



Communiqué de presse

Barry Callebaut: résultats du premier semestre de l'exercice 2009/10

La forte croissance continue

- Le volume des ventes a continué de croître fortement : +7,8% ou +47'616 tonnes
- Produits Gourmet & Spécialités : excellente croissance du volume des ventes : +18,1%
- Chiffre d'affaires en hausse de 8,4% en monnaies locales (+4,5% en CHF)
- De solides améliorations opérationnelles ont été contrabalançées par la diminution du ratio combiné du cacao¹, par des fluctuations de change défavorables et moins d'effets non récurrents ; l'EBIT s'est chiffré à CHF 208,8 millions, en recul de 1,7% en monnaies locales
- Résultat net pour la période : CHF 145,7 millions, en hausse de 5,3% en monnaies locales (+1,6% en CHF)
- Le marché mondial du chocolat a franchi le creux de la vague au premier trimestre de l'exercice en cours ; légère amélioration au deuxième trimestre
- Confirmation des objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10 à 2011/12²

Chiffres-clés du Groupe pour le premier semestre de l'exercice 2009/10

		Variation en %		Six mois au 28 février 2010	Six mois au 28 février 2009
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
GROUPE					
Volume des ventes	tonnes		7,8%	659'536	611'920
Chiffre d'affaires	mio CHF	8,4%	4,5%	2'656,5	2'543,1
Résultat opérationnel EBIT	mio CHF	-1,7%	-4,5%	208,8	218,6
EBIT/ tonne	CHF	-8,8%	-11,4%	316,6	357,2
Résultat net de la période	mio CHF	5,3%	1,6%	145,7	143,4

* Certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle

Zurich/Suisse, 1^{er} avril 2010 – Barry Callebaut SA, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et chocolat de qualité supérieure, a poursuivi sa forte croissance, enregistrant une augmentation du volume des ventes de 7,8% au premier semestre de l'exercice 2009/10 (terminé le 28 février 2010), alors que le marché mondial du chocolat était en recul jusqu'à fin 2009 et n'a amorcé sa reprise qu'au début 2010. Toutes les régions ont contribué à cette croissance. Les régions dans lesquelles Barry Callebaut a investi le plus au cours des trois dernières années – Asie-Pacifique, Amériques et Europe orientale – ont connu les taux de croissance les plus forts (24,4%, 13,1% et 11,5% respectivement). En termes de groupes de produits, Gourmet & Spécialités a enregistré une excellente croissance de son volume des ventes de 18,1%. La force du franc suisse – la monnaie de présentation de Barry Callebaut – par rapport à la plupart des monnaies importantes a eu une influence négative sur les résultats semestriels du Groupe. Le chiffre d'affaires a progressé à CHF 2'656,5 millions, soit une augmentation de 8,4% en monnaies locales et de 4,5% en CHF. Grâce à une meilleure utilisation des capacités de production ainsi qu'à une diminution des coûts de l'énergie, du personnel et de l'entretien, Barry Callebaut a réalisé de solides améliorations opérationnelles. Celles-ci cependant ont été contrebalancées par la diminution prévue du ratio combiné du cacao (effet négatif d'env. CHF 23 millions) et par l'effet défavorable des conversions monétaires (env. CHF 6 millions). En outre, pendant la période sous revue, il n'y a eu moins d'effets non récurrents, alors qu'un an auparavant, la vente des affaires de produits de consommation en Asie avait permis d'enregistrer un tel profit (CHF 16,5 millions). Le résultat opérationnel EBIT s'est chiffré à CHF 208,8 millions (-1,7% en monnaies locales et -4,5% en CHF). L'amélioration des frais financiers et l'optimisation fiscale ont permis de dégager un résultat net en hausse à CHF 145,7 millions, soit plus 5,3% en monnaies locales (+1,6% en CHF).

¹ Le «ratio combiné du cacao» est le prix de vente combiné du beurre et de la poudre de cacao par rapport au prix des fèves de cacao

² Objectifs financiers à trois ans pour la période 2009/10-2011/12: 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



