

Communiqué de presse

Annonce ad hoc conformément à l'article 53 RC
La version anglaise fait foi

Barry Callebaut fixe le cap d'une croissance durable et rentable et d'une amélioration du cash flow

Capital Markets Day 2023 : Le groupe présente ses priorités stratégiques de croissance et les résultats de l'exercice 2022/23

- **La stratégie actualisée, combinée au programme d'investissement stratégique *BC Next Level* présenté précédemment, libérera tout le potentiel de croissance de Barry Callebaut et aboutira à une amélioration progressive de la rentabilité, une amélioration du cash flow et une création de valeur de long terme pour toutes les parties prenantes**
- **Quatre priorités stratégiques pour atteindre une croissance de long-terme : des partenariats d'externalisation plus approfondis, le lancement de *Gourmet 2.0*, l'expansion des Spécialités, l'atteinte d'une juste part de marché sur la zone APAC. Des priorités soutenues par une organisation rationalisée et numérisée et par des exigences de durabilité de premier ordre**
- **Après une période de transition pour l'exécution du programme *BC Next Level*, Barry Callebaut prévoit d'atteindre un objectif de croissance de long-terme du volume des ventes (croissance à un chiffre, faible (+) à moyen) et de son EBIT (croissance à un chiffre, moyen (+) à élevé) à partir de l'exercice fiscal 2025/26**
- **Des résultats tangibles sont attendus dès l'exercice 2023/2024 avec un volume des ventes et un EBIT stable à taux de change constant, et, pour l'exercice 2024/2025, des sous-jacent de croissance du volume des ventes modeste et une croissance de l'EBIT plus forte (hors coûts exceptionnels du programme *BC Next Level*)**
- **Par un ajustement du réinvestissement dans la croissance, 75% des CHF 250 millions d'économies de coûts obtenus grâce au programme *BC Next Level* devraient se répercuter sur le bénéfice net et permettre une amélioration ponctuelle de la marge bénéficiaire, en vue d'atteindre l'objectif d'une marge EBIT de 10%**
- **Résultats annuels de Barry Callebaut pour l'exercice fiscal 2022/23 :**
 - **Croissance de +3,9 % au quatrième trimestre, portant le volume des ventes à 2,3 millions de tonnes pour l'ensemble de l'année pour l'ensemble de l'année (-1,1 %)**
 - **Chiffre d'affaires de CHF 8,5 milliards, en hausse de +9,7 % en monnaies locales (+4,7 % en CHF)**
 - **Bénéfice d'exploitation (EBIT) de CHF 659,4 millions, en hausse de +12,2 %¹ en monnaies locales (+5,6 %¹ en CHF)**
 - **Bénéfice net de CHF 443,1 millions, en hausse de +9,6 %¹ en monnaies locales (+3,4 %¹ en CHF)**
 - **Cash flow disponible ajusté² de CHF 251,8 millions, impacté par les prix des matières premières**
 - **Proposition de dividende de CHF 29,00 par action, soit un taux de distribution de 36 %**

¹ Par rapport à l'année précédente : bénéfice d'exploitation (EBIT) récurrent et bénéfice net récurrent. Veuillez vous référer à l'annexe à la page 10 pour le rapprochement détaillé des résultats récurrents.

² Cash flow disponible ajusté de l'impact sur le cash flow des stocks de fèves de cacao considérés par le groupe comme des stocks rapidement négociables (readily marketable inventories, RMI).

Zurich/Suisse, le 1er novembre 2023 – A l'occasion du Capital Markets Day organisé ce jour à Londres, le groupe Barry Callebaut annonce la mise à jour de sa stratégie et de son plan de croissance à long terme et présente des éléments supplémentaires sur son programme d'investissement stratégique *BC Next Level*. De plus, le groupe présente ses résultats annuels pour l'exercice 2022/23.

Peter Feld, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : "Nous voulons créer les meilleurs produits chocolatés au monde pour nos clients dès maintenant et pour l'avenir. En tant que leader du marché attractif et en pleine croissance des ingrédients chocolatés et grâce à notre force en matière de durabilité et d'innovation, nous sommes idéalement positionnés pour surperformer le marché. Nos priorités de croissance, combinées au programme d'investissement *BC Next Level*, nous permet de fixer le cap d'une croissance rentable et durable et d'une amélioration du cash flow. Nous offrirons à nos clients une meilleure valeur, un meilleur service, une meilleure qualité et une meilleure durabilité et ferons de Barry Callebaut une entreprise plus résiliente et plus rentable, générant ainsi une création de valeur de long terme pour toutes nos parties prenantes."

