

Communiqué de presse

Barry Callebaut AG augmente le bénéfice d'exploitation de 13 pour cent et le bénéfice net de 8 pour cent

- Augmentation du produit des ventes de 6 pour cent à 2'548,6 millions de CHF
- Augmentation des quantités vendues de 5 pour cent à 787'302 tonnes
- Accroissement du résultat d'exploitation (EBIT) de 13 pour cent à 168,0 millions de CHF
- Accroissement de l'EBIT par tonne de 8 pour cent à 213.40 CHF
- Accroissement du bénéfice du groupe de 8 pour cent à 97,1 millions de CHF
- Transformation de 14 pour cent de la récolte mondiale de cacao
- Klaus J. Jacobs et Gaudenz Staehelin quittent le Conseil d'administration
- Election proposée de M^e Christian Jacobs et de Rolando Benedick
- Augmentation proposée du dividende de CHF 6.50 à CHF 6.70 par action nominative

Zurich/Suisse, le 20 novembre 2001 – Barry Callebaut AG, le leader mondial parmi les fabricants de produits de cacao et de chocolat, a augmenté son produit de vente de 6 pour cent en le portant à 2'548,6 millions de CHF au cours de l'exercice 2000/01 (clos le 31 août). De ce fait, le groupe a progressé deux fois plus vite que le marché dans son ensemble (plus 2 pour cent à peine). En réalisant 168,0 millions de CHF (+13 pour cent par rapport à l'exercice précédent) le groupe fait état d'un bon résultat d'exploitation (EBIT) ; par tonne, cela correspond à une progression de 8 pour cent à 213.40 CHF. Le bénéfice du groupe a atteint 97,1 millions de CHF (+8 pour cent). Si le bénéfice du groupe n'a pas progressé dans les mêmes proportions que le résultat d'exploitation, cela est dû pour l'essentiel à des frais de financement supérieurs causés par la consolidation intégrale de positions de cacao stratégiques. Il a été possible de réduire le total du bilan de près de 180 millions de CHF. Le degré d'endettement a reculé au taux réjouissant de 113 pour cent (exercice précédent : 159 pour cent). Le taux des fonds propres a passé à 34 pour cent (exercice précédent : 29 pour cent).

Développement des secteurs d'activité

Le secteur **Chocolats pour les clients industriels (Food Manufacturers)** a augmenté son chiffre d'affaires de 2 pour cent à 1'416,6 millions de CHF ou 56 pour cent du chiffre d'affaires total en raison d'une croissance réjouissante du chiffre d'affaires de pratiquement tous les produits, surtout en Europe. Alors que la consommation mondiale de chocolat progresse de près de 2 pour cent, Barry Callebaut vise non seulement une croissance supérieure, mais aussi une réduction régulière et parallèle des coûts. La concentration du cercle des clients sur un nombre toujours plus restreint de gros clients se poursuit. Depuis un certain temps déjà, Barry Callebaut profite de ce développement pour se positionner en tant que partenaire de savoir-faire et de prestataire de services pour l'industrie alimentaire opérant dans le monde entier. Les efforts de développement se concentreront sur des produits Premium et favorables à la santé, par exemple des chocolats sans adjonction de sucre.

Le secteur d'activité **Gourmet & Spécialités (Food Service)**, qui propose des produits spéciaux aux clients artisanaux tels que les chocolatiers, confiseurs, hôteliers et

restaurateurs, a réalisé un chiffre d'affaires en progression de 10 pour cent à 636,5 millions de CHF. La raison principale de cette progression du chiffre d'affaires se trouve dans la croissance supérieure à la moyenne des spécialités Premium. C'est ainsi que ce secteur d'activités – sciemment le plus fortement encouragé – contribue déjà 25 pour cent du chiffre d'affaires du groupe. Pour les prochaines années, Barry Callebaut s'est fixé un objectif de croissance supérieur à celui du marché dans son ensemble. Le groupe estime que l'Amérique du Nord et du Sud offrent du potentiel supplémentaire. Des chances s'offrent aussi en raison de la tendance favorable à une alimentation saine ou favorisant la santé, ainsi qu'aux produits qui ne nécessitent pas d'opérations de transformation supplémentaires de la part des utilisateurs professionnels ou privés (Convenience Food).

Les chiffres du secteur Gourmet & Spécialités intègrent les **Produits pour les consommateurs (Consumer Products)**, segment rendu indépendant en juillet 2001. Il comprend des produits spéciaux commercialisés par des canaux de distribution sélectionnés dans certains pays d'Europe et d'Afrique et qui constituent un complément aux segments stratégiques de clients.

