

Communiqué de presse

Barry Callebaut AG : Résultats des trois premiers trimestres de l'exercice 2002/03:

Poursuite de la croissance des ventes de chocolat sur un marché stagnant

- **Nouvelle amélioration de la marge reflétée dans l'augmentation de 2.3 % du bénéfice d'exploitation (EBIT) par tonne, en devises locales plus 7.6 %**
- **Croissance du résultat d'exploitation (EBIT) de 20 % pour atteindre CHF 162.4 millions ; en devises locales, la croissance est de 26 %**
- **Bénéfice net plus 2.4 % à CHF 82.4 millions, en devises locales plus 9.8 %**
- **Progression de 17 % du volume des ventes à 685,265 tonnes**
- **Chiffres d'affaires en hausse de 38 % à CHF 2,760.9 millions, en devises locales plus 45 %**
- **Bénéfice brut plus 34 % à CHF 864.2 millions, en devises locales plus 39 %**

Zurich/Suisse, le 1^{er} juillet 2003 – Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2002/03 clos le 31 mai 2003, Barry Callebaut a réussi à faire progresser le volume de vente de chocolat de manière organique de 2 %. Les ventes de produits de cacao ont été sciemment réduites. La croissance en chocolat a été réalisée malgré la stagnation générale, voire le recul des marchés chocolatiers et malgré l'humeur maussade des consommateurs ; cette croissance confirme par ailleurs la forte position de Barry Callebaut en tant que premier producteur mondial de produits chocolatiers de qualité supérieure. – Ainsi que l'entreprise l'a déjà expliqué précédemment, le marché du chocolat est un marché saisonnier, les ventes et les recettes enregistrant des pics entre août et la fin mars, alors que les recettes et les bénéfices diminuent au printemps et en été.

Le volume des ventes a augmenté de 17 % à 685,265 tonnes au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2002/03. Conformément à la stratégie du groupe visant à focaliser les ventes de produits au cacao sur des clients tiers sélectionnés, le secteur d'activités Cacao, approvisionnement et gestion des risques a réduit le volume des ventes de 12 %. D'autre part, le volume des ventes du secteur Chocolats pour clients industriels a progressé de 4 %, alors que le volume des ventes Gourmet & Spécialités a avancé de 5 %. L'augmentation de 272 % des ventes du secteur Produits pour les consommateurs résulte de la première consolidation du groupe allemand Stollwerck. Globalement parlant, mais sans compter les affaires du secteur d'activités Cacao, approvisionnement et gestion des risques, la croissance organique des ventes a été de 2 %.

Le chiffre d'affaires a progressé de 38 % à CHF 2,760.9 millions (en monnaies constantes plus 45 %). Cette croissance — due principalement à l'acquisition de Stollwerck, à la progression des volumes vendus et au prix moyen supérieur des fèves de cacao enregistrés au cours de la période sous revue — a été partiellement contrebalancée par la réduction intentionnelle des volumes vendus par le secteur d'activités Cacao, approvisionnement et gestion des risques et par l'évolution défavorable des taux de changes.

Le bénéfice brut, défini comme constitué par les recettes moins les matières consommées, a augmenté de 34 % à CHF 864.2 millions (en monnaies constantes, plus 39 %). Par rapport à la progression des volumes vendus, le bénéfice brut a enregistré une croissance disproportionnée en raison de la première consolidation des affaires pour consommateurs de Stollwerck qui se caractérisent par de meilleures marges brutes que ce n'est le cas dans le domaine industriel, mais aussi par des frais de marketing supérieurs.

Le bénéfice d'exploitation (EBIT) a augmenté de 20 % pour atteindre CHF 162.4 millions ; en monnaies locales, la croissance a été de 26 %. Le bénéfice d'exploitation (EBIT) par tonne, qui reflète la marge réalisée, a pu être une nouvelle fois amélioré à CHF 237.0 (+2.3 %). Exprimé en monnaies constantes, le bénéfice d'exploitation (EBIT) par tonne a progressé de 7.6 %.

Le bénéfice net (PAT) a crû de 2.4 % à CHF 82.4 millions. En monnaies constantes, le bénéfice net a progressé de 9.8 %. Ainsi qu'il a déjà été dit, l'augmentation du bénéfice net a été plus lente que celle de l'EBIT, ceci principalement et comme prévu à cause de frais de financement plus élevés suite à la nouvelle structure de financement du groupe ; ce dernier profite maintenant en revanche d'un profil d'échéance de dettes plus favorable et, partant, de risques de volatilité des intérêts moindres. Un effet mineur est dû au fait d'impôts supérieurs dus sur des revenus enregistrés dans d'autres pays.

