

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Ventes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2017/18

Persistance d'une bonne dynamique

- Croissance de +6,9 % du volume des ventes, portée par l'ensemble des moteurs de croissance clés et toutes les régions
- Chiffre d'affaires de CHF 5,2 milliards, en baisse de -2,4 % en monnaies locales (-0,2 % en CHF)
- Objectifs à moyen terme confirmés¹

Zurich/Suisse, le 13 juillet 2018 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Après la solide performance enregistrée pendant les six premiers mois de l'exercice en cours, le troisième trimestre bénéficie toujours d'une solide dynamique, alimentée par tous les moteurs de croissance clés, toutes les régions et tous les groupes de produits. La croissance de notre volume des ventes a été, une fois encore, largement supérieure à celle du marché mondial des confiseries chocolatées».

Chiffres clés du Groupe

pour les neuf premiers mois de l'exercice		Variation en %		9 mois au 31 mai 2018	9 mois au 31 mai 2017
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		6,9%	1 512 853	1 414 654
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(2,4%)	(0,2%)	5 183,7	5 193,5

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2017/18 (se terminant le 31 mai 2018), le **volume des ventes** du groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a augmenté de +6,9 % pour atteindre 1 512 853 tonnes. Barry Callebaut a enregistré une excellente croissance du volume dans toutes les régions et tous les groupes de produits, tandis que le marché mondial des confiseries chocolatées a progressé de +2,5 %². La hausse du volume a été soutenue par tous les moteurs de croissance clés que sont l'activité Gourmet & Spécialités (+7,8 %), l'externalisation (+6,2 %) et les marchés émergents (+8,8 %). Au troisième trimestre, la croissance du volume (+4,8 %) a été forte par rapport au bon niveau de l'exercice précédent. Le **chiffre d'affaires** de la période sous revue s'élève à CHF 5,2 milliards, soit un recul de -2,4 % en monnaies locales (-0,2 % en CHF) imputable à la baisse des prix des matières premières, que le Groupe répercute sur ses clients dans une grande partie de ses activités.

¹ En moyenne pour la période de quatre ans de 2015/16 à 2018/19: croissance du volume de 4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

² Source: Nielsen - volume des ventes de confiseries chocolatées d'août 2017 à avril 2018 – 25 pays

Perspectives – L’assurance d’être en mesure d’atteindre nos objectifs à 4 ans

Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré: «En observant les tendances et la dynamique des marchés, nous continuons de discerner de nombreuses opportunités de croissance et nous sommes convaincus que ces opportunités, combinées à une application minutieuse de notre stratégie de “croissance intelligente”, nous permettront d’atteindre nos objectifs à 4 ans³.»

Étapes stratégiques franchies durant les neuf premiers mois de l’exercice 2017/18

