



Communiqué de presse

Barry Callebaut: ventes au premier trimestre de l'exercice 2008/09 Barry Callebaut continue d'augmenter ses ventes dans un environnement économique âpre

- Augmentation du volume des ventes de 2,0% à 338'513 tonnes
- Progression du chiffre d'affaires de 7,2% en devises locales et de 0,7% à CHF 1'429,1 millions dans la devise de référence (CHF)
- Maintien de la rentabilité grâce à des marges plus élevées et un contrôle des coûts strict
- Confirmation des objectifs financiers à quatre ans 2007/08 - 2010/11¹

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2008/09

GROUPE		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Volume des ventes	t	2.0	338'513	331'916
Chiffre d'affaires	mio	0.7	1'429.1	1'419.4
<i>en monnaies locales</i>	CHF	7.2	1,521.1	

Zurich/Suisse, 21 janvier 2009 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a poursuivi sa croissance au premier trimestre au 30 novembre 2008 de l'exercice 2008/09 dans un environnement économique âpre.

Les taux de croissance favorables des deux premiers mois du trimestre ont été contrebalancés par la faiblesse de la demande au cours du troisième. En effet, en novembre 2008, toute l'industrie chocolatière a été confrontée à un fléchissement des marchés. La demande s'est affaïssée tandis que la clientèle s'est mise à passer ses commandes à plus court terme. La crise financière a contraint industriels, artisans et distributeurs à réduire leurs stocks afin d'améliorer leurs bilans de fin d'année. En dépit de cette dynamique de marché extraordinaire et d'une politique de crédit plus stricte à l'égard de la clientèle, Barry Callebaut a augmenté le volume des ventes, au premier trimestre, de 2,0% à 338'513 tonnes, et le chiffre d'affaires de 7,2% en devises locales. En raison de fluctuations de change défavorables, en particulier de l'appréciation du franc suisse contre l'euro, la livre sterling et le dollar, l'augmentation du chiffre d'affaires, dans la devise de référence (CHF), a été de 0,7% à CHF 1'429,1 millions. Une bonne croissance dans les marchés émergents d'Europe orientale et d'Asie, conjugués à des gains de parts de marché en Amérique du Nord, ont contribué à compenser le recul des ventes dans les marchés matures d'Europe occidentale.

Perspectives

«Barry Callebaut est parvenu à accroître ses affaires au premier trimestre en dépit de conditions de marché exigeantes,» a déclaré Patrick De Maeseineire, CEO de Barry Callebaut. «Après un mois de novembre inhabituellement faible, nous avons assisté à une reprise marquée des commandes en décembre. Notre expansion dans des marchés à forte croissance s'avère payante. Pour le reste de l'année, nous nous attendons à une bonne évolution des marchés émergents et d'Amérique du Nord. En outre, nos volumes en sous-traitance vont s'accroître suite à l'entrée en jeu, en janvier 2009, de nouvelles capacités de production au Mexique et au Japon. Les mesures de rationalisation introduites en janvier

¹ Objectifs de croissance moyens pour 2007/08-2010/11: volume des ventes: 9-11%, EBIT: 11-14%, bénéfice net: 13-16%, sous réserve d'événements majeurs imprévus



Communiqué de presse

2008 et la diminution du coût de certains intrants ont conduit à des marges plus élevées. Bien qu'il faille s'attendre à ce que les clients et les consommateurs restent prudents, en particulier dans les marchés matures d'Europe occidentale, nous pensons qu'avec notre stratégie basée sur l'expansion géographique, l'innovation et le leadership des coûts, nous sommes en bonne position pour surmonter l'âpreté de l'environnement économique. Par conséquent, nous restons convaincus de pouvoir atteindre nos objectifs financiers à quatre ans¹».

Vue d'ensemble des ventes par régions pour le premier trimestre 2008/09

Région Europe

Pendant la période sous revue, la région Europe a vu un déclin du volume des ventes de 4,1% à 230'824 tonnes. En devises locales, le chiffre d'affaires a progressé de 0,5%, alors que dans la devise de référence, il a reculé de 6,3% à CHF 1'030,6 millions. La persistance d'une croissance à deux chiffres en Europe orientale n'a pas suffi à compenser le ralentissement dans plusieurs marchés d'Europe occidentale, le fléchissement conjoncturel ayant entraîné une chute des dépenses de consommation.