Revue du développement des marchés régionaux

En **Europe occidentale**, le volume des ventes a progressé de 28 % à 457,135 tonnes (66 % du volume total des ventes du groupe). Une partie de cette augmentation est due à l'acquisition de Stollwerck, une autre influence étant constituée par la progression des ventes des secteurs d'activités Clients industriels et Gourmet et Spécialités. La croissance dans le secteur des Produits pour les consommateurs, dont les ventes se concentrent principalement sur le marché allemand en recul, a été plate. Les volumes des ventes de l'unité Cacao, approvisionnement et gestion des risques ont diminué suite à la fermeture de la fabrique de Bussum en octobre 2002.

Compte tenu de la reprise de l'économie russe et de la croissance du nombre des consommateurs appartenant à la classe moyenne, l'**Europe orientale** est devenue un marché cible aussi bien pour le secteur d'activités Clients industriels que pour l'unité Gourmet et Spécialités. L'intensification des efforts de vente a débouché sur une croissance de 5 % du volume à 25,034 tonnes (4 % du volume total des ventes).

Les ventes réalisées dans les **Amériques** (Amérique du Nord et Amérique latine) ont fléchi de 2 % à 155,270 tonnes (23 % du volume total des ventes). Ceci est le résultat prévu de la réduction des ventes à des clients-tiers dans le secteur d'activités Cacao, approvisionnement et gestion des risques. Tandis que les volumes vendus par le secteur d'activités Gourmet et Spécialités augmentaient, les ventes du secteur Clients industriels restaient stables. Il y a cependant de premiers signes d'une reprise économique aux Etats-Unis qui s'annonce par des commandes plus importantes enregistrées ces dernières semaines par l'unité Clients industriels.

L'impact dramatique du SRAS sur l'industrie touristique dans la région **Asie/Pacifique** a été contrebalancé par une progression de la consommation domestique de produits au chocolat et par conséquent par une progression des volumes vendus aux clients industriels. Globalement, les volumes des ventes ont avancé de 12 % à 21,040 tonnes (3 % du volume total des ventes).

Le bon niveau des ventes de produits pour les consommateurs en Afrique, malgré les bouleversements en Côte d'Ivoire, a fait plus qu'équilibrer les effets de la difficile situation économique et politique dans plusieurs pays du Moyen-Orient ainsi que le contre-coup de la guerre en Irak. De ce fait, les volumes **en Afrique et au Moyen Orient** ont enregistré une avancée totale de 2 % pour atteindre 26,786 tonnes (4 % du volume total des ventes).

Les performances des différents secteurs d'activités

La politique du groupe de réduire l'exposition à la volatilité des marchés du cacao et de limiter de ce fait les ventes de produits de cacao à des clients tiers sélectionnés a entraîné un recul du volume des ventes du secteur d'activités **Cacao, approvisionnement et gestion des risques** de 12 % à 90,687 tonnes. L'envolée du prix des fèves de cacao enregistrée depuis le mois de novembre 2001 a pris fin en mars 2003. Par conséquent, l'augmentation des recettes a été moins prononcée qu'au cours des deux premiers trimestres de l'exercice sous revue. Le prix moyen des fèves de cacao étant cependant toujours supérieur à celui de l'exercice de référence, les recettes des ventes ont augmenté de 7 % à CHF 460.8 millions. Toutes les usines, y compris celles de la Côte d'Ivoire, travaillent normalement. En Afrique occidentale, la récolte intermédiaire et en Indonésie la récolte principale sont actuellement en cours.

Le secteur d'activités **Chocolats pour clients industriels**, qui fournit du chocolat et des enrobages à des fabricants de produits alimentaires, a fait progresser son volume de ventes de 4% à 386,194 tonnes malgré un marché généralement plat ou même en recul dans certaines régions. La tendance favorable à la délocalisation (outsourcing) se confirme et les secteurs d'activités ont pu signer plusieurs contrats importants avec des fabricants de produits alimentaires ; le portefeuille des contrats pour les neuf prochains mois se montre prometteur. Les recettes des ventes ont progressé de 11 % à CHF 1,196.0 millions. Cette augmentation s'explique en partie par des prix de vente supérieurs du fait des fèves de cacao plus chères et en partie aussi par une proportion plus importante de produits à marge supérieure.