Les produits principaux du secteur d'activités **Cacao & Sourcing (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products)** sont la masse de cacao, le beurre de cacao et la poudre de marque. Une moitié de la production est livrée à des clients tiers, l'autre moitié étant transformée par le groupe lui-même. Le chiffre d'affaires réalisé avec les clients tiers a augmenté de 12 pour cent à 495,5 millions de CHF ou 19 pour cent du chiffre d'affaires total, alors que les volumes vendus reculaient de 3 pour cent. Ceci résulte de prix supérieurs pour le cacao en poudre, de ventes de fèves de cacao ainsi que d'une réduction consciente des ventes aux tiers. Dans le domaine du Sourcing, il a été possible de réduire une nouvelle fois les coûts grâce à la centralisation ces dernières années de l'approvisionnement pour le monde entier. Afin de diversifier encore les risques sur le plan géographique, Barry Callebaut a ouvert un nouveau centre de production au Ghana. Afin de pouvoir profiter du potentiel de produits Premium profitables, le groupe a forcé l'approvisionnement direct de cacao organique auprès des producteurs et de petites coopératives, afin de s'assurer un approvisionnement régulier de fèves de cacao de qualité supérieure.

Développement des marchés

Au cours de l'exercice sous revue, la conjoncture mondiale s'est surtout ralentie pendant le dernier trimestre.

Avec un volume de ventes de 481'024 tonnes (61 pour cent du total), **l'Europe occidentale** représente le plus important marché de Barry Callebaut. Le chiffre d'affaires a progressé de 4 pour cent par rapport à l'exercice précédent. Un centre de distribution a été inauguré à Aalst en Belgique, où tous les produits fabriqués en Europe peuvent être stockés correctement avant d'être livrés dans le monde entier. L'usine de Drongen en Belgique sera fermée d'ici à la fin de l'année 2001, ce qui permettra d'encore mieux exploiter les capacités de production existant ailleurs. En **Europe orientale** (4 pour cent du total), le chiffre d'affaires a baissé de 2 pour cent. L'échange de recettes entre les différents sites de production doit être encore encouragé, ce qui permettra de réaliser de nouvelles ventes à des prix concurrentiels.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 10 pour cent en **Amérique** (Amérique du Nord et du Sud). La quote-part du continent américain par rapport au volume total se monte à 27 pour cent ou 215'743 tonnes. Barry Callebaut a réussi à conquérir de nouvelles parts de marché et à profiter de la progression de la préoccupation de la santé en Amérique du Nord en accroissant ses ventes de produits offrant un avantage supplémentaire correspondant (par ex. les produits bio, sans sucre, sans graisse et sans OGM).

Les ventes dans la zone **Asie/Pacifique** ont augmenté de 3 pour cent. La proportion du chiffre d'affaires global se monte à 25'164 tonnes ou 3 pour cent. Barry Callebaut estime toujours que ces pays offrent de grandes chances commerciales.

L'Afrique a enregistré une progression de 23 pour cent de son chiffre d'affaires, ceci principalement suite à la consolidation pendant toute l'année de Van Houten. Le groupe entretient maintenant ses propres sites de production au Sénégal, au Cameroun et en Côte d'Ivoire. Au **Proche et au Moyen-Orient**, Barry Callebaut a dû faire face en partie à une forte concurrence au niveau de la qualité et des prix. Le volume des ventes est néanmoins resté stable. La région a contribué 5 pour cent ou 35'893 tonnes au chiffre d'affaires global.

Concentration stratégique en vue d'assurer une croissance durable

A l'avenir, Barry Callebaut entend continuer d'encourager de manière spécifique les produits et services de qualité dans le domaine du chocolat et des gourmets. Le secteur **Chocolats pour les clients industriels (Food Manufacturers)** va se concentrer sur le renforcement du leadership en matière de prix, combiné avec l'offre de nouvelles prestations de service. Le secteur **Gourmet & Spécialités (Food Service)** insiste surtout sur l'encouragement forcé de produits et de services innovateurs, de qualité supérieure et rapportant une bonne marge. Le secteur **Cacao & Sourcing (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products)** vise à réduire la proportion des affaires avec des produits de cacao pour des clients tiers, tout en maintenant le savoir-faire existant tout au long de la chaîne de création de valeur en assurant la production pour les besoins propres du groupe. Ceci permettra de réduire encore la dépendance face aux variations des prix des produits semi-finis. Le but de ces mesures est de garantir au groupe dans son ensemble une croissance qualitative durable.

Créance fiscale en Côte d'Ivoire

Au cours de l'exercice sous revue, la Côte d'Ivoire a fait valoir face à la filiale locale de Barry Callebaut une créance fiscale pour les années 1998-2000 d'un montant de 247 millions de CHF, créance fiscale dont le groupe avait déjà parlé en annonçant ses résultats semestriels. Barry Callebaut estime que cette créance n'est pas justifiée et il est décidé à s'y opposer, au besoin en activant toutes les voies de recours juridiques. Des négociations à ce sujet sont encore en cours.