- **«Expansion»:** Barry Callebaut a ouvert son premier centre CHOCOLATE ACADEMY™ sur le continent africain – son 21^e centre dans le monde – le 8 mai 2018, à Johannesburg (Afrique du Sud). Dans le cadre du renforcement continu de sa présence, Barry Callebaut a annoncé l’extension de ses capacités de traitement du cacao en Côte d’Ivoire et au Cameroun. À travers ses investissements en Afrique du Sud, en Côte d’Ivoire et au Cameroun, le Groupe réaffirme son intérêt pour le continent africain.
- **«Innovation»:** depuis son lancement mondial à Shanghai en septembre 2017, Ruby, le quatrième type de chocolat, a été chaleureusement accueilli par les clients de Barry Callebaut, créant des remous sur les marchés de consommation partout dans le monde. La marque emblématique KitKat a lancé Sublime Ruby dans ses boutiques Chocolatery au Japon et en Corée du Sud début 2018, puis a réalisé un déploiement rapide du produit KitKat Ruby 4 finger sur plusieurs marchés européens ainsi qu’en Australie. Après la commercialisation du chocolat belge Ruby RB1 le plus fin sous la marque Callebaut en mars 2018, Barry Callebaut a lancé la couverture Swiss Edel destinée aux artisans, Ruby Rubina, sous la marque Carma en mai 2018. Le chocolat Ruby a remporté le prix inaugural «Award for Supplier Innovation» de la NCA lors de la «Sweets & Snacks Expo» de Chicago (États-Unis), créé pour récompenser des innovations révolutionnaires qui servent l’industrie de la confiserie, ainsi que le «Marketing Award» 2018 de Gault&Millau. Barry Callebaut a par ailleurs annoncé l’expansion, aux États-Unis, de son portefeuille de produits à base de chocolat ne contenant aucun produit laitier, exploitant la demande croissante des clients pour des solutions faisant appel à ce type de produits. Les solutions à teneur réduite en sucre de Barry Callebaut continuent d’afficher une croissance à deux chiffres.
- **«Production durable»:** le 4 juin 2018, Barry Callebaut a signé avec la Côte d’Ivoire et le Ghana trois lettres d’intention portant sur la conception et la validation, dans le cadre d’une collaboration, d’un modèle agricole durable pour le cacao. Cette coopération portera également sur l’agroforesterie, la diversification des revenus des producteurs de cacao et la plantation d’arbres d’ombrage. En outre, du 5 au 7 juin 2018, Barry Callebaut a organisé la quatrième conférence Chocovision, rassemblant plus de 200 dirigeants d’entreprises et parties prenantes clés du secteur du cacao et du chocolat, afin d’aborder des sujets stratégiques d’intérêt commun.

³ En moyenne pour la période de quatre ans de 2015/16 à 2018/19: croissance du volume de 4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d’événements majeurs imprévus.

Performance par région/segment

Région EMEA – Persistance d’une forte croissance

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) a augmenté de +8,1 %, à 695 214 tonnes, emmené par la forte croissance en Europe de l’Ouest et la croissance à deux chiffres en Europe de l’Est dans les deux segments Clients industriels et Gourmet & Spécialités. Selon Nielsen, le marché des confiseries chocolatées en Europe a conservé sa bonne dynamique, progressant de +3,0 %⁴. Le chiffre d’affaires s’inscrit en léger recul de -0,6 % en monnaies locales (+6,5 % en CHF), à CHF 2 317,8 millions, principalement du fait d’une baisse des prix des matières premières.

Région Amériques – Performance satisfaisante

Dans la région Amériques, le volume des ventes de Barry Callebaut s’inscrit en hausse de +5,3 %, à 400 334 tonnes. La croissance a été alimentée par une performance à deux chiffres en Amérique du Sud et une dynamique accrue de l’activité Gourmet & Spécialités en Amérique du Nord. Le marché américain des confiseries chocolatées a progressé de +1,1 %⁴. Les ventes affichent un léger recul de -0,6 % en monnaies locales (-2,7 % en CHF), à CHF 1 236,2 millions. Ce résultat est la conséquence d’une baisse des prix des matières premières.

Région Asie-Pacifique – Maintien d’une dynamique à deux chiffres

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région Asie-Pacifique a progressé de +14,8 % pour atteindre 79 542 tonnes, par rapport au niveau élevé de l’exercice précédent. La croissance a été portée par le segment Clients industriels, grâce à une combinaison de nouvelles activités et de volume supplémentaire résultant d’accords d’externalisation à long terme ainsi que la solide croissance à deux chiffres du segment Gourmet & Spécialités. Les marchés des confiseries chocolatées ont poursuivi leur trajectoire positive, enregistrant une croissance du volume de +3,7 %⁴ pour la période sous revue. Le chiffre d’affaires affiche une augmentation de +4,5 % en monnaies locales (+3,3 % en CHF), à CHF 276,0 millions, subissant aussi l’effet de la baisse des prix des matières premières.

