



Communiqué de presse

Barry Callebaut : ventes au premier trimestre de l'exercice 2009/10:

Maintien d'une forte croissance du volume des ventes

- **Forte augmentation du volume des ventes : +7,2%**
- **Chiffre d'affaires en hausse de 6,3% en monnaies locales (+1,5% en CHF)**
- **Vigoureuse performance des ventes des produits Gourmet & Spécialités**
- **Stagnation attendue du marché mondial du chocolat en 2010 en termes de volume**
- **Confirmation des objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10 à 2011/12¹**

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2009/10

GROUPE		Variation (%)	Trois mois au 30 nov. 2009	Trois mois au 30 nov. 2008
Volume des ventes	tonnes	7,2	362'973	338'513
Chiffre d'affaires <i>en monnaies locales</i>	mio. CHF	1,5 6,3	1'450,2	1'429,1

Zurich/Suisse, le 13 janvier 2010 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a publié aujourd'hui les chiffres-clés de ses ventes du premier trimestre de l'exercice 2009/10² clos le 30 novembre 2009. Dans un environnement toujours caractérisé par des incertitudes économiques, Barry Callebaut a réussi à augmenter le volume des ventes dont la hausse atteint le chiffre élevé de 7,2%. Toutes les régions et, à périmètre constant, tous les groupes de produits ont contribué à cette croissance. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les régions Asie (+17,7%) et Amériques (+15,6%) ainsi que dans le secteur Approvisionnement global & Cacao (+14,0%). Le chiffre d'affaires a progressé de 6,3% en monnaies locales, mais cette progression a été fortement entravée par des taux de change défavorables. Exprimé en francs suisses, la monnaie de présentation de la société, le chiffre d'affaires s'est inscrit à CHF 1'450,2 millions (+1.5%).

Perspectives

Juergen B. Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Nous sommes très satisfaits de la forte croissance de notre volume de ventes au cours du premier trimestre de l'exercice actuel. Après une contraction en volume du marché mondial du chocolat, qui a excédé 2% au cours de l'exercice précédent en raison de la crise économique dans le monde entier, il semble que le creux de la vague ait été franchi et nous prévoyons une stagnation du marché du chocolat en 2010 en terme de volumes. Dans ce contexte économique ardu, nous attribuons notre succès à la réalisation continue des contrats de sous-traitance signés précédemment, à la vigueur des ventes des produits de Gourmet & Spécialités ainsi qu'à des gains de parts de marché dans toutes les régions. Vu notre stratégie de croissance éprouvée et nos carnets de commandes, nous sommes convaincus que, malgré un ratio combiné du cacao toujours défavorable, nous allons continuer de dépasser notablement le marché mondial du chocolat et d'avoir la capacité de réaliser nos objectifs financiers à trois ans¹.»

¹ Objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10 à 2011/12: croissance moyenne du volume de 6%-8% et croissance moyenne de l'EBIT en monnaies locales au moins en phase avec celle du volume – sauf imprévus majeurs

² La structure des rapports a été modifiée à la suite de la première application de la norme IFRS 8 (secteurs opérationnels). Celle-ci exige en effet que les secteurs opérationnels figurant dans les rapports publiés correspondent à ceux utilisés dans les rapports internes destinés au principal décideur opérationnel. Par conséquent, à compter de l'exercice 2009/10, le secteur d'activité Approvisionnement global & Cacao, géré sur le plan mondial, est présenté en tant que secteur opérationnel distinct à l'instar d'un secteur opérationnel Région. En outre, le Groupe publie des informations sur le volume des ventes et sur le chiffre d'affaires pour les groupes de produits les plus importants. Pour permettre les comparaisons, les chiffres du Groupe pour l'exercice 2008/09 ont été retraités en tenant compte de ces nouveaux paramètres.



Communiqué de presse

Vue d'ensemble des ventes par régions au premier trimestre de l'exercice 2009/10

Approvisionnement global & Cacao³

Les prix du cacao sur le marché à terme se sont envolés au cours du trimestre pour atteindre, en décembre 2009, un sommet sur 33 ans à Londres en raison d'achats par des fonds et d'inquiétudes croissantes concernant l'abondance de la récolte en Côte d'Ivoire et au Ghana. En Europe, la production de lait frais affiche une augmentation saisonnière et, dans l'ensemble, les prix des produits laitiers manifestent le premier léger déclin depuis août dernier. Les prix mondiaux du sucre poursuivent leur hausse et sont désormais proches du niveau des prix du sucre réglementés par l'UE.

