Communiqué de presse (Version longue)

Barry Callebaut étend encore ses affaires Consommateurs

Annonce de l'acquisition de la société américaine Brach's Confections Holding, Inc. – Création d'une plate-forme pour des affaires consommateurs globales – Adoption d'un modèle commercial à deux piliers

- **L'acquisition de Brach's va créer la plate-forme requise pour mettre en place des affaires de confiserie attractives sur le plus grand marché individuel de confiserie du monde, les Etats-Unis, ce qui va compléter la présence du groupe sur les marchés correspondants en Europe**
- **Renforcement des capacités de distribution de Barry Callebaut en Amérique du Nord grâce aux relations durables établies par Brach's avec de grands distributeurs aux Etats-Unis**
- **Renforcement de la capacité de la société de fournir une plate-forme de sous-traitance et de co-fabrication plus large à ses clients industriels dans le monde**
- **Augmentation du chiffre d'affaires de Barry Callebaut dans le secteur Produits pour consommateurs de quelque 45 % à environ un tiers du chiffre d'affaires total ; renforcement de son chiffre d'affaires dans les Amériques de quelque 60 % ce qui lui fait atteindre 31 % des ventes totales**
- **S'affilier à un groupe international fort ouvre des perspectives nouvelles à Brach's tant aux Etats-Unis qu'en Europe**
- **Hautement complémentaires sur le plan de la couverture géographique et de la gamme de produits, possibilités de "cross-selling" pour les deux entreprises entre l'Europe et l'Amérique du Nord.**
- **La restructuration du réseau de fabrication de Brach's devrait être terminée à la fin de 2003, entraînant des économies de coûts substantielles et assurant une structure des coûts compétitive**
- **La transaction coûte un total de USD 16 millions. En plus, Barry Callebaut assume le reste du financement des coûts de restructuration de Brach's.**
- **La transaction est au moins neutre sur le plan de la valeur des actions dès la première année.**
- **Barry Callebaut va adopter un modèle commercial à deux piliers, regroupant d'un côté les activités industrielles et d'approvisionnement de Barry Callebaut et de l'autre les affaires Food Service/Retail**

Zurich, Suisse / Woodridge, IL, Etats-Unis, le 1er septembre 2003 – Barry Callebaut, le premier fabricant mondial de produits de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a signé un contrat avec KJ Jacobs AG portant sur l'acquisition de la société Brach's Confections Holding, Inc., domiciliée dans la banlieue de Chicago. La transaction, qui sera menée à bien en septembre 2003, donnera une solide assise à Barry Callebaut sur le marché de la confiserie des Etats-Unis et complétera la forte présence européenne du groupe sur les marchés des consommateurs européens, telle qu'elle découle de l'acquisition du groupe allemand Stollwerck en 2002.

Brach's Confections est un des premiers fabricants américains de confiseries dont les ventes ont atteint env. USD 340 millions / CHF 460 millions (exercice 2002/03) et qui occupe 1600 personnes. Fondé en 1904 par Emil J. Brach, Brach's produit près de 200 variétés différentes de confiseries, y compris des bonbons durs, des chocolats et des snacks aux fruits. Les pro-

duits les plus connus de Brach's sont StarBrites Mints®, Milk Maid Caramels® et Maple Nut Goodies®. Brach's est une filiale à 100 % de KJ Jacobs AG, qui détient aussi une participation majoritaire dans Barry Callebaut AG.

Construire des affaires de confiserie fortes pour fournir les deux plus importants marchés des consommateurs du monde

Cette transaction va réunir deux entreprises riches de longues traditions et bien établies sur leurs marchés respectifs. Les deux sociétés se complètent non seulement en ce qui concerne la couverture géographique, mais aussi sur le plan des portefeuilles de produits, de services et de clients. La transaction va ouvrir de nouveaux canaux de distribution à Barry Callebaut et lui donner la possibilité de renforcer et d'étendre les relations avec d'importants détaillants aux Etats-Unis — le plus important marché des consommateurs et un des marchés géographiques prioritaires de Barry Callebaut. En outre, cet achat va renforcer la capacité de la société de fournir à ses clients industriels une plate-forme plus large pour la sous-traitance et la co-fabrication. Brach's et Barry Callebaut bénéficieront aussi du partage des méthodes les plus efficaces dans le développement de produits, dans les opérations de fabrication et dans les relations avec les clients.

La transaction va gonfler les chiffres d'affaires des Produits pour les consommateurs de Barry Callebaut d'environ 45 % pour atteindre un tiers des ventes totales et le chiffre d'affaires total généré aux Amériques de quelque 60 % à 31 % du total. Au cours de l'exercice 2002/03, Brach's et Barry Callebaut prévoient d'enregistrer des ventes pro forma combinées de l'ordre de CHF 4.1 milliards / USD 3.0 milliards.

