

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Ventes pour les trois premiers mois de l'exercice 2018/19

Début solide et nouveaux objectifs à moyen terme

- Hausse de +1,7 % du volume des ventes, après une très forte progression (+8.0 %) lors de l'exercice précédent
- Chiffre d'affaires de CHF 1 881,4 millions, en hausse de +3,7 % en monnaies locales
- Sur la bonne voie pour atteindre les objectifs fixés à moyen terme se terminant avec l'exercice 2018/19¹
- Perspectives d'avenir confiantes, comme en témoigne la publication de nouveaux objectifs pour la période de trois ans de 2019/20 à 2021/22, coïncidant avec les objectifs à moyen terme précédents et en moyenne : croissance du volume de +4 à 6 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales

Zurich/Suisse, le 23 janvier 2019 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Comme nous l'avions anticipé en novembre, le nouvel exercice a débuté de manière solide après une très forte progression enregistrée au cours de l'exercice précédent. Nous tablons sur une reprise de la dynamique des ventes au cours du second semestre de l'exercice en raison de la concrétisation de volumes supplémentaires liés à de nouveaux accords d'externalisation dans l'ensemble des régions, ainsi qu'aux innovations lancées récemment. Notre mix de produits favorable et notre portefeuille solide nous donnent l'assurance d'être sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs à moyen terme actuels pour la période se terminant avec l'exercice 2018/19. »

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice		Variation en %		3 mois au 30 nov. 2018	3 mois au 30 nov. 2017
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		1.7%	541 109	532 165
Chiffre d'affaires	mio. CHF	3,7%	0.5%	1 881,4	1 872,2

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré une augmentation du volume de ses ventes de +1,7 % à 541 109 tonnes au cours du premier trimestre de l'exercice 2018/19 (se terminant le 30 novembre 2018), après une très forte croissance du volume (+8.0 %) au même trimestre de l'exercice précédent et surpassant le marché mondial des confiseries chocolatées.² La croissance du volume a été soutenue par les régions Amériques (+8,0 %) et Asie-Pacifique (+3,8 %). La région EMEA a affiché des volumes stables (-0,1 %) au premier trimestre, après une progression à deux chiffres (+10,3 %) au premier trimestre de l'exercice précédent. Le Groupe table, pour les prochains trimestres, sur une accélération apportée par les accords d'externalisation récemment signés, notamment avec Burton's et GarudaFood. Le chiffre d'affaires de Barry Callebaut s'est élevé à CHF 1 881,4 millions, soit une augmentation de +3,7 % en monnaies locales (+0,5 % en CHF), dépassant la croissance du volume, principalement grâce à un mix de produits plus favorable.

¹ En moyenne pour la période 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 Le marché mondial des confiseries chocolatées a progressé de +1,4 % en volume. Source : Nielsen, d'août à octobre 2018

Nouveaux objectifs à moyen terme pour la période de trois ans de 2019/20 à 2021/22

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Nos résultats des trois dernières années ont confirmé la puissance de notre stratégie de 'croissance intelligente'. À l'avenir, nous restons déterminés à générer une croissance du volume constante, supérieure au marché, et à améliorer la rentabilité. Une tendance persistante à l'externalisation, comme en témoignent les accords signés récemment, la croissance dynamique sur les marchés émergents, notre activité Gourmet attractive, ainsi que notre puissance d'innovation fournissent de nombreux leviers pour la croissance future. Tous ces éléments nous donnent la confiance pour publier de nouveaux objectifs à moyen terme qui coïncident avec nos objectifs à moyen terme précédents, à savoir une croissance du volume de 4 à 6 % et un EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales en moyenne pour la période de trois ans de 2019/20 à 2021/22, sous réserve d'événements majeurs imprévus. »

Le Groupe communiquera de plus amples informations sur sa stratégie de croissance et son modèle commercial lors de la Journée des investisseurs qui se tiendra le 16 avril 2019, à Wieze (Belgique).