Quatre priorités stratégiques de croissance pour soutenir les ambitions de Barry Callebaut

Le programme *BC Next Level* permettra à Barry Callebaut de consolider sa position de leader sur le marché des ingrédients chocolatés en poursuivant quatre priorités stratégiques pour une croissance de long terme :

- **Des partenariats d'externalisation plus approfondis** : Barry Callebaut occupe une position unique en tant que partenaire mondial de choix pour les clients les plus importants du secteur des produits de grande consommation qui souhaitent des produits chocolatés plus durables et innovants. Barry Callebaut approfondira ces partenariats, en exploitant ses capacités d'innovation pour créer de meilleurs produits chocolatés pour ses clients. Dans les années à venir, Barry Callebaut souhaite remporter les deux tiers des volumes de partenariats d'externalisation qui devraient arriver sur le marché.
- **Le lancement de Gourmet 2.0** : Barry Callebaut va se rapprocher davantage des attentes du marché et des clients afin de mieux servir la restauration, les artisans et les chaînes en élargissant son offre aux segments de marché haut de gamme et grand public, en simplifiant son portefeuille de marques et en modernisant ses canaux de distribution. L'ambition de Barry Callebaut est d'augmenter sa part de marché en valeur sur le marché Gourmet global et de réaliser une croissance deux fois supérieure au taux de croissance sous-jacent du marché.
- **L'expansion des Spécialités** : L'ambition de Barry Callebaut est de doubler la taille de son activité principale sur le segment Spécialités en augmentant la pénétration de ses offres hautement différenciées dans des zones à forte croissance tels que le sans gluten, le végétarien, le produit d'origine unique et d'autres spécialités chocolatées. Pour y parvenir, Barry Callebaut continuera à faire évoluer son offre de produits pour se concentrer sur les segments de marché les plus prometteurs et lancera une capacité d'innovation dédiée et axée sur le client. De plus, le groupe améliorera son accès au marché en tirant parti de ses partenariats d'externalisation approfondis. La croissance des Spécialités soutiendra la premiumisation continue des activités de fabrication de produits alimentaires et Gourmet de Barry Callebaut.
- **Atteindre une juste part de marché dans la région APAC** : L'ambition de Barry Callebaut est de doubler la taille de ses activités dans la région APAC afin d'obtenir une part de marché en ligne avec celle de l'ensemble du groupe. Barry Callebaut mettra en place des stratégies

localisées afin d'offrir des solutions adaptées aux marchés locaux, avec une distribution optimisée tirant parti des améliorations numériques apportées par *BC Next Level*. L'ambition de Barry Callebaut dans la région APAC est soutenue à la fois par les fortes tendances démographiques et par les investissements des principaux fabricants de produits de grande consommation.

Ces priorités de croissance seront soutenues par les nouvelles capacités organisationnelles de Barry Callebaut, rationalisées et numérisées, conformément au programme *BC Next Level*. L'engagement de Barry Callebaut en faveur d'un modèle de durabilité de premier ordre contribuera à la mise en œuvre des priorités de croissance. Le groupe vise à encourager des pratiques modernes de la culture du cacao et, par conséquent, contribuer à un avenir durable pour la filière. La société considère que l'exécution de ses propres ambitions en matière de développement durable est un facteur clé de différenciation commerciale et une source majeure d'alignement avec ses clients et le consommateur final.

BC Next Level : libérer la croissance, améliorer significativement la rentabilité et le cash flow

Dans l'ensemble, le programme d'investissement BC Next Level permettra à Barry Callebaut de viser une croissance durable et rentable : les mesures du programme permettront au groupe de se rapprocher des clients et des marchés et de numériser le frontend et le backend. Par l'optimisation de son portefeuille, sa stratégie de mise sur le marché, sa chaîne d'approvisionnement et sa production, Barry Callebaut aspire à offrir à ses clients des produits encore plus durables et de haute valeur.

Ce programme permettra à Barry Callebaut d'atteindre une marge bénéficiaire plus grande, d'améliorer son cash flow et, par conséquent, de présenter un profil financier plus attractif à moyen terme.