Approvisionnement global & Cacao a accru le **volume** des produits à base de cacao vendus à des tiers de 14,0% à 57'499 tonnes, sous l'effet de ventes élevées dans la Région Amériques et de la demande importante de cacao en poudre. Comme annoncé en novembre 2009, le ratio combiné du cacao est demeuré sous pression car la hausse des prix du cacao en poudre n'a pas pu compenser la baisse des prix du beurre de cacao. Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à CHF 231,6 millions, ce qui correspond à une progression de 20,7% en monnaies locales et de 16,1% en francs suisses.

Région Europe

La récession a frappé l'Europe de l'Est plus tardivement que l'Europe occidentale; la Russie en particulier souffre encore beaucoup de la crise. Alors que les marchés occidentaux se sont stabilisés à un bas niveau, les signes d'un rétablissement économique en Europe de l'Est ne se manifestent pas encore clairement. La Région Europe de Barry Callebaut a enregistré une augmentation globale du **volume des ventes** de 2,4% à 216'217 tonnes dans un marché atone. Les ventes de produits Gourmet, notamment dans le segment boulangerie/pâtisserie, ont augmenté dans les principaux marchés. Le **chiffre d'affaires** a progressé de 0,7% en monnaies locales. Cependant, il a baissé de 2,9% en francs suisses à CHF 917,4 millions en raison des effets négatifs des taux de change. Récemment acquis, Eurogran, le spécialiste danois des produits pour automates, a été entièrement intégré dans la division Boissons. L'acquisition de Chocovic, le fabricant de chocolats espagnol, s'est conclue le 23 décembre 2009 et son intégration dans la région Europe a débuté immédiatement.

Région Amériques

Dans les Amériques, le marché de la confiserie à base de chocolat a touché le fond mais la reprise n'a pas encore eu lieu. Clients et consommateurs continuent de se rabattre sur des produits sous label privé et des produits meilleur marché, tels que les pâtes à glacer (« compounds »). Dans ces circonstances, la croissance du **volume des ventes** de la Région Amériques, qui a atteint 15,6% à 76'816 tonnes, est d'autant plus remarquable. Les principaux moteurs de la croissance ont été les comptes nationaux, la poursuite de la mise en œuvre des accords de sous-traitance au Mexique ainsi que les ventes aux clients « Gourmet », en particulier les boulangeries et les grandes confiseries. La faiblesse du dollar par rapport au franc suisse, qui est la monnaie de présentation du Groupe, a eu un effet négatif sur le **chiffre d'affaires**. Tandis que celui-ci a progressé de 14,3% en monnaies locales, cette progression a été ramenée à 4,0% en francs suisses. Le chiffre d'affaires s'est élevé à CHF 248,5 millions.

Région Asie-Pacifique

L'Asie montre les premiers signes de rétablissement. L'économie est encore fragile et, étant donné les prix actuellement élevés des matières premières, les clients continuent de passer des ordres à court terme. Le **volume des ventes** a enregistré une forte croissance de 17,7% à 12'440 tonnes, sous l'impulsion de la réalisation d'un contrat de sous-traitance existant ainsi que des gains de parts de marché grâce à de nouveaux clients et distributeurs pour les produits Chocolat pour clients industriels et Gourmet & Spécialités. La croissance du **chiffre d'affaires**, qui s'est élevée à 18,7% en monnaies locales, a été entravée par des taux de change défavorables. En francs suisses, le taux de croissance s'est inscrit à 14,1%, portant le chiffre d'affaires à CHF 52,7 millions.

³ Les chiffres publiés sous Approvisionnement global & Cacao comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao (appelés aussi « produits semi-finis ») vendus à des tiers dans toutes les régions tandis que les chiffres indiqués dans chacune des régions se réfèrent à l'ensemble des ventes de chocolat.



Communiqué de presse

Développement par groupe de produits au premier trimestre de l'exercice 2009/10

Le groupe de produit **Chocolat pour clients industriels** a affiché une vigoureuse croissance du volume de ses ventes de 7,1% à 227'457 tonnes. Toutes les régions y ont contribué, en particulier l'Asie et l'Amérique du Nord mais aussi certains pays d'Europe, comme l'Allemagne, la France, l'Italie, la Pologne et la Grèce. Le chiffre d'affaires a crû de 4,4% en monnaies locales, mais il a diminué de 1,8% en francs suisse à CHF 737,7 millions.