Le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** a dû faire face, en Europe, au double défi du recul des dépenses de consommation et du déstockage généralisé dans la branche. La reprise d'un client, le fabricant français de chocolat Jacquot, par l'un des concurrents de Barry Callebaut a également contribué au déclin général du volume. Le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** a, lui aussi, subi une diminution des ventes en Europe occidentale, suite au fléchissement des dépenses dans la restauration. Par contre, la demande de la clientèle artisanale d'Europe orientale s'est maintenue à un niveau élevé, de sorte que le chiffre d'affaires a affiché une croissance à deux chiffres. La vente, l'an dernier, de Wurzener Dauerbackwaren a affecté le chiffre d'affaires du secteur d'activités **Produits pour les consommateurs Europe**. Sur une base constante, le chiffre d'affaires a légèrement augmenté. Les activités de Barry Callebaut sous labels de clients ont augmenté car devenant plus sensibles aux prix, les consommateurs ont porté leur choix sur de tels produits.

Région Amériques

Le volume des ventes dans la région Amériques s'est accru de 13,6% à 82'497 tonnes. Des volumes plus élevés, un meilleur mixe de produits et certaines augmentations de prix ont débouché sur une impressionnante augmentation de 30,6% du chiffre d'affaires en devises locales. En francs suisses, l'augmentation a été de 24,6% à CHF 294,8 millions.

La progression substantielle du secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** provient en partie des volumes livrés à des partenaires en sous-traitance aux termes de contrats d'approvisionnement existants et en partie aussi de gains de parts de marché. La vigoureuse performance du secteur d'activités contraste avec la forte baisse des ventes de détail en Amérique du Nord. Barry Callebaut s'attend à ce que le volume continue d'augmenter, compte tenu du démarrage de la production de la nouvelle usine de chocolat au Mexique. Par sa taille, cette usine est la troisième de Barry Callebaut. Elle est aussi une porte ouverte sur l'Amérique centrale et du Sud. Le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** a enregistré une bonne croissance de «Van Leer», sa marque locale. Elle a compensé la diminution de la demande de produits Gourmet importés, les clients devenant plus sensibles aux prix. Les deux secteurs d'activités ont maintenu de fortes performances de vente, en dépit d'un environnement de marché difficile, ce qui souligne la force des activités de Barry Callebaut dans les Amériques.



Communiqué de presse

Région Asie & reste du monde

Le volume des ventes dans la région Asie & reste du monde a bondi de 36,2% à 25'192 tonnes, malgré l'effet de la vente, l'an dernier, des affaires Produits pour les consommateurs Afrique. Pendant plusieurs semaines, la croissance a été freinée par la diminution des exportations de Chine en relation avec le scandale de la poudre de lait à la mélanine. Le chiffre d'affaires de la région, en devises locales, s'est accru de 27,9%, et en francs suisses, de 24,8% à CHF 103,7 millions.

Le volume du secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** Asie a été soutenu par l'évolution favorable des ventes en Chine, sous l'effet de l'augmentation des capacités d'utilisation de la nouvelle usine de chocolat de ce pays. Les livraisons au fabricant japonais de confiserie Morinaga ont commencé en janvier 2009, comme prévu, dans le cadre d'un accord d'approvisionnement à long terme. **Gourmet & Spécialités** a continué de bénéficier d'une bonne demande mais on a constaté un transfert des marques importées d'Europe vers des marques de chocolat artisanal produites sur place, telles que «Van Houten Professional».

Chiffres-clés des ventes par régions pour le premier trimestre 2008/09

EUROPE		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Volume des ventes	t	-4.1	230'824	240'793
Chiffre d'affaires	mio	-6.3	1'030.6	1'099.7
<i>en monnaies locales</i>	CHF	0.5	1,105.7	

AMÉRIQUES		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Volume des ventes	t	13.6	82'497	72'623
Chiffre d'affaires	mio	24.6	294.8	236.6
<i>en monnaies locales</i>	CHF	30.6	309.1	

ASIE/reste du monde		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Volume des ventes	t	36.2	25'192	18'500
Chiffre d'affaires	mio	24.8	103.7	83.1
<i>en monnaies locales</i>	CHF	27.9	106.3	

Développement des segments d'affaires au premier trimestre de l'exercice 2008/09

Segment Affaires industrielles

Le segment Affaires industrielles se concentre sur la vente de produits à base de cacao et de chocolat destinés aux industriels et aux fabricants de biens de consommation dans le monde. Il comprend les secteurs d'activités Chocolat pour clients industriels et Approvisionnement global & Cacao.