Comme annoncé précédemment, *BC Next Level* comprend un investissement stratégique de CHF 500 millions nets (financé par les ressources financières du groupe) dans les domaines clés pour les clients, et génèrera à son tour CHF 250 millions d'économies de coûts, dont 75 % seront répercutés sur le bénéfice net et permettront une amélioration immédiate de la marge bénéficiaire, rapprochant le groupe vers son objectif d'atteindre une marge EBIT de 10%.

Rentabilité à long terme et plan de croissance pour créer de la valeur pour toutes les parties prenantes

Une période de transition de 24 mois est attendue par Barry Callebaut pendant laquelle le groupe entreprendra les actions nécessaires à la création d'une plateforme de croissance rentable qui assurera une création de valeur à long-terme.

Pour l'exercice 2023/2024, Barry Callebaut prévoit un volume des ventes stable, reflétant une croissance sous-jacente positive, partiellement compensée par les initiatives de *BC Next Level*, telles que la rationalisation des produits, ou encore l'optimisation du réseau de distribution. En outre, Barry Callebaut prévoit un EBIT stable sur une base récurrente (en monnaies locales et hors coûts exceptionnels de *BC Next Level*), reflétant dans un premier temps l'impact modeste des avantages permanents de *BC Next Level*, compensés par la rationalisation des produits, l'optimisation du réseau de distribution, ainsi que les mesures prises sur les tarifications pour accroître la valeur offerte aux clients de Gourmet.

Pour l'exercice 2024/2025, le groupe s'attend à une croissance modeste du volume des ventes et de son EBIT sur une base sous-jacente (hors coûts exceptionnels et impacts positifs de *BC Next Level*),

ce qui se traduira par une croissance plus forte de l'EBIT en particulier grâce aux impacts permanents bénéficiaires de *BC Next Level*.

Le groupe atteindra son objectif de croissance à long terme, à partir de l'exercice fiscal 2025/26, avec une croissance des volumes des ventes à un chiffre, faible (+) à moyen et une croissance de l'EBIT à un chiffre, moyen (+) à élevé³.

Pendant la période de transition, Barry Callebaut maintiendra son dividende par action à un niveau au moins égal à celui de l'année précédente.

Barry Callebaut Group - Résultats annuels, exercice 2022/23

Barry Callebaut a également publié aujourd'hui ses résultats pour l'exercice 2022/23. Le rapport complet des résultats peut être consulté dans le rapport annuel 2022/23. Un aperçu abrégé des chiffres clés du groupe pour l'exercice fiscal figure dans la section ci-dessous.

Chiffres clés du Groupe

pour l'exercice		Variation en %		2022/23	2021/22
		en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	Tonnes		(1,1 %)	2 280 925	2 306 681
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,7 %	4,7 %	8 470,5	8 091,9
Résultat brut	mio. CHF	16,0 %	10,8 %	1 348,5	1 217,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	26,6 %	19,1 %	659,4	553,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ⁴	mio. CHF	12,2 %	5,6 %	659,4	624,7
EBIT (récurrent) ⁴ par tonne	CHF	13,4 %	6,7 %	289,1	270,8
Résultat net	mio. CHF	30,1 %	22,8 %	443,1	360,9
Résultat net (récurrent) ⁴	mio. CHF	9,6 %	3,4 %	443,1	428,5
Cash-flow disponible	mio. CHF			113,0	266,2
Cash-flow disponible ajusté ⁵	mio. CHF			251,8	358,5

Le groupe Barry Callebaut a connu une légère baisse du **volume des ventes** de -1,1 % à 2 280 925 tonnes au cours de l'exercice 2022/23 (clos le 31 août 2023). Les volumes ont été affectés négativement par l'incident de salmonelles de l'année précédente à Wieze, qui a continué d'impacter les résultats au premier trimestre 2022/23, ainsi que par la demande plus faible des clients et l'augmentation des prix des matières premières.

Le secteur du chocolat a enregistré une baisse de -2,0 %, le marché mondial de la confiserie de chocolat ayant reculé de -1,0 %⁶.

Alors que le volume de la région EMEA a baissé au premier semestre, la reprise de la croissance de +3,2 % au second semestre a permis de stabiliser la performance à -0,4 % sur l'année. L'Asie-Pacifique et les Amériques ont continué à voir la demande des clients diminuer dans un contexte de marchés difficiles, avec des baisses respectives de -2,0 % et -4,6 % sur l'année.