Communiqué de presse

Perspectives

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «En novembre 2009, comme nous l'avions prévu le premier semestre de l'exercice en cours s'est caractérisé par un environnement exigeant, compte tenu de la persistance d'un léger déclin du marché mondial du chocolat, d'un ratio combiné du cacao très bas, des prix record des fèves de cacao et du poids des conversions monétaires. Nous nous sommes bien tirés de cette conjonction de facteurs externes. Face à un tel contexte, je suis plus que satisfait de la forte croissance de notre volume qui a été soutenue par la poursuite de la mise en œuvre de contrats de sous-traitance, et de nos réalisations opérationnelles. Je suis particulièrement satisfait que les marchés émergents dans lesquels nous avons beaucoup investi ces dernières années se soient bien développés et que nos activités dans Gourmet & Spécialités, dont les marges sont élevées, aient enregistré une excellente croissance. Celle-ci a bénéficié de l'effet conjugué de notre plus forte focalisation sur ces activités, de nouveaux investissements et de notre capacité à exploiter les opportunités du marché et partant, à gagner des parts. Pour le second semestre de l'exercice en cours, nous nous attendons à ce que le marché mondial du chocolat continue de se redresser lentement et que le ratio combiné du cacao s'améliore. Par contre, l'évolution du marché des devises est plus difficile à prévoir. Pour la période de trois ans 2009/10 à 2011/12, nous avons confiance de pouvoir atteindre nos objectifs moyens et de continuer de dépasser notablement le marché mondial du chocolat.»

Vue d'ensemble des performances par régions pour le premier semestre de l'exercice 2009/10

Marché mondial du chocolat

Pendant la période sous revue, le marché mondial du chocolat a reculé de 1,4%* en termes de volume. A fin 2009, il a franchi le creux de la vague. Dans de nombreux pays d'Europe occidentale et aux Etats-Unis, la consommation s'est remise à croître depuis le début 2010. D'après les mêmes données statistiques, le marché du chocolat d'Europe occidentale a progressé de 2,1% entre septembre 2009 et janvier 2010*. Affectée plus tard que l'Europe occidentale par la crise économique mondiale, l'Europe orientale, entraînée par un recul à deux chiffres de la Russie et de l'Ukraine, a accusé une chute importante de 8,6%*. Aux Etats-Unis, la diminution de la consommation s'est ralentie pour se chiffrer à -1,9%*. Quant à la Chine, la consommation de chocolat s'est réduite de 4,6%*.

* Source: Nielsen sept. 2009-janv. 2010

Approvisionnement global & Cacao³

Pendant les premiers mois de l'exercice en cours, les prix du cacao en Bourse ont augmenté brutalement, atteignant un record vieux de 33 ans en décembre 2009, à Londres. La raison en est une mauvaise récolte principale en Afrique occidentale et des achats spéculatifs considérables. Une correction partielle est intervenue en février, notamment à New York, où des fonds ont réduit certaines de leurs positions. Le prix mondial du **sucre** a atteint son niveau le plus haut depuis trente ans, en raison d'une récolte insuffisante pour la deuxième année consécutive. Pour la première fois dans l'histoire, il a dépassé le prix du sucre de l'UE. Au cours des quatre dernières semaines, de fortes corrections ont eu lieu, ramenant le niveau du marché mondial du sucre à ce qu'il était l'été précédent. Quant au marché du **lait**, il s'est actuellement stabilisé, après une période de fortes hausses et de légères corrections, ce qui dénote la fragilité de l'équilibre entre offre et demande dans le monde.

Approvisionnement global & cacao a augmenté le **volume** de produits à base de cacao vendus à des tiers de 10,2% à 105'886 tonnes, au premier chef grâce à de fortes ventes de poudre de cacao dans les Amériques. Poussé par le prix élevé de la poudre de cacao, le **chiffre d'affaires** s'est accru de 19,7% à CHF 447,6 millions. Par rapport à l'automne 2009, le ratio combiné du cacao a continué de se détériorer. En effet, le prix du beurre de cacao est resté sous pression, tandis que celui de la poudre de cacao n'a pas cessé de s'affermir. Cette évolution a eu une influence très négative – env. CHF 23 millions - sur la rentabilité de la transformation du cacao. Par conséquent, le résultat opérationnel (EBIT) a chuté de 26,3% à CHF 23,2 millions. Depuis le début de février, le ratio combiné du cacao (à terme) s'est

³ NB: les chiffres figurant sous «Approvisionnement global & Cacao» comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao (les «produits semi-finis» aussi) à des tiers dans toutes les régions, tandis que les chiffres figurant dans les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.



Communiqué de presse

amélioré et l'on peut s'attendre à ce qu'il influence favorablement la profitabilité du Groupe à partir de l'été 2010.