Le secteur d'activités Approvisionnement global & Cacao a enregistré une croissance à deux chiffres du volume, les ventes ayant été augmentées pour profiter de marges plus grandes. Quant au secteur d'activités Chocolat pour clients industriels, il a connu des dynamiques de croissance diverses selon les régions. La faiblesse des ventes en Europe occidentale a été compensée par une demande plus forte dans les Amériques et en Asie.



Communiqué de presse

Segment Services alimentaires/Commerce de détail

Le segment Services alimentaires/Commerce de détail comprend une vaste clientèle allant des artisans locaux (chocolatiers, pâtisseries, boulangers, hôtels, restaurants, traiteurs) à la grande distribution mondiale. Il comprend les secteurs d'activités Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs.

Un transfert des marques européennes importées vers des marques de chocolat artisanal moins coûteuses et produites sur place ont conduit à une légère diminution du chiffre d'affaires du secteur d'activités **Gourmet & Spécialités**. Le secteur d'activités **Produits pour les consommateurs** a enregistré un accroissement de ses activités sous labels de clients, les consommateurs étant devenus plus sensibles aux prix. Ajusté des cessions et de l'effet des fluctuations de change, le chiffre d'affaires a légèrement augmenté.

Chiffres-clés des ventes par segments pour le premier trimestre 2008/09

SEGMENT INDUSTRIEL		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Volume des ventes	t	5.8	268'086	253'456
Chiffre d'affaires en monnaies locales	mio CHF	6.2 12.8	980.8 1,042.0	923.9

SERVICES ALIMENT/ COMM. DE DÉTAIL		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2008	Trois mois au 30 nov. 2007
Chiffre d'affaires en monnaies locales	mio CHF	-9.5 -3.3	448.3 479.1	495.5

* * *

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Avec un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4,8 milliards pour l'exercice 2007/08, le Groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de la fève de cacao au produit fini sur les rayons des magasins. Présent dans 26 pays, Barry Callebaut possède quelque 40 sites de production et occupe environ 7'000 personnes. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les pâtisseries et les boulangers, ainsi qu'à la grande distribution. Il fournit aussi une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, des processus de fabrication, de la formation et du marketing.

* * *

Calendrier de l'exercice 2008/09 (du 1^{er} septembre 2008 au 31 août 2009):

Résultats du premier semestre 2008/09:	2 avril 2009, Zurich
chiffres clés des neuf premiers mois 2008/09:	25 juin 2009
Résultats annuels 2008/09:	12 novembre 2009, Zurich
Assemblée générale annuelle 2008/09:	8 décembre 2009, Zurich

* * *



Communiqué de presse

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers: Pour les médias:

Simone Lalive, Head of IR
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 23
simone_lalive@barry-callebaut.com

Josiane Kremer, Corp.Communications
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 58
josiane_kremer@barry-callebautcom



Communiqué de presse

Chiffres-clés du Groupe Barry Callebaut (non révisés)

en CHF		Variation (%)	3 mois au 30 novembre 2008	3 mois au 30 novembre 2007
Ventes par régions				
Volume des ventes	t	2.0	338'513	331'916
- Région Europe	t	-4.1	230'824	240'793
- Région Amériques	t	13.6	82'497	72'623
- Région Asie & r. du m.	t	36.2	25,192	18,500
Chiffre d'affaires en monnaies locales				
Chiffre d'affaires	mio CHF	0.7	1'429.1	1'419.4
- Région Europe	moi CHF	-6.3	1'030.6	1'099.7
- Région Amériques	mio CHF	24.6	294.8	236.6
- Région Asie & r. du m.	mio CHF	24.8	103.7	83.1
Ventes par segments d'affaires				
Segment Affaires industrielles				
Volume des ventes	t	5.8	268'086	253'456
- Cacao	t	36.4	50'431	36'981
- Chocolat pour clients industriels	t	0.5	217'655	216'475
Chiffre d'affaires	mio CHF	6.2	980.8	923.9
- Cacao	mio CHF	41.6	199.4	140.8
- Chocolat pour clients industriels	mio CHF	-0.2	781.4	783.1
Segment Services alimentaires/Commerce de détail				
Chiffre d'affaires	mio CHF	-9.5	448.3	495.5
- Gourmet & Spécialités	mio CHF	-7.4	186.6	201.6
- Produits pour consommateurs	mio CHF	-10.9	261.7	293.9