³ L'exercice 2025/26 comprend toujours les coûts exceptionnels et les impacts positifs de *BC Next Level*.

⁴ Veuillez vous référer à l'annexe à la page 10 pour le rapprochement détaillé des résultats récurrents.

⁵ Cash flow disponible ajusté de l'impact sur le cash flow des stocks de fèves de cacao considérés par le groupe comme RMI.

⁶ Source : Croissance du volume Nielsen hors commerce électronique - 26 pays, septembre 2022 à août 2023, données sujettes à ajustement pour correspondre à la période de reporting de Barry Callebaut. Les données Nielsen ne reflètent que partiellement la consommation hors foyer et la consommation impulsive.

En ce qui concerne les principaux moteurs de croissance : Les volumes d'externalisation (partenariats stratégiques) ont augmenté de +1,7 % (+4,8 % au 4^{ème} trimestre). Gourmet & Specialties a baissé de -4,8 % en raison d'une demande plus faible et d'une indisponibilité temporaire des stocks au début de l'année suite à l'incident de Wieze, mais s'est progressivement rétabli et a terminé le dernier trimestre avec un résultat positif de +0,2 %. Les marchés émergents sont restés globalement stables à -0,2 %. Le volume des ventes de Global Cocoa a augmenté pour atteindre 467 877 tonnes, soit une augmentation de +2,4 % en glissement annuel.

Le **chiffre d'affaires** s'élève à CHF 8 470,5 millions, soit une hausse de +9,7 % en monnaies locales (+4,7 % en CHF). Cette augmentation est due à la forte hausse des prix des matières premières et à l'environnement inflationniste général.

Le **bénéfice brut** a dépassé la performance en volume et s'est élevé à CHF 1 348,5 millions, en hausse de +16,0 % en monnaies locales (+10,8 % en CHF), l'environnement inflationniste ayant été bien géré grâce au modèle de tarification à prix coûtant majoré de la société.

Le **bénéfice d'exploitation (EBIT)** s'est élevé à CHF 659,4 millions, soit une hausse de +12,2 % en monnaies locales (+5,6 % en CHF) par rapport à l'EBIT récurrent⁷ de l'année précédente, ce qui est nettement supérieur au volume. La performance s'est améliorée par rapport à l'année précédente, qui avait été fortement affectée par l'incident de Wieze au cours du dernier trimestre fiscal, entraînant une baisse des volumes et du bénéfice d'exploitation (EBIT) récurrent⁷. En outre, les bons résultats de l'activité Global Cocoa ont contribué à l'augmentation d'une année sur l'autre. L'EBIT par tonne s'est amélioré pour atteindre CHF 289, soit une hausse de 13,4 % en monnaies locales (+6,7 % en CHF), par rapport à l'EBIT récurrent⁷ par tonne de l'année précédente, qui était de CHF 271. pour l'exercice précédent. L'EBIT rapporté s'est élevé à CHF 659,4 millions contre CHF 553,5 millions l'année précédente.

Le **bénéfice net** s'est élevé à CHF 443,1 millions, soit une hausse de +9,6 % en monnaies locales (+3,4 % en CHF) par rapport au bénéfice net récurrent⁷ de l'année précédente. Les charges financières nettes ont légèrement augmenté pour atteindre CHF -124,1 millions, contre CHF -121,8 millions l'année précédente, en raison de la hausse des taux d'intérêt de référence. La charge d'impôt sur le résultat s'est élevée à CHF -92,1 millions en 2022/23, ce qui correspond à un taux d'imposition effectif de 17,2 % (16,4 % l'année précédente).

Le **fonds de roulement net** a augmenté pour atteindre CHF 1 466,2 millions, contre CHF 1 293,1 millions l'année précédente. L'augmentation est due à l'effet net de la hausse des prix des matières premières sur les créances, les stocks et les produits dérivés.

Le **cash flow disponible ajusté⁸** a diminué à CHF 251,8 millions, contre CHF 358,5 millions l'année précédente. Avant l'ajustement des stocks de fèves de cacao considérés par le Groupe comme des stocks facilement commercialisables (RMI), la génération du cash flow a diminué à CHF 113,0 millions, par rapport à une année précédente forte (CHF 266,2 millions). Le cash flow disponible a été fortement affecté par l'augmentation des prix des matières premières, en particulier du cacao, qui a fortement affecté le fonds de roulement net.

