



News Release

Barry Callebaut: ventes des neuf premiers mois de l'exercice 2008/09:

La croissance reprend son élan dans des marchés en récession

- Troisième trimestre: en hausse de 8,8%, le volume des ventes a repris de l'élan
 - 9 premiers mois: progression du volume des ventes de 2,6% à 895'391 tonnes
- Troisième trimestre: augmentation du chiffre d'affaires de 10,2% en monnaies locales (+ 7,1% en francs suisses)
 - 9 premiers mois: croissance du chiffre d'affaires de 6,3% en monnaies locales; il a atteint CHF 3'639,6 millions (+ 0,9% en francs suisses)
- Barry Callebaut confirme ses objectifs financiers¹

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2008/09

GROUPE		Variation (%)	Neuf mois au 31 mai 2009	Neuf mois au 31 mai 2008
Volume des ventes	t	2,6%	895'391	872'993
Chiffre d'affaires en monnaies locales	mio CHF	0,9% 6,3%	3'639,6	3'608,6

Zurich/Suisse, 25 juin 2009 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a publié aujourd'hui ses chiffres-clés de ventes pour les neuf premiers mois au 31 mai 2009 de l'exercice 2008/09. En progression de 2,6% à 895'391 tonnes pour les neuf mois sous revue, le volume des ventes a repris de l'élan, après avoir atteint un creux en novembre 2008. Au troisième trimestre, le volume des ventes s'est notablement accéléré dans toutes les régions et tous les domaines pour afficher une augmentation de 8,8%, contrastant fortement avec le recul du marché mondial du chocolat. Cette croissance du volume des ventes est due à plusieurs facteurs: fêtes de Pâques tardives, besoin de restockage des fabricants, artisans et distributeurs, développement dynamique de nouveaux marchés et poursuite de la mise en place de contrats de sous-traitance. Pendant la période sous revue, le chiffre d'affaires, en monnaies locales, s'est accru de 6,3%, entraîné par l'augmentation des volumes et la hausse du prix des fèves. En revanche, il a été affecté de nouveau par des variations de change défavorables. En francs suisses, la monnaie de présentation du Groupe, le chiffre d'affaires a progressé de 0,9% à CHF 3'639,6 millions.

Perspectives

Victor Balli, Chief Financial Officer de Barry Callebaut, a déclaré: «Nous sommes très satisfaits d'avoir réussi, au troisième trimestre, à redonner de l'élan à notre croissance. En termes de volumes, le marché mondial du chocolat poursuit son déclin, parce que dans la plupart des économies, l'état d'esprit des consommateurs continue de s'assombrir. Face à ces tendances négatives, nous attribuons notre propre croissance à notre expansion géographique, à la mise en place de contrats de sous-traitance et à des gains de parts de marché. Pour les prochains mois, le portefeuille de commandes est très prometteur et affiche de bonnes marges. Conjugué avec un contrôle strict des coûts, il nous aidera à compenser l'impact de la baisse des prix du beurre de cacao. C'est pourquoi nous sommes confiants d'atteindre nos objectifs¹, sauf imprévu majeur.»

¹ Moyenne des objectifs quadriennaux de croissance de 2007/08 à 2010/11: volumes: 9-11%, EBIT 11-14%, résultat net: 13-16%.

Objectifs de croissance pour l'exercice 2008/09: volumes: 2-4%, résultats en monnaies locales conformes aux objectifs à moyen terme.



News Release

Vue d'ensemble des ventes par régions pour les neuf premiers mois de l'exercice 2008/09

Environnement de marché

Dans le sillage de la crise économique, la consommation de chocolat a reculé dans la plupart des principaux marchés au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2008/09, ce que montrent les statistiques du marché (source: Nielsen). **En termes de volume**, dans les huit principaux marchés d'Europe occidentale, le recul a été supérieur à 2%, entraîné surtout par la France et le Royaume-Uni. Aux Etats-Unis, le recul de la consommation a été de 8% environ. Cependant, de février à avril 2009, en Europe occidentale comme aux Etats-Unis, le rythme du recul s'est ralenti par rapport à ce qu'il était de septembre 2008 à janvier 2009. Depuis le début de l'exercice en cours et bien que la consommation ait ralenti au dernier trimestre, l'Europe orientale présente toujours une forte croissance à un chiffre. En Chine, la consommation de chocolat s'est réduite; en volume, depuis le début de l'exercice en cours, la baisse est de 11%. Les produits sous labels privés continuent de gagner du terrain dans la plupart des marchés en raison du pessimisme persistant des consommateurs, dont la demande se reporte toujours plus sur des produits économiques. – **En termes de valeur**, les statistiques de certains marchés, tels que la Belgique, le Brésil, la Russie, l'Espagne, la Suisse et le Royaume-Uni, font état d'une augmentation due à des hausses de prix; dans d'autres marchés importants, on a enregistré un recul en termes de valeur (France, Chine) (source: Nielsen).