Expansion stratégique vers des segments à importante valeur ajoutée

Y compris les résultats de Brach's (à consolider à partir du 1er septembre 2003) et de Stollwerck, l'unité Produits pour les consommateurs de Barry Callebaut va générer un chiffre d'affaires d'environ CHF 1.4 milliard au cours de l'exercice 2002/03. L'expansion de cette unité s'inscrit dans la droite ligne de la stratégie de Barry Callebaut visant à accroître la proportion des produits et services incorporant une valeur ajoutée supérieure et à offrir à ses clients industriels une plate-forme de sous-traitance plus large, y compris les produits pour les consommateurs. Parallèlement, la transaction va une nouvelle fois réduire la part du chiffre d'affaires générée par les ventes de produits semi-finis, ce qui restreint par la même occasion la volatilité des résultats.

Brach's (dirigé par son CEO Terence O'Brien), de même que Produits pour les consommateurs en Europe avec Stollwerck comme partie principale (dirigé par son President Richard Crux) seront gérés comme des unités séparées, ceci tandis que les plans de restructuration respectifs seront mis en vigueur. Les avantages découlant de la consolidation des activités consommateurs de Barry Callebaut et de Brach's en Amérique du Nord devraient se manifester en économies de CHF 12-15 millions par année ainsi qu'en un potentiel de chiffre d'affaires supplémentaire grâce au cross-selling. Les possibilités de cross-selling comprennent la distribution des produits Stollwerck européens au chocolat Premium par l'intermédiaire de Brach's aux Etats-Unis et la vente de confiseries Brach's en Europe.

Dans une phase ultérieure, Barry Callebaut a l'intention de combiner Brach's et Stollwerck au sein d'une seule unité de Produits pour consommateurs afin de tirer encore mieux parti du savoir-faire collectif des entreprises dans le domaine du développement de produits, de la fabrication et de la gestion globale des comptes.

Conditions d'achat intéressantes

Barry Callebaut acquerra l'intégralité des actions de Brach's Confections Holding, Inc., ainsi qu'une fabrique très moderne à Vernell, au Mexique, récemment construite par KJ Jacobs AG. Le prix total de la transaction se monte à USD 16 millions, comprenant le prix d'achat de 100% des actions de Brach's pour USD 1.- et USD 16 millions pour couvrir la dette nette (financement du fonds de roulement). De plus, Barry Callebaut fournira à Brach's les fonds nécessaires pour couvrir le solde des coûts de restructuration dont le montant ne dépassera pas USD 48 millions au cours des 4 à 5 ans à venir. Les coûts de restructuration ont été intégralement provisionnés dans les comptes de Brach's dès avant l'acquisition. Le caractère équitable des conditions d'achat a été confirmé par la "Fairness Opinion" élaborée par Deloitte & Touche, une entreprise d'audit indépendante.

D'ici à la fin de cette année, Brach's aura mené à bien l'actuelle reconfiguration de son réseau de production. Ceci permettra à l'entreprise de réaliser des économies substantielles et durables au niveau des coûts, ce qui lui donnera une structure de coûts compétitive. Les avantages financiers se manifesteront pleinement au cours de l'exercice 2004/05.

Andreas Schmid, Chairman de Barry Callebaut: "L'expertise opérationnelle de Barry Callebaut ainsi que l'expérience que nous retirons de l'actuelle restructuration du groupe Stollwerck font que nous sommes confiants de pouvoir mener à bien, avec le concours de la direction sur place, la restructuration complète de Brach's en l'espace de quatre mois. L'optimisation de la structure des coûts de Brach's débouchera sur une croissance profitable. Compte tenu de cette évaluation et des conditions d'achat attractives, le Conseil d'administration de Barry Callebaut a décidé que les conditions et le moment étaient appropriés pour faire cette acquisition."

Une plate-forme attractive pour construire un secteur de consommateurs global

Le regroupement de Barry Callebaut et de Brach's permettra en fin de compte à Barry Callebaut de mettre en place un secteur Consommateurs global répondant aux besoins des détaillants et des producteurs alimentaires opérant dans le monde entier.

"Avec une notoriété assistée de 93 %, Brach's est un nom commun aux Etats-Unis. L'acquisition de Brach's nous permet de faire d'une pierre deux coups stratégiques : d'abord, nous étendons de manière substantielle nos activités sur le plus grand marché mondial des consommateurs, les Etats-Unis, et ensuite nous nous créons une plate-forme prometteuse pour l'expansion future de nos affaires de confiserie, le tout finalement avec un objectif global en tête," précise Patrick De Maeseneire, CEO de Barry Callebaut.

Terence (Terry) O'Brien, CEO de Brach's, estime quant à lui: "Arrivé à la veille de son 100e anniversaire en 2004, Brach's est ravi du potentiel qui s'ouvre à lui aux Etats-Unis et en Europe suite au ralliement au groupe Barry Callebaut. Nous sommes particulièrement intéressés par les nouvelles possibilités de développement de produits dans le domaine du chocolat Premium, un des points forts de Barry Callebaut. Les Etats-Unis représentent en l'occurrence un immense potentiel de croissance."