⁷ Veuillez vous référer à l'annexe en page 10 pour le rapprochement détaillé des résultats récurrents.

⁸ Cash flow disponible ajusté de l'impact sur le cash flow des stocks de fèves de cacao considérés par le groupe comme RMI.

La **dette nette** a augmenté à CHF 1 308,7 millions, contre CHF 1 199,0 millions l'année précédente, les besoins en fonds de roulement s'étant accrus suite à l'augmentation du prix des matières premières. En tenant compte des stocks de fèves de cacao considérés comme des stocks facilement commercialisables (RMI), la dette nette ajustée a diminué à CHF 41,1 millions, contre CHF 349,8 millions au cours de la période de l'année précédente.

Propositions à l'Assemblée Générale Annuelle

Paiement aux actionnaires

Le Conseil d'Administration propose aux actionnaires, lors de l'Assemblée Générale Annuelle des actionnaires du 6 décembre 2023, un bénéfice accru de CHF 29,00 par action. Cela correspond à un ratio de distribution de 36 % du bénéfice net déclaré, dans le cadre du ratio visé de 35-40%. Le dividende sera versé aux actionnaires le 10 janvier 2024, ou aux alentours, sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale Annuelle .

Conseil d'administration

Angela Wei Dong, membre du Conseil d'Administration (CA) depuis 2018, et Elio Leoni Sceti, membre du Conseil d'Administration depuis 2017, ne se représenteront pas à l'AGA du 6 décembre 2023. Le CA souhaite exprimer sa sincère gratitude à Angela Wei Dong et Elio Leoni Sceti pour leur précieuse contribution.

Tous les autres membres du Conseil d'Administration se présenteront pour un nouveau mandat d'un an.

Le CA propose d'élire Mauricio Graber, de nationalité mexicaine, comme nouveau membre du Conseil d'Administration. Ce dernier a mené une carrière remarquable dans les secteurs mondiaux des ingrédients alimentaires et des biosciences. Après plus de 12 ans en tant que président de la division Arômes de Givaudan, il a pris ses fonctions actuelles de PDG de Chr. Hansen en 2018 et devrait quitter ses fonctions à l'issue de la fusion proposée avec Novozymes, au Q4 2023 ou au Q1 2024. Son expertise dans les secteurs des ingrédients alimentaires et des biosciences sera un ajout significatif à l'expertise du CA dans ces domaines cruciaux.

De plus amples informations sont disponibles dans les publications suivantes :

Rapport annuel 2022/23 (Anglais; PDF)

Rapport succinct 2022/23 (Anglais et Allemand; PDF)

Disponible sur le site Internet de Barry Callebaut à l'adresse suivante :

www.barry-callebaut.com/en/group/investors/results-publications

Barry Callebaut Group - Capital Markets Day et résultats annuels, exercice 2022/23

Date : Mercredi 1er novembre 2023 à 14:00-18:00 CET

Il s'agira d'une conférence physique animée par Peter Feld, CEO, et Ben De Schryver, CFO sortant, qui pourra également être suivie par webcast. Les détails d'accès sont disponibles [ici](#).

Calendrier financier de l'exercice 2023/24 (du 1^{er} septembre 2023 au 31 août 2024) :

Assemblée générale annuelle 2022/23	6 décembre 2023
Chiffres clés des ventes pour 3 mois 2023/24	24 janvier 2024
Résultats semestriels 2023/24	10 avril 2024
Chiffres clés des ventes pour 9 mois 2023/24	11 juillet 2024
Résultats annuels 2023/24	6 novembre 2024
Assemblée Générale Annuelle 2023/24	4 décembre 2024

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

Avec un chiffre d'affaires annuel d'environ CHF 8,5 milliards pour l'exercice 2022/23, le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le premier fabricant mondial de chocolat et de produits à base de cacao de haute qualité - depuis l'approvisionnement et le traitement des fèves de cacao jusqu'à la production des chocolats les plus fins, en passant par les fourrages, les décorations et les composés en chocolat. Le groupe exploite 66 sites de production dans le monde et emploie une main-d'œuvre diversifiée et dévouée de plus de 13 000 personnes. Le groupe Barry Callebaut dessert l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants de produits alimentaires industriels aux utilisateurs artisanaux et professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les pâtisseries, les boulangers, les hôtels, les restaurants ou les traiteurs. Les marques mondiales qui répondent aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont [Callebaut](#)[®] et [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] et le spécialiste des décorations [Mona Lisa](#)[®]. Le groupe Barry Callebaut s'est engagé à faire du chocolat durable la norme afin de garantir l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs. Il soutient la [Cocoa Horizons Foundation](#) dans son objectif de façonner un avenir durable pour le cacao et le chocolat.