A la suite d'une intensification des campagnes promotionnelles et d'une légère amélioration du contexte économique conjuguée à du restockage, le groupe de produit **Gourmet & Spécialités** a vu son volume de ventes faire un bond de 14,6% à 36'999 tonnes. Cette croissance a été soutenue par toutes les régions, emmenée par un rebond des produits Gourmet européens de marque. Alors que le segment de la confiserie a commencé à se rétablir, celui de la boulangerie a continué de réaliser une bonne performance. Toutefois, les ventes aux restaurants haut de gamme sont restées déprimées. En enregistrant une hausse de 14,0% en monnaies locales, le chiffre d'affaires a progressé au même rythme que le volume des ventes. Mais en francs suisses, cette progression a été abaissée à 9,8% soit CHF 203,7 millions.

Produits pour les consommateurs a été capable d'accroître ses ventes sur le plan international, notamment au Royaume-Uni, en Scandinavie et en Europe du Sud, tandis que les affaires ont stagné en Allemagne. Tablettes, pralinés et barres ont réalisé une bonne performance, alors que les spécialités ont décliné. Cependant, des variations de périmètre de consolidation résultant du désinvestissement d'activités dans ce secteur au cours de l'exercice précédent, la cessation progressive de certains contrats non rentables et un déclin des volumes en France ont conduit à une diminution du volume des ventes et du chiffre d'affaires. Le volume des ventes s'est élevé à 41'018 tonnes, en baisse de 5,6%. Le chiffre d'affaires a atteint CHF 277,2 millions, soit une réduction de 3,4% en monnaies locales et de 5,5% en francs suisses.

* * *

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,9 milliards environ pour l'exercice 2008/09, 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. Barry Callebaut est présent dans 26 pays, possède quelque 40 sites de production et emploie environ 7'500 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 confiseurs et les pâtisseries ainsi qu'à la grande distribution. Barry Callebaut est le leader mondial des innovations à base de cacao et de chocolat. 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. Le Groupe s'engage activement dans des initiatives et des projets contribuant à établir une chaîne d'approvisionnement du cacao plus durable.

* * *

Calendrier de l'exercice 2009/10 (du 1er septembre 2009 au 31 août 2010):

Résultats du premier semestre 2009/10 (communiqué et conférence de presse / analystes)	1 ^{er} avril 2010, Zurich
Chiffres-clés des neuf premiers mois 2009/10 (communiqué de presse)	30 juin 2010
Résultats annuels 2009/10 (communiqué et conférence de presse / analystes)	4 novembre 2010, Zurich
Assemblée générale annuelle 2009/10	7 décembre 2010, Zurich

* * *

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers:

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

Pour les médias:

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



Communiqué de presse

Chiffres-clés des ventes du Groupe Barry Callebaut pour le premier trimestre de l'exercice 2009/10 (non audités)

		Variation en %		Trois mois au 30 nov. 2009	Trois mois au 30 nov. 2008*
		En monnaies locales	En monnaie de présentation		
<u>GROUPE</u>					
Volume des ventes	tonnes		7,2	362'973	338'513
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,3	1,5	1450,2	1429,1
<u>PAR RÉGION</u>					
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		14,0	57'499	50'431
Chiffre d'affaires	mio. CHF	20,7	16,1	231,6	199,4
Europe					
Volume des ventes	tonnes		2,4	216'217	211'049
Chiffre d'affaires	mio. CHF	0,7	-2,9	917,4	944,6
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		15,6	76'816	66'461
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,3	4,0	248,5	238,9
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		17,7	12'440	10'572
Chiffre d'affaires	mio. CHF	18,7	14,1	52,7	46,2
<u>PAR GROUPE DE PRODUITS</u>					
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		14,0	57'499	50'431
Chiffre d'affaires	mio. CHF	20,7	16,1	231,6	199,4
Chocolat pour clients industriels					
Volume des ventes	tonnes		7,1	227'457	212'356
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,4	-1,8	737,7	750,9
Gourmet & Spécialités					
Volume des ventes	tonnes		14,6	36'999	32'276
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,0	9,8	203,7	185,5
Produits pour les consommateurs					
Volume des ventes	tonnes		-5,6	41'018	43'449
Chiffre d'affaires	mio. CHF	-3,4	-5,5	277,2	293,2

* Certains chiffres comparatifs ont été retraités afin d'être conformes à la présentation de la période courante.