Étapes stratégiques clés durant les trois premiers mois de l'exercice 2018/19

- **Expansion** : Début décembre 2018, Barry Callebaut a finalisé sa transaction avec Burton's Biscuit Company au Royaume-Uni, l'un des plus grands marchés de confiseries chocolatées d'Europe. Cette transaction comprend un accord à long terme portant sur la fourniture annuelle de plus de 12 000 tonnes de chocolat et de pâte à glacer, qui a commencé après la signature en décembre 2018, ainsi que l'acquisition de capacités de production supplémentaires au Royaume-Uni. La transaction positionne Barry Callebaut comme le partenaire idéal établi dans ce pays pour satisfaire la demande croissante des clients britanniques dans tous les scénarios possibles pour le Brexit. Par ailleurs, en novembre 2018, Barry Callebaut et Garudafood ont renforcé leur partenariat d'approvisionnement existant en Indonésie, 4^e pays le plus peuplé au monde, et ont signé un accord à long terme pour la fourniture annuelle de 7 000 tonnes de pâte à glacer supplémentaires, qui commencera en milieu d'année 2019. En octobre 2018, Barry Callebaut a signé un accord visant à acheter Inforum, producteur de chocolat, d'enrobages et de produits de fourrage B2B de premier plan en Russie. Cette acquisition stratégique, qui devrait être finalisée prochainement, consolidera la présence de Barry Callebaut sur ce marché à forte croissance, deuxième plus grand marché des confiseries chocolatées au monde.
- **Innovation** : Après l'intégration fructueuse de Gertrude Hawk Ingredients (GHI), Barry Callebaut tire à présent parti du portefeuille unique de produits de décoration et d'inclusion de GHI auprès de clients nouveaux et existants. Eclipse by Callebaut, un chocolat au lait belge contenant seulement 1 % de sucre ajouté, sans édulcorant ni agent de remplissage, permet aux chefs et aux pâtisseries de réduire de 20 à 50 % la teneur en sucre des desserts chocolatés et des pâtisseries. Cacao Barry Pureté, une nouvelle gamme de produits chocolatés utilisant 100 % de chocolat traçable, a reçu un très bon accueil de la part des clients. Un an après le lancement de KITKAT® Sublime® Ruby, Nestlé a ajouté récemment ruby, la quatrième variété de chocolat, à ses chocolats haut de gamme « Les recettes de l'atelier ». Le chocolat ruby est déjà disponible dans 40 pays. Enfin, en novembre 2018, Barry Callebaut a lancé CHOCOLATE ACADEMY™ Online, la première plateforme d'apprentissage en ligne au monde destinée aux professionnels du chocolat.
- **Production durable** : Le 7 décembre 2018, Barry Callebaut a publié son rapport d'activité Forever Chocolate 2017/18. Les points marquants comprennent le fait que Barry Callebaut s'est approvisionné auprès de sources durables pour 44 % du cacao et 44 % de l'ensemble des autres matières premières utilisés. Le Groupe a également distribué plus de 2,1 millions de plants de

cacao pour remplacer les vieux cacaoyers et quelque 400 000 arbres d'ombrage pour améliorer les rendements et les revenus des producteurs de cacao. En outre, 24 % des usines du Groupe sont à présent alimentées en énergie renouvelable. La version intégrale du rapport est disponible à l'adresse <https://forever-chocolate.barry-callebaut.com>. En novembre 2018, un partenariat stratégique a été annoncé entre Barry Callebaut, Tony Chocolonely et Albert Heijn, le plus grand distributeur des Pays-Bas : il vise à développer l'approvisionnement en cacao durable et totalement traçable, ce qui représente une évolution importante pour faire en sorte que le chocolat durable devienne la norme dans le secteur d'ici 2025.

Performance par région/segment

Région EMEA³ – Développement stable après un exercice précédent très fort

Dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique), la croissance du volume des ventes de Barry Callebaut est restée stable à 248 053 tonnes (-0,1 %), après une augmentation à deux chiffres (+10,3 %) au cours de l'exercice précédent et du fait de l'importance accrue accordée à des volumes plus rentables dans le segment Clients industriels. L'activité Boissons, qui représente une part essentielle du portefeuille Gourmet & Spécialités, a été réduite en vue d'un recentrage sur des activités plus rentables. Avec l'arrivée des nouveaux volumes liés à l'externalisation, le volume des ventes devrait progresser dans la région EMEA au cours des prochains mois.

Le chiffre d'affaires de la région EMEA a atteint CHF 803,7 millions, restant stable à -0,1 % en monnaies locales (-3,7 % en CHF) et coïncidant avec la croissance du volume des ventes.

Région Amériques⁴ – Fort début du nouvel exercice

La région Amériques a connu un fort début avec une croissance de +8,0 % du volume des ventes à 147 909 tonnes, emmenée par les segments Clients industriels et Gourmet et surpassant nettement la croissance du marché régional⁴. En Amérique du Nord, le segment Clients industriels a bénéficié de bons volumes avec les comptes nationaux et les comptes d'entreprises. En Amérique du Sud, le segment Gourmet a poursuivi sa progression à deux chiffres. Aux États-Unis, la consolidation du marché qui a lieu actuellement devrait fournir de nouvelles opportunités pour alimenter la croissance de la région Amériques, ce qui renforcera la dynamique positive du Groupe.

Le chiffre d'affaires s'est inscrit en hausse de +12,2 % en monnaies locales (+11,3 % en CHF), s'établissant à CHF 479,6 millions.