Région Europe

Des signes de reprise de la consommation de chocolat se sont manifestés en Europe occidentale (en termes de volume), mais certains marchés traditionnels, tels que la France et la Suisse, sont restés négatifs. Alors que la Turquie a enregistré une croissance très forte, l'Europe orientale, dans son ensemble, est toujours affectée par la crise profonde que traverse la Russie. Dans cet environnement de marché peu homogène, la Région Europe de Barry Callebaut a augmenté son **volume des ventes** général de 4,6% à 392'426 tonnes, ce qui est très satisfaisant. Les produits Gourmet & Spécialités y ont largement contribué, partiellement en raison de la relative précocité de Pâques cette année, partiellement en raison de la légère reprise du segment premium, d'acquisitions et de gains de parts de marché. Le **chiffre d'affaires** qui s'est élevé à CHF 1'645,0 millions, a été influencé négativement par la faiblesse de l'euro et de la livre sterling par rapport au franc suisse. En monnaies locales, il a progressé de 2,7% mais s'est infléchi de 0,4% en CHF. Grâce à des améliorations opérationnelles, des mesures d'économies de coûts et des augmentations de marges, le **résultat opérationnel (EBIT)** s'est fortement accru à CHF 165,4 millions, soit une hausse de 17,0% en monnaies locales (+13,1% en CHF). En dépit d'une contraction du volume, Produits pour les consommateurs a affiché une bonne croissance de l'EBIT. Eurogran, une entreprise danoise spécialisée dans les produits pour automates acquise en été 2009, a apporté une contribution positive au volume des ventes et à l'EBIT, de même que Chocovic, un fabricant espagnol de chocolat acquis en décembre 2009, dont l'intégration dans la Région Europe se poursuit selon le plan.

Région Amériques

Dans les Amériques, le marché de la confiserie au chocolat a présenté un aspect irrégulier, des signes d'amélioration se manifestant dans certains segments (par ex. dans les cakes, pâtés et pâtisseries), alors que d'autres continuaient d'afficher des performances négatives (Food Service, restauration conventionnelle).

Dans cet environnement de marché fragile, la Région Amériques de Barry Callebaut est parvenue à augmenter son **volume des ventes** de 13,1% à 136'833 tonnes, sous l'effet de la mise en place progressive de contrats de sous-traitance, de clients régionaux ainsi que des fortes ventes de produits Gourmet & Spécialités, en particulier dans les segments de la boulangerie et de la grande confiserie. A CHF 460,7 millions, le **chiffre d'affaires** s'est inscrit en hausse de 15,8% en monnaies locales. En raison de la faiblesse du dollar US par rapport au franc suisse, cette progression était de 7,3% en CHF. Une hausse des coûts de la chaîne d'approvisionnement résultant de transferts de production en raison d'usines surchargées aux USA, des amortissements plus élevés et des coûts de dépréciations sur investissements, un mix de produits dilutif ainsi qu'une pression temporaire sur les marges provoquée par une vigoureuse concurrence dans le marché ont débouché sur un déclin du **résultat d'exploitation EBIT** à CHF 42,3 millions (-5,5% en monnaies locales ou -12,2% en CHF). La mise en production de l'usine de chocolat au Mexique progresse comme prévu. Quant à la nouvelle usine au Brésil, spécialisée dans les produits Gourmet & Spécialités pour le marché d'Amérique latine, elle sera opérationnelle en mai 2010.

Région Asie-Pacifique

A l'exception du Japon, toutes les économies d'Asie-Pacifique sont en général sorties de la crise économique mondiale. Le taux de croissance de leur PIB recommence à s'améliorer. Le **volume des ventes** a fait un bond de 24,4% à 24'391 tonnes. Avec des taux de croissance supérieurs à 30%, les fortes ventes aux clients industriels en Corée du Sud, en Malaisie, en Australie et en Nouvelle Zélande ont été le moteur principal de cette évolution. En Chine, où le marché du chocolat a continué de se contracter, le volume des ventes a augmenté de 15%. Les produits Gourmet & Spécialités ont enregistré un accroissement à deux chiffres du volume des ventes. La demande de produits fabriqués localement est restée un peu plus élevée mais les produits importés de Gourmet & Spécialités sont revenus en force. Le **chiffre d'affaires** a vigoureusement augmenté à CHF 103,2 millions, en hausse des 22,3% en monnaies locales (+17,1% en CHF). Compte non tenu de la contribution non récurrente de CHF 16,5 millions provenant de la vente des affaires pour consommateurs en Asie de Van Houten Singapour survenue un an plus tôt, le **résultat opérationnel (EBIT)** a bondi de 55,7%.



