous les groupes de produits et dans tous les pays.

Le chiffre d'affaires total de la région a progressé de +13,2 % en monnaies locales sous l'impulsion d'une meilleure gamme de produits et d'une hausse des prix des fèves de cacao. En CHF, la monnaie d'établissement des comptes, le chiffre d'affaires a augmenté de +18,8 % à CHF 1 101,7 millions grâce à la solide croissance des volumes ainsi qu'aux effets de change favorables.

Région Asie-Pacifique – Accélération de la croissance

Dans la région Asie-Pacifique, malgré un marché du chocolat atone (-1,5 %)⁵, la croissance totale du volume des ventes s'est accélérée de +8,7 % au troisième trimestre, augmentant de +6,7 % à 52 357 tonnes durant les neuf premiers mois. Les clients industriels locaux, ainsi que les deux marques mondiales de Gourmet, Callebaut® et Cacao Barry®, sont les principaux ressorts de cette performance.

Le chiffre d'affaires de la région a progressé de +11,6 % en monnaies locales (+9,6 % en CHF) à CHF 205,7 millions, grâce à la croissance positive des volumes, à une gamme de produits plus favorable et à une hausse des prix des fèves de cacao.

Global Cocoa – Les difficultés du marché persistent

La croissance du volume des ventes dans le segment Global Cocoa s'est établie à 361 241 tonnes, soit une progression étale de +0,8 % durant la période de neuf mois. Au vu d'une nouvelle dégradation du ratio combiné de cacao, Barry Callebaut n'a pas cherché activement à développer ses ventes auprès de clients tiers et s'est concentré sur ses besoins internes.

Le chiffre d'affaires a augmenté de +13,4 % en monnaies locales (+9,4 % en CHF) à CHF 1 400,2 millions, reflétant principalement la hausse des prix moyens des fèves et de la poudre de cacao.

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

Malgré les prévisions d'un léger excédent de l'offre pour la saison 2014/15, les **prix des fèves de cacao** ont augmenté au cours de la période considérée d'environ +4,0 % à GBP 2 100, le 29 mai 2015. La hausse des prix est principalement le fait des intervenants sur les marchés financiers.

Le prix du **sucre** sur le marché mondial a poursuivi sa tendance baissière sous l'effet de la constitution par les fonds de positions à découvert, d'une nouvelle dépréciation du réal brésilien, des ventes effectuées par les producteurs sur le marché et de la production record réalisée par l'Inde. Le prix du sucre européen n'a guère fluctué, le marché atteignant son plancher à un niveau relativement bas.

Les bonnes conditions météorologiques se sont traduites par une production laitière mondiale globalement solide ces derniers mois. Tous les grands producteurs laitiers, Chine y compris, ont annoncé une hausse de leur production par rapport à l'an dernier. Couplée à une baisse de la

⁵ Source: Nielsen, septembre 2014 – mai 2015.

demande, cette situation a entraîné une nouvelle chute des prix du **lait en poudre**, tant sur le marché mondial que sur les marchés européens.

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

| | |
|--|-----------------|
| Résultats annuels 2014/15 (communiqué et conférence) | 4 novembre 2015 |
| Assemblée générale annuelle 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 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*
 *Vimeo: vimeo.com/barrycallebaut*
 *Google+: plus.google.com/+BarrycallebautGroup*
 *Flickr: flickr.com/photos/barrycallebautgroup*

Contact

Médias:

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

Investisseurs et analystes financiers:

Evelyn Nassar
Head of Investor Relations

Barry Callebaut SA
Téléphone: +41 43 204 04 23
evelyn_nassar@barry-callebaut.com

| Chiffres clés du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2014/15 | | | | | |
|---|----------|---------------------|--------|-----------------------|-----------------------|
| | | Variation en % | | | |
| | | en monnaies locales | en CHF | 9 mois au 31 mai 2015 | 9 mois au 31 mai 2014 |
| Chiffres clés | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 2,5 | 1 320 714 | 1 288 365 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 12,0 | 7,6 | 4 644,8 | 4 318,7 |
| Par région | | | | | |
| Europe | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 2,5 | 567 204 | 553 291 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 10,7 | 0,7 | 1 937,2 | 1 923,3 |
| Amériques | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 3,7 | 339 912 | 327 695 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 13,2 | 18,8 | 1 101,7 | 927,3 |
| Asie-Pacifique | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 6,7 | 52 357 | 49 069 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 11,6 | 9,6 | 205,7 | 187,7 |
| Global Cocoa | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 0,8 | 361 241 | 358 310 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 13,4 | 9,4 | 1 400,2 | 1 280,4 |
| Par groupe de produits | | | | | |
| Volume des ventes | Tonnes | | 2,5 | 1 320 714 | 1 288 365 |
| Produits à base de cacao | Tonnes | | 0,8 | 361 241 | 358 310 |
| Produits pour clients industriels | Tonnes | | 2,9 | 821 897 | 798 906 |
| Produits Gourmet & Spécialités | Tonnes | | 4,9 | 137 576 | 131 149 |
| Chiffre d'affaires | mio. CHF | 12,0 | 7,6 | 4 644,8 | 4 318,7 |
| Produits à base de cacao | mio. CHF | 13,4 | 9,4 | 1 400,2 | 1 280,4 |
| Produits pour clients industriels | mio. CHF | 11,7 | 7,3 | 2 559,7 | 2 384,7 |
| Produits Gourmet & Spécialités | mio. CHF | 10,5 | 4,8 | 684,9 | 653,6 |