Région Asie-Pacifique⁵ – Départ solide au vu de la croissance à deux chiffres enregistrée pour la même période de l'exercice précédent

La région Asie-Pacifique a enregistré une croissance de +3,8 % du volume de ses ventes, à 27 482 tonnes, contre +17,4 % pour la même période de l'exercice précédent. Les comptes régionaux du segment Client industriels ont maintenu leur robuste progression, tandis que les comptes d'entreprises connaissaient un démarrage plus lent. Dans le segment Gourmet, la croissance à deux chiffres du volume s'est poursuivie dans les deux principaux marchés de la Région, la Chine et le Japon. Le Groupe table sur une accélération de la dynamique des volumes au second semestre de l'exercice grâce aux volumes supplémentaires liés à l'externalisation et à une meilleure stratégie de distribution pour le segment Gourmet.

Le chiffre d'affaires a augmenté de +1,9 % en monnaies locales (+1,2 % en CHF), à CHF 98,4 millions.

³ Croissance en volume du marché régional des confiseries chocolatées : +0,4 % Source : Nielsen, d'août à octobre 2018

⁴ Croissance en volume du marché régional des confiseries chocolatées : +1,2 % Source : Nielsen, d'août à octobre 2018

⁵ Croissance en volume du marché régional des confiseries chocolatées : +8,7 % Source : Nielsen, d'août à octobre 2018

Global Cocoa – Poursuite de la normalisation de la croissance des volumes

Comme prévu et annoncé précédemment, les volumes vendus à des clients tiers se stabilisent, reflétant l'augmentation des besoins propres du Groupe pour les produits à base de cacao. Au cours du premier trimestre, les volumes vendus à des clients tiers ont reculé de -2,4 % à 117 665 tonnes, contre +7,4 % pour la même période de l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires a progressé de +2,8 % en monnaies locales (-1,9 % en CHF), pour atteindre CHF 499,7 millions, principalement grâce à un mix de produits plus favorable.

Évolution des prix des principales matières premières

De septembre 2018 à novembre 2018, les prix du **cacao** à Londres ont baissé de -4,1 %, passant de GBP 1 688 la tonne le 31 août 2018 à GBP 1 620. Toutefois, pour le premier trimestre de l'exercice en cours, le prix moyen des fèves de cacao a augmenté de +3,9 % par rapport à la même période de l'exercice précédent. Grâce à une bonne récolte en octobre et à des rendements particulièrement élevés en novembre, les fondamentaux semblent solides pour le principal producteur de Côte d'Ivoire.

Les prix des autres principales matières premières ont connu une évolution contrastée. D'un côté, les prix du **sucre** ont augmenté, surtout en Europe (+19,3 %), en raison d'une récolte très médiocre liée à la chaleur estivale. Les prix mondiaux du sucre affichent une hausse de +8,9 %. D'un autre côté, les prix des **produits laitiers** ont reculé de -1,7 % au début de l'exercice, mais une récente chute de la production de lait est venue ralentir cette tendance.

Calendrier de l'exercice 2018/19 (1^{er} septembre 2018 – 31 août 2019) :

Résultats semestriels 2018/19	11 avril 2019
Journée des investisseurs	16 avril 2019
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2018/19	11 juillet 2019
Résultats annuels 2018/19	6 novembre 2019
Assemblée générale annuelle 2018/19	11 décembre 2019

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,9 milliards (EUR 6,0 milliards / USD 7,1 milliards) environ pour l'exercice 2017/18, 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 quelque 60 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 11 500 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 du chocolat durable la norme d'ici 2025 afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons dans son objectif de façonner un futur du cacao et du chocolat ancré dans la durabilité.

Suivez le groupe Barry Callebaut:[*Twitter*](#)[*LinkedIn*](#)[*Facebook*](#)[*YouTube*](#)[*Flickr*](#)**Contact****Médias:**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Phone: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers:

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

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice				3 mois au 30 nov. 2018	3 mois au 30 nov. 2017
		Variation en %			
		en monnaies locales	in CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		1.7%	541 109	532 165
Chiffre d'affaires	mio. CHF	3.7%	0.5%	1 881,4	1 872,2
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(0.1%)	248 053	248 184
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(0.1%)	(3.7%)	803,7	834,6
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		8,0%	147 909	136 981
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12.2%	11,3%	479,6	430,8
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		3,8%	27 482	26 467
Chiffre d'affaires	mio. CHF	1,9%	1,2%	98,4	97,2
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(2.4%)	117 665	120 533
Chiffre d'affaires	mio. CHF	2.8%	(1.9%)	499,7	509,6
Par groupe de produits					
Volume des ventes			1.7%	541 109	532 165
Produits à base de cacao	Tonnes		(2.4%)	117 665	120 533
Produits pour clients industriels	Tonnes		3,0%	357 182	346 843
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		2,3%	66 262	64 789
Chiffre d'affaires		3.7%	0.5%	1 881,4	1 872,2
Produits à base de cacao	mio. CHF	2.8%	(1.9%)	499,7	509,6
Produits pour clients industriels	mio. CHF	4,0%	1.9%	1 067,3	1 047,6
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	4,0%	(0.2%)	314,4	315,0