Communiqué de presse

Développement par groupes de produits pendant le premier semestre de l'exercice 2009/10

Chocolat pour clients industriels a vu son volume des ventes s'accroître de 8,6% à 411'134 tonnes sous l'effet d'une croissance vigoureuse dans toutes les régions ainsi que de la mise en place de contrats de sous-traitance signés antérieurement. Alors qu'il affichait une croissance de 8,1% en monnaies locales, le chiffre d'affaires a progressé de 2,7% en CHF, en raison de l'influence négative des conversions monétaires. Le chiffre d'affaires s'est inscrit à CHF 1'349,1 millions.

Pour le groupe des produits industriels (Cacao et Chocolat pour clients industriels), le résultat d'exploitation (EBIT) a atteint CHF 141,4 millions, en hausse de 0,9% en monnaies locales (-2,1% en CHF). Les améliorations opérationnelles ont été contrebalancées par la baisse du ratio combiné du cacao et l'effet négatif des fluctuations de change.

Produits Gourmet & Spécialités a vu la croissance du volume des ventes recevoir un nouveau coup d'accélérateur par rapport au premier trimestre de l'exercice en cours, grâce à une plus grande focalisation sur les affaires avec les clients artisanaux, au renforcement de la distribution, à l'ajustement de l'assortiment et à des gains de parts de marché. C'est ainsi que le volume des ventes a augmenté vigoureusement de 18,1% à 70'900 tonnes. Toutes les régions et toutes les marques (tant internationales que locales) ont contribué à cette augmentation. A cela s'ajoute l'effet des acquisitions d'Eurogran au Danemark et de Chocovic en Espagne. Les affaires avec les segments boulangerie, pâtisserie et confiserie se sont maintenues, alors que celles de l'hôtellerie, restauration, traiteur (HORECA) sont restées faibles. Le chiffre d'affaires s'est élevé à CHF 382,3 millions, en hausse de 16,5% en monnaies locales (+12,9% en CHF).

Produits pour les consommateurs a subi un changement d'échelle après le désinvestissement d'activités de consommation l'année précédente, ce qui n'est pas resté sans effet sur le volume des ventes et le chiffre d'affaires. Produits pour les consommateurs est parvenu à augmenter ses ventes en Scandinavie, en Autriche et en Italie. Par contre, il a été affecté par la contraction du volume en France et en Allemagne. Dans ce dernier pays, le recul provient de la retenue des consommateurs et de l'achèvement de contrats avec de grands distributeurs, dont les prix n'étaient pas satisfaisants. Les tablettes, barres et pralinés ont affiché une bonne performance, contrairement aux produits saisonniers qui ont reculé. Le chiffre d'affaires a atteint CHF 477,5 millions (-6.0% en monnaies locales et -7,7% en CHF).

Pour le groupe de produits Services alimentaires/commerce de détail (Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs), le résultat d'exploitation (EBIT) s'est chiffré à CHF 99,0 millions, en baisse de 2,9% en monnaies locales (-4,9% en CHF), principalement en raison du profit non récurrent déjà mentionné de CHF 16,5 millions provenant de la vente de Van Houten Singapour lors de la même période de l'exercice précédent. Abstraction faite de ce facteur, l'EBIT a progressé de 15,3%.

* * *

Pour davantage d'informations financières, veuillez consulter le «Rapport semestriel 2009/10 – Lettre aux actionnaires» de Barry Callebaut publié en allemand et en anglais sur le site du Groupe (www.barry-callebaut.com/reports).

* * *

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4,9 milliards/EUR 3,2 milliards/USD 4,3 milliards 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. Présent dans 26 pays, Barry Callebaut possède quelque 40 sites de productions et occupe 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 de l'innovation dans les produits 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 dans des projets contribuant à établir une chaîne d'approvisionnement du cacao plus durable.



Communiqué de presse

* * *

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

Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2009/10 (communiqué)	30 juin 2010
Résultats annuels 2009/10 (communiqué et conférence)	4 novembre 2010, Zurich
Assemblée générale annuelle 2009/10	7 décembre 2010, Zurich

* * *

Contacts

Pour investisseurs et analystes financiers:

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

Pour les médias:

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



Communiqué de presse

Conférence de Barry Callebaut SA pour les analystes et les médias

Date: jeudi 1^{er} avril 2010
Heure: de 09h30 à 11h00 env.
Lieu: Widder Hotel, Widder Saal,
Rennweg 7, 8001 Zurich, Suisse

Vous pouvez aussi suivre la conférence par téléphone ou audio web cast.