Le secteur d'activités **Gourmet et Spécialités**, dont les clients sont des utilisateurs artisanaux tels que les chocolatiers, les pâtisseries, les hôteliers et les restaurateurs, a enregistré une augmentation de ses volumes vendus de 5 % à 80,411 tonnes et une progression de ses recettes de 13% à CHF 367.4 millions. Toutes les marques et toutes les régions, à l'exception de la région Asie/Pacifique (SRAS), ont contribué de manière égale à cette croissance solide. Ceci est la conséquence du lancement réussi de nouveaux produits et le reflet des premiers résultats de la concentration de ce secteur d'activités sur les segments les plus profitables du marché par une équipe de vente motivée et renforcée. La société chocolatière belgo-néerlandaise Luijckx Beheer B.V., acquise le 3 mars 2003, est consolidée pour la première fois. Sa part du volume des ventes se monte à 1,075 tonnes ou 1 %, alors que sa contribution aux recettes est de CHF 11.3 millions ou de 3 %.

Le volume des ventes du secteur d'activités **Produits pour les consommateurs** a augmenté de 272 % pour atteindre 129,973 tonnes. Cette augmentation s'explique presque intégralement par l'acquisition de Stollwerck. Compte non tenu de l'effet de cette acquisition et en faisant abstraction du transfert de quelque 3,000 tonnes de chocolat industriel au secteur d'activités des Clients industriels, l'évolution des Produits pour les consommateurs a été étale. Ce résultat doit être considéré dans le contexte du climat économique ardu en Allemagne, dont le marché du chocolat est en régression, et qui représente environ 80 % des ventes des Produits pour les consommateurs, ainsi qu'à la lumière des températures particulièrement élevées en mai 2003. Le chiffre d'affaires a passé de CHF 162.1 millions il y a un an à CHF 736.7 millions (+355 %), CHF 587.1 millions de cette augmentation s'expliquant par l'acquisition de Stollwerck. L'intégration et la restructuration du groupe Stollwerck avancent à grands pas. L'épuration du portefeuille de produits a entraîné une réduction considérable des SKU (Stock Keeping Units). Le transfert des activités de production Gubor à Norderstedt près de Hambourg en date du 30 septembre 2003, ceci afin d'optimiser la structure des coûts de production, avance comme prévu, tant sur le plan temporel que financier.

Perspectives

Patrick De Maeseneire, Chief Executive Officer de Barry Callebaut, a présenté les perspectives de la manière suivante: "Notre objectif d'EBIT de CHF 200 millions pour l'exercice 2002/03 reste un objectif réaliste – sauf événement imprévu de grande importance – même si l'environnement général des marchés et notamment la situation économique dans l'ensemble de l'Europe s'est plutôt détérioré depuis l'annonce de nos chiffres semestriels. Ma confiance se fonde sur un certain nombre de nouveaux produits prometteurs qui se trouvent dans le pipeline, plus particulièrement en ce qui concerne le secteur d'activités Gourmet et Spécialités ; ces innovations nous permettront de répondre à l'évolution des besoins des utilisateurs et des consommateurs et de nous démarquer encore plus par rapport à nos concurrents."

Pour de plus amples informations financières, voir la "Letter to Investors" (disponible en version anglaise et allemande uniquement) de Barry Callebaut accessible sur Internet (www.barry-callebaut.com, "Investors/Documentation").

* * *

Contacts

Investisseurs et analystes :

Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Tél. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Médias :

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tél. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Barry Callebaut AG

Avec un chiffre d'affaires annuel de 2.6 milliards de CHF au cours de l'exercice 2001/02, Barry Callebaut est le leader mondial des fabricants de produits de cacao et de chocolat de qualité supérieure. L'entreprise entretient quelque 34 sites de production dans 16 pays et occupe quelque 7'400 collaboratrices et collaborateurs. L'entreprise est subdivisée en quatre secteurs stratégiques : Cacao, approvisionnement et gestion des risques (Cacao, Sourcing & Risk Management), Chocolats pour les clients industriels (Food Manufacturers), Gourmet & Spécialités (Gourmet & Specialties) ainsi que les Produits pour les consommateurs (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 crèmes glacées et de céréales de petit-déjeuner, aussi bien que des transformateurs artisanaux, tels que les chocolatiers, confiseurs, boulangers, hôteliers et restaurateurs, mais aussi aux partenaires du commerce de détail pour lesquels le groupe Barry Callebaut fabrique des produits de marque, des marques commerciales et d'autres produits de consommation. En complément, Barry Callebaut propose également à ses clients une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, 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 mai 2003, date de clôture du troisième trimestre de l'exercice 2002/2003, la capitalisation boursière était d'environ 933,2 millions de CHF.