Propositions à l'Assemblée générale

Lors de l'Assemblée générale du 13 décembre 2001, MM. Klaus J. Jacobs et Gaudenz Staehelin mettront un terme à leurs mandats de membres du Conseil d'administration de Barry Callebaut AG. Le Conseil d'administration propose à l'Assemblée générale d'élire au Conseil d'administration M^e Christian Jacobs, résidant à Hambourg/ Allemagne, président désigné du Conseil d'administration de KJ Jacobs AG, et Monsieur Rolando Benedick, résidant à Bâle / Suisse, CEO de Manor AG. Par ailleurs, le Conseil d'administration propose à l'Assemblée générale d'augmenter le dividende en le portant de 6.50 CHF à 6.70 CHF par action nominative.

Perspectives

Pour l'exercice 2001/02, Barry Callebaut table sur une poursuite du renforcement de la rentabilité opérationnelle. Il n'est cependant pas possible de conclure valablement sur les conséquences à court terme de l'actuel ralentissement conjoncturel. Compte tenu de l'évolution structurelle persistant dans l'industrie du cacao et du chocolat, Barry Callebaut est toutefois convaincu avoir choisi le bon positionnement avec les mesures prises.

Contacts

pour les investisseurs et les analystes financiers :

Ralph Schmitz-Dräger, CFO
Barry Callebaut AG
tél. +41 1 388 61 42
fax +41 1 388 61 53

pour les médias :

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
tél. +41 1 388 61 60
fax +41 1 388 61 53

Barry Callebaut :

Avec un chiffre d'affaires annuel de 2.5 milliards de CHF, Barry Callebaut est le leader mondial des fabricants de produits de cacao et de chocolat de qualité supérieure. L'entreprise transforme 14 pour cent de la récolte mondiale de fèves de cacao, entretient 24 sites de production dans 16 pays et occupe quelque 5'000 collaboratrices et collaborateurs. L'entreprise est subdivisée en quatre secteurs stratégiques : Cacao & Sourcing (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products), Chocolats pour les clients industriels (Food Manufacturers), Gourmet & Spécialités (Food Service) ainsi que – depuis le mois de juillet – les Produits pour les consommateurs dans des marchés et canaux de distribution sélectionnés (Consumer Products).

Barry Callebaut fournit ses produits de cacao et de chocolat à une clientèle comprenant des transformateurs professionnels, tels que les fabricants d'articles de marque mondialement connus, qui utilisent ses produits pour la fabrication de chocolat, de confiseries, de biscuits, de produits laitiers, de glaces et de céréales de petit-déjeuner, aussi bien que des transformateurs artisanaux, tels que les chocolatiers, confiseurs, boulangers, hôteliers et restaurateurs. En complément, Barry Callebaut propose également à ses clients des services dans les domaines du développement, de la transformation, de la formation et du marketing.

La société holding Barry Callebaut AG est inscrite depuis juin 1998 au tableau du SWX Swiss Exchange (symbole BARN). Le capital-actions entièrement libéré se monte à 517 millions de CHF, subdivisé en actions nominatives d'une valeur nominale de 100 CHF. Le 31 août 2001, jour de clôture de l'exercice 2000/2001, la capitalisation boursière était de 1,085 milliards de CHF.

Indicateurs

en CHF		% de variation 2000/01	2000/01	1999/00
Chiffre d'affaires	CHF mio.	+6%	2,548.6	2,410.4
Volume de ventes	tonnes	+5%	787,302	752,040
EBITDA (1)	CHF mio.	+11%	266.2	240.3
Résultat d'exploitation (EBIT)	CHF mio.	+13%	168.0	148.7
Résultat net (PAT)	CHF mio.	+8%	97.1	90.0
Cash-flow (2)	CHF mio.	+8%	195.3	181.6
Total du bilan	CHF mio.	-8%	2,042.2	2,218.9
Actif circulant net	CHF mio.	-14%	765.9	894.3
Immobilisations	CHF mio.	-8%	823.1	894.0
Endettement net	CHF mio.	-24%	786.2	1,029.2
Fonds propres	CHF mio.	+7%	697.4	648.8
Rendement du capital utilisé (ROCE) (3)	%	+4%	14.0%	13.5%
Rendement du capital investi (ROE)	%	+0%	13.9%	13.9%
EBIT par tonne	CHF	+8%	213.4	197.8
Ratio d'endettement	%	-29%	112.7%	158.6%
EBITDA par action	CHF	+11%	51.5	46.5
Bénéfice par action	CHF	+8%	18.8	17.4
Dividende par action (4)	CHF	+3%	6.7	6.5
Effectif		-5%	4,911	5,158

- (1) EBIT + dotation aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles (y compris du Goodwill)
(2) Résultat net + dotation aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles (y compris du Goodwill)
(3) EBITA / moyenne (capital engagé – goodwill)
(4) Sur la base d'une proposition de dividende de CHF 6,70 pour l'exercice 2000/01