Suivez le groupe Barry Callebaut :

 [LinkedIn](#)

 [Instagram](#)

 [Twitter](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

 [Facebook](#)

Contact pour les médias :

Kai Hummel

Responsable mondial de la communication
d'entreprise

Téléphone : + 41 43 204 15 22 + 41 43 204 15 22
media@barry-callebaut.com

pour les investisseurs et les analystes financiers :

Sarah Morgan

Responsable des relations avec les investisseurs
par intérim

Téléphone : +41 79 275 83 95 +41 79 275 83 95
investorrelations@barry-callebaut.com

Chiffres clés par région/groupe de produits

pour l'exercice		Variation en %		2022/23	2021/22
		en monnaies locales	en CHF		
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(0,4 %)	1 036 227	1 039 899
Chiffre d'affaires	mio. CHF	18,5 %	10,6 %	3 696,2	3 340,7
EBITDA	mio. CHF	49,6 %	39,7 %	490,7	351,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	64,1 %	52,9 %	408,5	267,2
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ⁹	mio. CHF	24,6 %	16,1 %	408,5	351,9
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		(4,6 %)	619 747	649 389
Chiffre d'affaires	mio. CHF	2,5 %	2,1 %	2 236,8	2 190,2
EBITDA	mio. CHF	0,8 %	(0,3 %)	279,9	280,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(1,0 %)	(1,6 %)	220,0	223,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ⁹	mio. CHF	0,1 %	(0,4 %)	220,0	221,0
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		(2,0 %)	157 074	160 304
Chiffre d'affaires	mio. CHF	2,7 %	(4,5 %)	523,2	547,8
EBITDA	mio. CHF	(10,1 %)	(16,0 %)	63,5	75,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(16,9 %)	(22,2 %)	46,0	59,1
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		2,4 %	467 877	457 089
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,1 %	0,1 %	2 014,3	2 013,2
EBITDA	mio. CHF	6,7 %	2,6 %	180,4	175,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	8,8 %	4,5 %	107,1	102,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ⁹	mio. CHF	22,0 %	17,1 %	107,1	91,5
Par groupe de produits					
Volume des ventes	Tonnes			2 280 925	2 306 681
Produits à base de cacao	Tonnes		2,4 %	467 877	457 089
Produits pour clients industriels	Tonnes		(1,4 %)	1 530 076	1 552 241
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		(4,8 %)	282 972	297 351
Chiffre d'affaires	mio. CHF			8 470,5	8 091,9
Produits à base de cacao	mio. CHF	5,1 %	0,1 %	2 014,3	2 013,2
Produits pour clients industriels	mio. CHF	12,9 %	7,8 %	5 054,9	4 689,0
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	5,9 %	0,8 %	1 401,3	1 389,7

⁹ Veuillez vous référer à l'annexe à la page 10 pour le rapprochement détaillé des résultats récurrents.