Introduction d'un modèle commercial à deux piliers pour le groupe Barry Callebaut

Compte tenu de l'expansion de ses affaires Consommateurs, Barry Callebaut entend distinguer plus nettement entre ses activités industrielles et ses affaires Food Service/Retail. Par conséquent, Barry Callebaut adoptera un modèle commercial à deux piliers en date du 1er septembre 2003 (début de l'exercice 2003/04) :

Le premier pilier – Industrial Business – regroupera les unités actuelles Cocoa, Sourcing & Risk Management (Cacao, approvisionnement et gestion des risques) et Food Manufacturers (Chocolat pour clients industriels), ce qui réunit toutes les activités nécessitant beaucoup d'investissements et de fonds de roulement. Le second pilier – Food Service/Retail Business – combinera les unités actuelles Gourmet & Specialties (Gourmet et spécialités) et Consumer Products (Produits pour les consommateurs) y compris Stollwerck et Brach's, regroupant ainsi les produits intégrant plus de valeur ajoutée.

Le groupe va adapter son information sectorielle en fonction du nouveau modèle commercial à deux piliers dès l'exercice 2002/03. Patrick De Maeseneire, CEO de Barry Callebaut: "Notre nouveau modèle commercial à deux piliers souligne l'engagement que nous avons pris de construire un secteur stratégique Consommateurs fort, tout en poursuivant le développement de nos secteurs plus traditionnels, et de respecter les besoins de nos différents segments de clients tout en préservant les avantages découlant du fait que nous sommes intégrés et que nous opérons globalement. Par ailleurs, le nouveau modèle commercial aidera nos partenaires dans tous les domaines à mieux comprendre et apprécier nos performances et nos résultats."

***

Taux de change au 28 août 2003 :

USD/CHF: 1.4122	CHF/USD: 0.7081
EUR/CHF: 1.5389	CHF/EUR: 0.6499
EUR/USD: 1.0897	USD/EUR: 0.9177

***

Pour de plus amples informations veuillez vous adresser à :

Barry Callebaut AG

Investisseurs et analystes:
Dieter A. Enkelmann, CFO
Tél. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Médias:
Gaby Tschofen
Head of Corporate Communications
Tél. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Brach's Confections

James G. (Jerry) Hagedorn, CFO
Tél.: 001-630-271-8403
Fax: 001-630-271-8697
Jerry.Hagedorn@brachs.com

Scott J. Farrell et Jennifer Courtad
Golin/Harris International
Tél.: 001-312-729-4176 / -4312
Fax: 001-312-729-4018
sfarrell@golinharris.com
jcourtad@golinharris.com

Barry Callebaut:
Avec un chiffre d'affaires annuel de 2.6 milliards de CHF au cours de l'exercice 2001/02 et des recettes prévues d'environ 3,8 milliards de CHF pour l'exercice 2002/03, Barry Callebaut est le leader mondial des fabricants de produits de cacao et de chocolat de qualité supérieure. L'entreprise entretient quelque 30 sites de production dans 16 pays et occupe quelque 7'200 collaboratrices et collaborateurs. Le groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les producteurs alimentaires industriels jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat et au commerce de détail.

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.

Les résultats de l'exercice 2002/03 (clos le 31 août 2003) seront publiés le 11 novembre 2003.

www.barry-callebaut.com

Brach's:
L'histoire de Brach's a commencé en 1904. Au cours de l'exercice 2002/03 (clos le 31 août 2003), l'entreprise appartenant à 100 % à KJ Jacobs AG et occupant quelque 1600 collaborateurs a généré des ventes estimées à USD 340 millions/CHF 460 millions. Environ 95% des ventes ont été faites aux Etats-Unis, ce qui place Brach's au septième rang des fabricants du marché de la confiserie aux Etats-Unis. Les 5 derniers pour cent des ventes ont été réalisés au Canada, au Mexique, au Porto Rico, dans différents pays des Antilles et en Amérique centrale et latine.

Brach's est un nom commun en matière de confiserie aux Etats-Unis. Parmi les consommateurs américains, la marque a une notoriété assistée de 93%. Près de 60% des ventes totales sont des bonbons au sucre, et quelque 20 % respectivement sont des produits au chocolat et des snacks aux fruits. Brach's est le plus connu pour ses StarBrites Mints®, ses produits Milk Maid Caramels® et ses programmes de vente de bonbons en vrac: Fresh Candy Shoppe et Pick-A-Mix. Les produits Brach's sont fabriqués dans trois usines aux Etats-Unis, dans une fabrique récemment construite par KJ Jacobs AG dans le nord du Mexique (Vernell) et par un certain nombre de sous-traitants.

Brach's distribue ses produits par tous les grands canaux du commerce de détail y compris les commerces alimentaires, les drogueries (drugstores), les chaînes de commerce de détail (telles que Wal-Mart, Kmart, etc.), les chaînes de clubs (telles que Sam's) et il est donc bien implanté sur le marché américain.

www.brachs.com