Région Europe

Pour les six premiers mois de l'exercice 2008/09, en phase avec les tendances négatives dans certains pays-clés tels que la France, la Belgique, l'Italie et l'Espagne, la région a accusé une baisse du volume des ventes. Par contre, au troisième trimestre, il a vigoureusement rebondi en Europe occidentale. Dans l'ensemble, le **volume des ventes** de la région pour la période de neuf mois considérée s'est chiffré à 594'982 tonnes, en recul de 1,5%. Toutefois, au troisième trimestre, contrastant avec le recul des marchés, le volume des ventes a augmenté de 7,9%. Le **chiffre d'affaires** pour les neuf premiers mois de l'exercice en cours a été considérablement affecté par l'évolution défavorable des fluctuations de change; il a atteint CHF 2'546,9 millions, soit une augmentation de 0,7% en monnaies locales, mais une baisse de 6,0% en francs suisses par rapport à la même période de l'exercice précédent. Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires s'est amélioré en s'inscrivant à CHF 735,1 millions, en hausse de 5,4% en monnaies locales (-0,6% en francs suisses).

Après le creux de novembre 2008, le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** a profité du retour en force de la demande de la clientèle dans un certain nombre de marchés, tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Pologne et la République tchèque, tandis que d'autres décroissaient (Italie, France, Russie). Les ventes de **Gourmet & Spécialités** ont certes rebondi au troisième trimestre, mais pour l'ensemble des neuf mois, elle sont restées inchangées. En vue de développer ce secteur d'activités stratégique, Barry Callebaut a complété sa division Vending Mix & Beverages regroupée sous Barry Callebaut Suède en acquérant l'entreprise spécialisée Eurogran (voir communiqué de presse du 4 juin 2009). Eurogran sera consolidée dans les comptes de Barry Callebaut à dater du 1^{er} juin 2009. Après ajustement pour cessions et effets négatifs des fluctuations de change, le chiffre d'affaires de **Produits pour consommateurs Europe** a progressé de 5% pour les neuf premiers mois de l'exercice 2008/09, en partie grâce à des améliorations continues dans toutes les activités et à de bonnes affaires pendant les fêtes de Pâques.



News Release

Comme annoncé le 2 juin 2009, les négociations entre Barry Callebaut et Natra pour le regroupement de leurs activités respectives dans le domaine du chocolat pour les consommateurs européens suivent leur cours.

Région Amériques

Avec, en toile de fond, un marché du chocolat faiblissant, la région Amériques est parvenue à augmenter son **volume des ventes** de 7,8% à 228'323 tonnes. Quant au **chiffre d'affaires**, il doit sa progression de 20,1% à CHF 802,3 millions à l'accroissement du volume résultant en partie de la nouvelle usine au Mexique et à la hausse du prix des fèves de cacao. Tant la croissance du volume que celle du chiffre d'affaires ont encore accéléré au troisième trimestre.

La croissance substantielle du secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** est venue en partie des volumes livrés à Hershey dans le cadre de l'accord d'approvisionnement, mais aussi de livraisons à de nouveaux clients, en particulier à des entreprises petites et moyennes. Le secteur d'activités **Gourmet & Spécialités** a crû, lui aussi, au troisième trimestre surtout. Durant les six premiers mois de l'exercice en cours, l'effort s'est porté sur la vente des produits «Van Leer» de Gourmet qui sont fabriqués sur place. Le poids de l'euro par rapport au dollar a rendu en effet les produits Gourmet importés d'Europe moins attractifs dans un marché en récession. Au troisième trimestre toutefois, les ventes de produits européens se sont rétablies. Annoncé il y a quelques temps, l'accord d'exclusivité passé avec Bunge, une importante entreprise de l'agroalimentaire au Brésil, pour la distribution dans ce pays de produits artisanaux fabriqués localement par Barry Callebaut pour le segment Services alimentaires, prendra effet au 1^{er} juillet 2009. Les plans pour la construction d'une usine dans le sud-est du Brésil suivent leur cours.

Région Asie & reste du monde

Bénéficiant des acquisitions effectuées en Malaisie et au Japon lors de l'exercice précédent ainsi que d'une croissance organique, la région Asie & reste du monde a enregistré un **volume des ventes** de 72'086 tonnes, en progression de 26,3%. Le **chiffre d'affaires** s'est accru de 25,5% à CHF 290,4 millions. Il a été quelque peu affecté par l'effet négatif des fluctuations de change et par la vente, au 28 février 2009, des activités pour les consommateurs de Van Houten Singapour à Hershey. Sous l'influence des marchés, le volume des ventes s'est un peu ralenti au troisième trimestre. Par contre, le chiffre d'affaires a encore pris de l'élan.

Chocolat pour clients industriels a réalisé une très bonne croissance, surtout en Malaisie, en Chine, en Indonésie et à Taïwan. **Gourmet & Spécialités** a encore enregistré une forte demande, en particulier pour sa marque fabriquée localement «Van Houten Professional». Au troisième trimestre, la vente des produits Gourmet plus coûteux importés d'Europe s'est également reprise.