Chiffres clés du Groupe¹⁰

pour l'exercice		Variation en %		2022/23	2021/22
		en monnaies locales	en CHF		
Compte des résultats consolidé					
Volume des ventes	Tonnes		(1,1 %)	2 280 925	2 306 681
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,7 %	4,7 %	8 470,5	8 091,9
Résultat brut	mio. CHF	16,0 %	10,8 %	1 348,5	1 217,2
EBITDA	mio. CHF	20,3 %	13,7 %	897,3	789,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	26,6 %	19,1 %	659,4	553,5
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent) ¹¹	mio. CHF	12,2 %	5,6 %	659,4	624,7
EBIT (récurrent) / chiffre d'affaires ¹¹	%			7,8 %	7,7 %
EBIT (récurrent) par tonne ¹¹	CHF	13,4 %	6,7 %	289,1	270,8
Résultat net	mio. CHF	30,1 %	22,8 %	443,1	360,9
Résultat net (récurrent) ¹¹	mio. CHF	9,6 %	3,4 %	443,1	428,5
Cash-flow disponible	mio. CHF			113,0	266,2
Cash-flow disponible ajusté ¹²	mio. CHF			251,8	358,5
Bilan consolidé					
Fonds de roulement net	mio. CHF		13,4 %	1 466,2	1 293,1
Immobilisations	mio. CHF		(3,0 %)	2 911,0	3 001,6
Dépenses d'investissement	mio. CHF		(12,6 %)	241,2	275,9
Total de l'actif	mio. CHF		8,7 %	8 432,7	7 760,9
Endettement net	mio. CHF		9,1 %	1 308,7	1 199,0
Endettement net ajusté	mio. CHF		(88,2 %)	41,1	349,8
Fonds propres	mio. CHF		(0,2 %)	2 896,1	2 902,0
Ratio					
Rendement du capital investi (ROIC)	%			13,1 %	11,5 %
Rendement du capital investi (ROIC) (récurrent) ¹¹				13,1 %	13,2 %
Rendement des fonds propres (ROE)	%			15,3 %	12,4 %
Rendement des fonds propres (ROE) (récurrent) ¹¹				15,3 %	14,8 %
Ratio d'endettement	%			45,2 %	41,3 %
Ratio de couverture des intérêts				7,2	6,5
Endettement net / EBITDA (récurrent) ¹¹				1,4	1,4
Dépenses d'investissement / chiffre d'affaires	%			2,8 %	3,4 %
Action					
Cours de l'action en fin d'exercice	CHF		(23,1 %)	1 542	2 004
Nombre d'actions émises				5 488 858	5 488 858
Capitalisation boursière en fin d'exercice	mio. CHF		(23,1 %)	8 463,8	10 999,7
EBIT (récurrent) ¹¹ par action	CHF		5,5 %	120,3	114,0
Résultat de base par action	CHF		23,1 %	81,0	65,8
Bénéfice par action	CHF			20,6	48,6
Dividende par action	CHF		3,6 %	29,0	28,0
Taux de distribution	%			36 %	43 %
Rapport cours/bénéfice en fin d'exercice				19,0	30,4
Chiffres supplémentaires					
Employés			2,5 %	13 754	13 418

¹⁰ Les mesures non-IFRS sont définies dans les mesures alternatives de performance dans le rapport annuel 2022/23 à la page 188.

¹¹ Veuillez vous référer à l'annexe à la page 10 pour le rapprochement détaillé des résultats récurrents.

¹² Cash flow disponible ajusté de l'impact sur le cash flow des stocks de fèves de cacao considérés par le groupe comme RMI.

Annexe : Rapprochement des résultats récurrents

Le rapprochement des éléments non récurrents de l'exercice 2021/22 et leur impact sur les principales mesures alternatives de performance (MAP) du groupe figurent dans le tableau ci-dessous. Il n'y a pas d'éléments non récurrents pour l'exercice 2022/23.

2021/22					Groupe (y compris Corporate)
en millions CHF	EMEA	Amériques	Asie-Pacifique	Global Cocoa	
EBITDA	351,4	280,6	75,6	175,7	789,4
Éléments non récurrents ¹³	84,7	2,5	—	11,0	71,2
EBITDA (récurrent)	436,1	278,1	75,6	164,7	860,6
Résultat opérationnel (EBIT)	267,2	223,5	59,1	102,5	553,5
Éléments non récurrents ¹³	84,7	2,5	—	11,0	71,2
Résultat opérationnel (EBIT, récurrent)	351,9	221,0	59,1	91,5	624,7
Résultat net pour la période					360,9
Éléments non récurrents ¹³					67,6
Résultat net pour la période (récurrent)					428,5

¹³ Les éléments non récurrents comprennent l'impact net unique de l'incident lié à la salmonelle à Wieze (CHF -76,9 millions), les crédits d'impôts indirects brésiliens (CHF +13,5 millions; revenus financiers supplémentaires de CHF +1,4 millions ayant un impact sur le bénéfice net) et les coûts liés à la fermeture de la chocolaterie de Moreton (CHF -7,8 millions). Ces éléments non récurrents ont eu un effet fiscal de CHF +2,2 millions.