L'exercice 2002/03 prendra fin le 31 août 2003. Les résultats de l'exercice 2002/03 seront publiés le 11 novembre 2003.

www.barry-callebaut.com

Indicateurs (état financier non révisé)

en CHF		Changement en %	9 mois se terminant le 31.05.2003	9 mois se terminant le 31.05.2002
Indicateurs financiers				
Chiffre d'affaires	CHF m	37.9%	2,760.9	2,001.5
Volume des ventes	tonnes	17.4%	685,265	583,477
Bénéfice brut	CHF m	34.1%	864.2	644.6
Résultat d'exploitation (EBIT)	CHF m	20.2%	162.4	135.1
Résultat net (PAT)	CHF m	2.4%	82.4	80.5
Cash flow ⁽¹⁾	CHF m	16.4%	175.3	150.6
EBIT par tonne	CHF	2.3%	237.0	231.6
EBIT par action	CHF	20.2%	31.42	26.13
Bénéfice par action, non dilué	CHF	-2.4%	15.96	16.36
Bénéfice par action, dilué	CHF	2.4%	15.94	15.56
Volumes des ventes				
<i>par région</i>				
• Europe occidentale	tonnes	28.1%	457,135	356,875
• Europe orientale	tonnes	4.9%	25,034	23,872
• Amériques	tonnes	-1.5%	155,270	157,573
• Asie / Pacifique	tonnes	11.8%	21,040	18,828
• Afrique et Moyen-Orient	tonnes	1.7%	26,786	26,329
<i>par secteur d'activités</i> ⁽²⁾				
• Cacao, approvisionnement et gestion des risques	tonnes	-11.5%	90,687	102,445
• Chocolat pour clients industriels	tonnes	4.4%	386,194	369,959
• Gourmet et Spécialités	tonnes	4.9%	80,411	76,639
• Produits pour les consommateurs	tonnes	271.7%	127,973	34,434
Chiffre d'affaires				
<i>par secteur d'activités</i> ⁽²⁾				
• Cacao, approvisionnement et gestion des risques	CHF m	6.7%	460.8	432.0
• Chocolat pour clients industriels	CHF m	10.7%	1,196.0	1,080.9
• Gourmet et Spécialités	CHF m	12.5%	367.4	326.5
• Produits pour les consommateurs	CHF m	354.5%	736.7	162.1
Bilan				
Total de l'actif	CHF m	30.0%	2,898.8	2,230.2
Actif circulant net	CHF m	4.8%	1,010.8	964.3
Immobilisations	CHF m	35.7%	1,067.6	786.7
Endettement net	CHF m	25.8%	1,160.6	922.6
Fonds propres	CHF m	-1.9%	712.4	725.8
Effectif		52.3%	7,434	4,882

(1) Bénéfice net + dépréciation des immobilisations + amortissement de goodwill et autres valeurs immatérielles

(2) Les chiffres de l'exercice précédent ont été ajustés afin de tenir compte de la répartition actuelle des responsabilités des secteurs d'activités

en EURO			Changement en %	9 mois se terminant le 31.05.2003	9 mois se terminant le 31.05.2002
Chiffre d'affaires	EUR m		32.4%	1,808.0	1,365.3
Résultat d'exploitation (EBIT)	EUR m		15.4%	106.4	92.2
Résultat net (PAT)	EUR m		-1.6%	54.0	54.9
Total de l'actif	EUR m		24.8%	1,898.2	1,521.4
Actif circulant net	EUR m		0.6%	661.9	657.8
Immobilisations	EUR m		30.3%	699.1	536.7
Endettement net	EUR m		20.8%	760.0	629.4
Fonds propres	EUR m		-5.8%	466.5	495.1
en USD			Changement en %	9 mois se terminant le 31.05.2003	9 mois se terminant le 31.05.2002
Chiffre d'affaires	USD m		69.3%	2,151.1	1,270.4
Résultat d'exploitation (EBIT)	USD m		47.6%	126.6	85.8
Résultat net (PAT)	USD m		25.7%	64.2	51.1
Total de l'actif	USD m		59.5%	2,258.5	1,415.6
Actif circulant net	USD m		28.7%	787.6	612.1
Immobilisations	USD m		66.6%	831.8	499.4
Endettement net	USD m		54.4%	904.3	585.6
Fonds propres	USD m		20.5%	555.0	460.7

Barry Callebaut est une société de droit suisse ; les comptes sont donc établis en francs suisses (CHF). Par souci de lisibilité, certaines des données financières ont été converties de francs suisses en euros (EUR) au cours de CHF 1.5271 et de CHF 1.4659 pour EUR 1 ou, le cas échéant, de francs suisses en dollars US (USD) au cours de CHF 1.2835 et de CHF 1.5754 pour USD 1 (cours de clôture du 31 mai 2003 et du 31 mai 2002 respectivement).