Global Cocoa – Croissance robuste

Global Cocoa affiche une robuste croissance de +4,9 %, à 337 763 tonnes, au cours de la période sous revue. Comme prévu, la croissance du volume a ralenti au troisième trimestre. Le chiffre d’affaires a reculé de -7,9 % en monnaies locales (-8,5 % en CHF), à CHF 1 353,8 millions. Ces chiffres sont conformes à ceux du volume des ventes et reflètent la baisse des prix des produits à base de cacao.

Évolution des prix des matières premières

Barry Callebaut applique un modèle commercial du coût majoré, c’est-à-dire que la société répercute les prix des matières premières sur les clients pour la majeure partie de ses activités. Les prix des fèves de **cacao** ont chuté de -12,2 % en moyenne par rapport à l’exercice précédent. Toutefois, au cours des neuf premiers mois de l’exercice 2017/18, ils ont augmenté de +19,9 %. La tonne, qui se négociait à GBP 1 516 le 1^{er} septembre 2017, a atteint GBP 1 817 le 31 mai 2018. La hausse des prix des derniers mois est due à un excédent mondial de cacao plus faible que prévu, en

⁴ Source: Nielsen - volume des ventes de confiseries chocolatées d’août 2017 à avril 2018 – 25 pays

raison d'une production de cacao légèrement moindre en Afrique de l'Ouest, combinée à une hausse de la demande et à une activité significative liée aux fonds.

Début 2018, un rebond des prix des **produits laitiers**, imputable à une diminution de la production, a fait suite à une correction à la baisse considérable des prix de tous les produits laitiers au dernier trimestre 2017.

Au cours des neuf derniers mois, le marché mondial du **sucre** a cédé plus de -20,0 % du fait des bonnes récoltes en Asie et en Europe, qui ont entraîné un excédent de sucre. En Europe, une récolte record a conduit à une forte baisse des prix sur les marchés nationaux.

Calendrier de l'exercice 2017/18 (1^{er} septembre 2017 – 31 août 2018):

Résultats annuels 2017/18 (communiqué et conférence)	7 novembre 2018
Assemblée générale annuelle 2017/18	12 décembre 2018

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,8 milliards (EUR 6,3 milliards / USD 6,9 milliards) environ pour l'exercice 2016/17, 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 près de 60 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de quelque 11 000 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 deux marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont Callebaut® et Cacao Barry®.

Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire en sorte que la production de chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025, 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 de façonner un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.

Suivez le groupe Barry Callebaut:

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)

 [Facebook](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

Contact

Médias:

Christiaan Prins
Head of External Affairs
Barry Callebaut AG
Téléphone: +41 43 204 03 76
christiaan_prins@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Chiffres clés des ventes du Groupe 2017/18

pour les neuf premiers mois de l'exercice		Variation en %		9 mois au	9 mois au
		en	in CHF	31 mai 2018	31 mai 2017
		monnaies			
		locales			
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		6,9%	1 512 853	1 414 654
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(2,4%)	(0,2%)	5 183,7	5 193,5
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		8,1%	695 214	643 092
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(0,6%)	6,5%	2 317,8	2 176,1
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		5,3%	400 334	380 362
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(0,6%)	(2,7%)	1 236,2	1 270,3
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		14,8%	79 542	69 313
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,5%	3,3%	276,0	267,1
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		4,9%	337 763	321 887
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(7,9%)	(8,5%)	1 353,8	1 480,0
Par groupe de produits					
Volume des ventes				1 512 853	1 414 654
Produits à base de cacao	Tonnes		4,9%	337 763	321 887
Produits pour clients industriels	Tonnes		7,5%	990 767	921 844
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		7,8%	184 324	170 923
Chiffre d'affaires				5 183,7	5 193,5
Produits à base de cacao	mio. CHF	(7,9%)	(8,5%)	1 353,8	1 480,0
Produits pour clients industriels	mio. CHF	(1,4%)	2,0%	2 941,5	2 883,9
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	2,1%	7,1%	888,4	829,6