News Release

Chiffres-clés par régions pour les neuf premiers mois de l'exercice 2008/09

EUROPE		Neuf mois au 31 mai 2009	Variation sur 9 mois 2007/08	
			Monnaie de présentation	Monnaies locales
Volume des ventes	t	594'982	-1,5%	
Chiffre d'affaires	mio CHF	2'546,9	-6,0%	0,7%

AMÉRIQUES		Neuf mois au 31 mai 2009	Monnaie de présentation	Monnaies locales
Volume des ventes	t	228'323	7,8%	
Chiffre d'affaires	mio CHF	802,3	20,1%	21,4%

Région Asie/reste du monde		Neuf mois au 31 mai 2009	Monnaie de présentation	Monnaies locales
Volume des ventes	t	72'086	26,3%	
Chiffre d'affaires	mio CHF	290,4	25,5%	26,9%

Développement des segments d'affaires au cours des neuf premiers mois 2008/09

Segment Affaires industrielles

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

Pendant les six premiers mois de l'exercice en cours, le segment Affaires industrielles a poussé les ventes de **cacao**, afin de profiter de marges plus élevées sur les produits à base de cacao. Au troisième trimestre en revanche, les ventes de ces produits ont été délibérément réduites en raison de la baisse déjà mentionnée du prix du beurre de cacao. Face à un marché global du chocolat faiblissant, le secteur d'activités **Chocolat pour clients industriels** a réalisé un très bon troisième trimestre en termes de gains de parts de marché, de volumes en sous-traitance et de nouveaux marchés se développant fortement.

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.

La crise économique entraînant un recul des besoins de la restauration, les ventes de produits à base de chocolat de Gourmet & Spécialités au segment horeca (hôtels, restaurants, traiteurs) ont diminué, surtout pendant les six premiers mois de l'exercice en cours. En revanche, le segment boulangerie et petite confiserie a été moins affecté, les consommateurs mangeant davantage à la maison. Au troisième trimestre, les ventes se sont reprises dans toutes les régions et ont atteint un bon taux de croissance à un chiffre. Après ajustement pour la cession de Van Houten Singapore et de Wurzener Dauerbackwaren, et en dépit de l'effet négatif des variations de change, la croissance du chiffre d'affaires de **Produits pour les consommateurs** a été positive pour les neuf premiers mois de l'exercice en cours.



News Release

Chiffres-clés par segments pour les neuf premiers mois de l'exercice 2008/09

SEGMENT INDUSTRIEL		Neuf mois au 31 mai 2009	Variation sur 9 mois 2007/08	
			Monnaie de présentation	Monnaies locales
Volume des ventes	t	715'534	6,1%	
Chiffre d'affaires	mio CHF	2'529,2	5,6%	10,9%

SERVICES ALIMENT. /COMM. DE DÉTAIL		Neuf mois au 31 mai 2009	Monnaie de présentation	Monnaies locales
Chiffre d'affaires	mio CHF	1'110,4	-8,5%	-3,0%

* * *

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4,8 milliards (EUR 2,9 milliards) pour l'exercice 2007/2008, 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 emploie environ 7'000 personnes. Le groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'à la grande distribution, en passant par les utilisateurs professionnels de chocolat (tels que chocolatiers, chefs pâtisseries ou boulangers). Il fournit également une gamme complète de services dans les domaines du développement des 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 annuels 2008/09,
Conférences pour médias et analystes: 12 novembre 2009, Zurich

Assemblée générale annuelle 2008/09: 8 décembre 2009, Zurich

* * *

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers:

Simone Lalive d'Épinay
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Tél.: +41 43 204 04 23
simone_lalive@barry-callebaut.com

Pour les médias:

Gaby Tschofen
VP Corporate Communications
Barry Callebaut AG
Tél.: +41 43 204 04 60
gaby_tschofen@barry-callebaut.com



News Release

Chiffres-clés de Barry Callebaut (non révisés)

		Variation (%)	9 mois au 31 mai 2009	9 mois au 31 mai 2008
Ventes par régions				
Volume des ventes	t	2,6%	895'391	872'993
- Région Europe	t	-1,5%	594'982	604'207
- Région Amériques	t	7,8%	228'323	211'708
- Région Asie & reste du monde	t	26,3%	72'086	57'078
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	0,9% 6,3%	3'639,6	3'608,6
- Région Europe <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	-6,0% 0,7%	2'546,9	2'709,2
- Région Amériques <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	20,1% 21,4%	802,3	668,0
- Région Asie & reste du monde <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	25,5% 26,9%	290,4	231,4
Ventes par segments d'affaires				
Segment Affaires industrielles				
Volume des ventes	t	6,1%	715'534	674'627
- Cacao	t	26,9%	143'391	112'995
- Chocolat pour clients industriels	t	1,9%	572'143	561'632
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	5,6% 10,9%	2'529,2	2'394,5
- Cacao <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	30,8% 37,9%	547,9	418,9
- Chocolat pour clients industriels <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	0,3% 5,2%	1'981,3	1'975,6
Segment Services alimentaires/Commerce de détail				
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	-8,5% -3,0%	1'110,4	1'214,1
- Gourmet & Spécialités <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	-5,3% -0,3%	477,4	503,9
- Produits pour les consommateurs <i>en monnaies locales</i>	mio CHF	-10,9% -4,9%	633,0	710,2