Veillez composer:

Suisse:	0445 803 409
Belgique:	0240 034 02
France:	0170 708 180
Allemagne:	0692 222 204 55
Royaume-Uni:	+44 (0) 1452 560 068
Japon:	0066 331 324 75
Chine (sud)	1080 012 018 13
Chine (nord)	1080 071 218 19
Etats-Unis:	1866 966 9439
Canada:	1866 966 0399
Reste du monde:	+44 (0) 1452 560 068

Code: 59272495

Pour accéder à la **transmission en direct sur le Net**, veuillez cliquer sur le lien suivant:
<http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20100401/>

Vous trouverez également tous les détails concernant la connection sur notre site Internet www.barry-callebaut.com. Nous recommandons aux participants de se connecter sur le Net et d'enregistrer leurs données 10 minutes avant le début de la transmission. Etant donné qu'il peut y avoir un léger décalage entre le son et le passage à l'audio web cast, il vous est possible de télécharger la présentation sur notre site.

Un enregistrement de la conférence sera disponible dès le 1^{er} avril 2010, 12h30, pendant un mois, au no **+44 (0) 1452 55 00 00** – code de référence «**59272495#**» et l'audio web cast pendant trois mois sur le lien suivant <http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20100401/>. (Les détails se trouvent aussi sur le site Internet de Barry Callebaut).

Si vous avez besoin d'assistance, veuillez contacter M^{me} Tamara Frey (tél. +41 43 204 0459 ou courriel: tamara_frey@barry-callebaut.com).

* * *



Communiqué de presse

Chiffres-clés des ventes du Groupe Barry Callebaut pour le premier semestre 2009/10 (non audités)

		Variation en %		Six mois au 28 février 2010	Six mois au 28 février 2009*
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
<u>GROUPE</u>					
Volume des ventes	tonnes		7,8%	659'536	611'920
Chiffre d'affaires	mio CHF	8,4%	4,5%	2'656,5	2'543,1
EBITDA	mio CHF	0,1%	(2,8%)	260,5	268,1
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(1,7%)	(4,5%)	208,8	218,6
Résultat net de la période	mio CHF	5,3%	1,6%	145,7	143,4
<u>PAR RÉGIONS</u>					
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		10,2%	105'886	96'093
Chiffre d'affaires	mio CHF	21,8%	19,7%	447,6	373,9
EBITDA	mio CHF	(18,5%)	(17,3%)	33,5	40,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(28,9%)	(26,3%)	23,2	31,5
Europe					
Volume des ventes	tonnes		4,6%	392'426	375'251
Chiffre d'affaires	mio CHF	2,7%	(0,4%)	1'645,0	1'651,7
EBITDA	mio CHF	13,3%	10,6%	194,0	175,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	17,0%	13,1%	165,4	146,3
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		13,1%	136'833	120'963
Chiffre d'affaires	mio CHF	15,8%	7,3%	460,7	429,4
EBITDA	mio CHF	3,5%	(3,7%)	50,2	52,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(5,5%)	(12,2%)	42,3	48,2
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		24,4%	24'391	19'612
Chiffre d'affaires	mio CHF	22,3%	17,1%	103,2	88,1
EBITDA	mio CHF	(53,2%)	(53,8%)	12,2	26,4
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(58,0%)	(58,0%)	9,5	22,6

* Certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle



Communiqué de presse

		Variation en %		Six mois au 28 février 2010	Six mois au 28 février 2009*
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
PAR GROUPE DE PRODUITS					
Produits industriels					
Volume des ventes	tonnes		8,9%	517'021	474'664
Cacao	tonnes		10,2%	105'886	96'093
Chocolat pour clients industriels	tonnes		8,6%	411'134	378'570
Chiffre d'affaires	mio CHF	11,2%	6,5%	1'796,7	1'687,2
Cacao	mio CHF	21,8%	19,7%	447,6	373,9
Chocolat pour clients industriels	mio CHF	8,1%	2,7%	1'349,1	1'313,3
EBITDA	mio CHF	3,0%	(0,3%)	171,1	171,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	0,9%	(2,1%)	141,4	144,5

Services alimentaires / Commerce de détail					
Volume des ventes	tonnes		3,8%	142'515	137'256
Gourmet & Spécialités	tonnes		18,1%	70'900	60'040
Produits pour les consommateurs	tonnes		(7,3%)	71'615	77'216
Chiffre d'affaires	mio CHF	2,9%	0,5%	859,8	855,9
Gourmet & Spécialités	mio CHF	16,5%	12,9%	382,3	338,7
Produits pour les consommateurs	mio CHF	(6,0%)	(7,7%)	477,5	517,2
EBITDA	mio CHF	(1,3%)	(3,3%)	118,8	122,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(2,9%)	(4,9%)	99,0	104,1

* Certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle