



Communiqué de presse

Barry Callebaut – Résultats annuels pour l'exercice 2011/12

Accélération des ventes, croissance future en préparation

- Forte croissance du volume dans toutes les régions: +8,7%, importante surperformance du marché
- Des investissements substantiels ont affecté le résultat: EBIT +1,0%, bénéfice net -5,2% (en monnaies locales)
- Croissance du chiffre d'affaires emmenée par Produits pour clients industriels, les marchés émergents et les partenariats stratégiques
- Renouvellement des objectifs à moyen terme¹: croissance de 6-8% du volume et de l'EBIT jusqu'en 2014/15
- Proposition de paiement aux actionnaires de CHF 15,50 par action, soit un taux de distribution de 33%
- Nicolas Jacobs proposé à l'élection au Conseil d'administration; démission de Stefan Pfander

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Barry Callebaut a réalisé une forte croissance du volume au cours de l'exercice écoulé, surperformant largement le marché. Grâce à un quatrième trimestre particulièrement animé, nous sommes parvenus à accélérer l'allure. L'activité est restée généralement solide dans les marchés développés comme dans les émergents. Nous avons beaucoup investi dans les structures, les usines, les activités Gourmet et le «Cacao Durable». Ces investissements ciblés, conjugués aux frais de démarrage concernant divers accords de partenariat ont affecté nos résultats.»

Chiffres-clés du Groupe pour l'exercice 2011/12 – sur activités poursuivies

		Variations en %			
		en monnaies locales	en monnaie de présentation	12 mois au 31 août 2012	12 mois au 31 août 2011 ²
Volume des ventes	tonnes		8,7	1'378'856	1'268'925
Chiffre d'affaires	mio CHF	11,5	8,3	4'829,5	4'459,9
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	1,0	(2,5)	353,2	362,3
EBIT par tonne	CHF	(7,0)	(10,3)	256,2	285,5
Résultat net	mio CHF	(5,2)	(8,5)	241,1	263,6

Zurich/Suisse – le 7 novembre 2012 – Au cours de l'exercice 2011/12 s'étant terminé le 31 août 2012, Barry Callebaut SA, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a accéléré son rythme de croissance et réalisé une forte augmentation du volume dans toutes les régions. Le volume des ventes a progressé de 8,7% à 1'378'856 tonnes. Tous les groupes de produits ont contribué à cette progression et celle-ci, sous l'impulsion des activités de base du Groupe, Produits pour clients industriels, y-compris les

¹ Moyenne des objectifs de croissance à quatre ans 2022/12 – 2014/15: volume des ventes 6-8%, EBIT en monnaies locales au moins en ligne avec la croissance du volume – sauf imprévus majeurs.

² Recalculé en raison de l'effet d'activités abandonnées.



Communiqué de presse

accords de partenariat à long terme, a été nettement plus élevée que celle du marché mondial³. Les spécialités et les marchés émergents ont également soutenu la croissance. Les affaires Gourmet de Barry Callebaut ont largement surpassé la croissance des marchés locaux respectifs.

Le chiffre d'affaires s'est accru de 11,5% en monnaies locales (+8,3% en CHF) à CHF 4'829,5 millions. Dans le but de soutenir la croissance actuelle et future, Barry Callebaut a beaucoup investi dans les structures, l'expansion de ses usines, les activités de Gourmet, le démarrage d'accords stratégiques de partenariat et dans «Cacao Durable». Une accélération de la demande ainsi que des contraintes de capacité dans certains domaines ont entraîné des coûts d'exploitation et d'approvisionnement plus élevés. Ces facteurs ont affecté le résultat opérationnel (EBIT) du Groupe, lequel a augmenté de 1,0% en monnaies locales (-2,5% en CHF) à CHF 353,2 millions. Un EBIT plus faible (en CHF), des coûts financiers plus élevés, de même qu'une situation fiscale moins favorable ont conduit à un recul du résultat net sur activités poursuivies (-5,2% en monnaies locales, -8,5% en CHF) à CHF 241,1 millions. Le bénéfice net de l'exercice, compte tenu des opérations abandonnées, s'est établi à CHF 142,6 millions, contre CHF 176,8 millions un an auparavant.

Perspectives – Positives pour les performances du Groupe, en dépit d'un environnement exigeant

«En dépit d'un environnement économique assez difficile, en particulier en Europe occidentale, nous restons positifs quant à notre stratégie et à la réalisation de nos objectifs. Ainsi, nous avons renouvelé nos objectifs à moyen terme, soit 6-8% de croissance moyenne pour le volume et l'EBIT jusqu'en 2014/15⁴», a déclaré Juergen Steinemann à propos des perspectives. «Pour l'exercice en cours, notre priorité principale est de terminer les différents investissements de capacités et de structures, créant ainsi une base solide pour notre croissance profitable. Les autres priorités sont de gérer la poursuite de notre croissance découlant des partenariats à long terme, de Gourmet et des marchés émergents, de même que l'augmentation de notre efficacité opérationnelle grâce au projet «Spring» en Europe occidentale. Nous comptons amener également de nouvelles innovations sur le marché et continuer d'investir dans notre projet durable «Cocoa Horizons».

Développements stratégiques / faits marquants autour des quatre piliers stratégiques

Expansion

Récemment, Barry Callebaut a conclu des accords à long terme avec Unilever, Grupo Bimbo (Mexique), Morinaga (Japon) et Arcor (Chili). Le Groupe a créé une joint venture avec P.T. Comextra en vue de la construction d'une nouvelle usine de transformation du cacao en Indonésie. Par le biais d'augmentations de capacité dans des usines existantes et de la construction de nouvelles usines, Barry Callebaut a largement développé son empreinte industrielle. Dans le but de développer encore sa présence géographique dans les marchés émergents, Barry Callebaut a annoncé récemment la construction d'une nouvelle usine en Turquie. Pour soutenir l'accélération de ses activités Gourmet, le Groupe a aussi acquis l'entreprise espagnole la Morella nuts et la fabrique de décorations américaine Mona Lisa Food Products, Inc. Concentrant ses activités sur les affaires interentreprises (B2B), Barry Callebaut a annoncé son intention de vendre à «Chocolaterie de Bourgogne» sa dernière usine de chocolat pour consommateurs se trouvant à Dijon (France).

³ Le marché mondial de la confiserie en chocolat a augmenté en volume de 1,0% par an. Source: Nielsen, septembre 2011 – août 2012.

⁴ Moyenne des objectifs de croissance à quatre ans 2022/12 – 2014/15: volume des ventes 6-8%, EBIT en monnaies locales au moins en ligne avec la croissance du volume – sauf imprévus majeurs.



Communiqué de presse

Innovation

Barry Callebaut est la première entreprise à recevoir – c'était en juillet dernier –, un Avis scientifique positif de l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) sur une allégation de santé concernant les flavanols de cacao. Le Groupe a pu fournir la preuve que l'absorption d'une quantité déterminée de flavanols de cacao a une influence positive sur la circulation sanguine dans le corps humain. En outre, Barry Callebaut a reçu également des distinctions pour deux de ses innovations récentes: le chocolat Terra Cacao™ basé sur la méthode de fermentation contrôlée brevetée par le Groupe, ainsi qu'un chocolat spécial pour une nouvelle crème glacée Magnum®.

Leadership des Coûts

Les coûts généraux de fabrication par tonne produite ont diminué comparativement de 3% (objectif -2%). La forte croissance du volume, soutenue par des améliorations technologiques et de processus de fabrication, ont permis d'accroître à la fois la capacité d'utilisation pour le chocolat liquide et le taux de capacité d'utilisation de la transformation du cacao. Après la vente des affaires de Produits pour les consommateurs, Barry Callebaut a mis en place un programme étendu de réingénierie appelé «Spring» focalisé principalement sur l'Europe occidentale. Le Groupe entend ainsi améliorer le service client, dynamiser les délais de mise en marché, réduire les complexités internes et accroître l'efficacité générale ainsi que celle des services aux autres Régions.

Cacao Durable

En lançant «Cocoa Horizons», Barry Callebaut a démarré le programme de durabilité le plus complet de son histoire, basé sur son engagement de longue date dans ce domaine. Ce programme se focalise sur des investissements directs et effectifs dans les premières étapes de la chaîne d'approvisionnement en cacao. Au cours des dix prochaines années, Barry Callebaut investira CHF 40 millions dans les pays d'origine les plus importants. L'année dernière, le Groupe a surtout financé des cours de formation en Bonnes pratiques agricoles (GAP) pour les planteurs. Il a aussi préparé ces derniers aux certifications. En outre, Barry Callebaut a commencé la construction en Côte d'Ivoire d'un Centre d'excellence pour le cacao. Durant l'exercice écoulé, il a également organisé pour des planteurs plus de 500 cours pratiques sur le terrain.

Performances par Régions et segments

Région Europe – Forte croissance dans des marchés en partie difficiles

Le marché européen de la confiserie en chocolat a progressé de 1,4%. S'il s'est légèrement contracté en Europe occidentale (-0,6%), il a, par contre, en Europe orientale, enregistré une croissance intéressante et supérieure à la moyenne (+5,2%) emmenée par la Russie, la Turquie et la Pologne⁵.

Compte tenu de conditions de marché exigeantes, en particulier en Europe méridionale, la Région Europe a réalisé une forte croissance du volume : Le volume total des ventes a augmenté de 6,9% à 688'203 tonnes.

En Europe occidentale, après un départ lent, les activités de Produits pour clients industriels ont graduellement accéléré la croissance du volume des ventes pour terminer sur un quatrième trimestre exceptionnellement fort. Cette croissance était alimentée par des accords de sous-traitance, des spécialités et des gains de parts de marché. Les activités de Gourmet ont produit une bonne performance en dépit de marchés difficiles dans certains pays-clés, notamment en Europe méridionale. Le volume des ventes de la division Boissons a légèrement reculé en raison des conditions météorologiques et de déstockage chez certains clients.

⁵ Source: Nielsen, septembre 2011 – août 2012.



Communiqué de presse

En Europe orientale, tant Produits pour clients industriels que Produits Gourmet & Spécialités ont continué d'afficher une croissance à deux chiffres, la Russie et la Pologne apportant les contributions les plus importantes.

Le chiffre d'affaires total a augmenté de 5,1% en monnaies locales (+0,2% en CHF) à CHF 2'150,6 millions. Les frais de démarrage d'accords de sous-traitance, des coûts de fabrication et de chaîne d'approvisionnement plus élevés, ainsi que des investissements nécessaires pour adapter les structures de même que Gourmet ont affecté le résultat opérationnel (EBIT), lequel a reculé de 1,7% en monnaies locales (-5,1% en CHF) à CHF 232,2 millions.

Région Amériques – La croissance à deux chiffres continue – chiffre d'affaires et résultats

Aux Etats-Unis, le marché a reculé de 2,0%, tandis qu'au Brésil, le rythme de croissance du marché s'est ralenti à 4,7%⁶. Pour Barry Callebaut, la croissance a été nettement plus rapide que celle des marchés nationaux.

Globalement, dans la Région Amériques, le volume des ventes s'est fortement accru de 15,3% à 361'819 tonnes. Tant Produits pour clients industriels que Gourmet & Spécialités ont continué de réaliser une croissance à deux chiffres. En Amérique du Nord, les grands clients et les clients nationaux ont affiché des taux de croissance à deux chiffres, sous l'influence de nouveaux volumes provenant d'accords de sous-traitance et de gains de parts de marché. Au Brésil, Barry Callebaut est parvenu à plus que doubler ses volumes avec la clientèle industrielle. Au Mexique aussi, Barry Callebaut a enregistré une forte performance, avec une augmentation à deux chiffres du volume d'affaires. Nos marques leaders d'importation Callebaut® et Cacao Barry® ont largement contribué à la forte croissance de Gourmet.

Le chiffre d'affaires a progressé de 13,1% en monnaies locales (+13,5% en CHF) à CHF 1'111,8 millions. Les résultats d'exploitation ont surpassé le vigoureux développement du volume et des revenus, dans une large mesure grâce à une conjonction d'éléments positifs, en particulier la forte performance de Gourmet, l'évolution généralement positive des marges et l'amélioration des capacités d'utilisation. Le résultat opérationnel (EBIT) a augmenté de 25,4% en monnaies locales (+25,6% en CHF) à CHF 90,2 millions.

Région Asie-Pacifique – Croissance élevée et profitable

En Asie, les marchés du chocolat ont poursuivi leur solide croissance au rythme de 5,5%⁷.

Dans la Région Asie-Pacifique, Barry Callebaut a poursuivi sur sa trajectoire commencée il y a quelques années et maintenu une croissance à deux chiffres du volume, bien que certaines contraintes de capacité en début d'année ont limité les possibilités de croissance. Le volume des ventes a augmenté de 10,3% à 57'815 tonnes. Produits pour clients industriels a affiché une progression à deux chiffres du volume des ventes, en particulier sous l'effet de partenariats stratégiques. Dans le secteur Gourmet, le Groupe a continué de renforcer son leadership grâce à ses marques mondiales Callebaut® et Cacao Barry®.

Bien que les prix moyens des matières premières aient baissé par rapport à l'année précédente, le chiffre d'affaires a progressé de 4,1% en monnaies locales (+4,7% en CHF) à CHF 232,4 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a surperformé la croissance du volume de 20,9% en monnaies locales (+19,3% en CHF) à CHF 29,7 millions, ce qui est dû en partie à l'augmentation des capacités d'utilisation et en partie à l'évolution positive des marges.

⁶ Source: Nielsen, septembre 2011 – août 2012.

⁷ Source: Euromonitor International.



Communiqué de presse

Approvisionnement global & Cacao⁸ – Investir dans la croissance future

Après une baisse continue jusqu'à fin 2011, les prix du cacao se sont stabilisés dans une fourchette de GBP 1'400 - 1'600 la tonne. A fin juillet, le temps sec en Afrique, des incertitudes quant à la prochaine récolte principale et la réforme du cacao en Côte d'Ivoire ont soumis les prix à une légère pression haussière.

Les prix du sucre sur le marché mondial ont subi une importante correction à la baisse, alors que les prix du sucre UE sont restés à des niveaux historiquement élevés. Les prix de la poudre de lait ont commencé à baisser. Par la suite, ils se sont brusquement envolés en raison de la sécheresse aux Etats-Unis et ont clôturé au niveau relativement élevé de l'année précédente.

Au premier semestre, des augmentations de capacité dans des usines existantes ainsi qu'une demande interne plus élevée pour la poudre de cacao ont affecté la croissance d'Approvisionnement global & Cacao. Au début de 2012, la demande extérieure a commencé à se redresser sous l'influence de partenaires stratégiques de Barry Callebaut. Dans son ensemble, le volume des ventes a progressé de 4,7% à 271'019 tonnes. Le segment a enregistré une nouvelle et forte augmentation de ses revenus: le chiffre d'affaires a fait un bond de 23,8% en monnaies locales (+20,1% en CHF) à CHF 1'334,7 millions, en raison de prix plus élevés pour la poudre de cacao au moment de la conclusion des ventes.

Après une correction initiale à la baisse, le ratio combiné du cacao s'est repris plus tard dans l'année; globalement, il a eu un effet neutre sur la profitabilité de Barry Callebaut. Par contre, la croissance positive du volume n'est pas parvenue à compenser entièrement l'augmentation des coûts de lancement d'accords stratégiques de partenariat, y compris les coûts correspondants de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique, de même que ceux découlant des investissements en durabilité. Par conséquent, le résultat opérationnel (EBIT) a diminué de 8,9% en monnaies locales (-15,7% en CHF) à CHF 65,2 millions.

Propositions à l'Assemblée générale annuelle

Paiement aux actionnaires

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale annuelle du 5 décembre 2012 le paiement aux actionnaires de CHF 15,50 (identique à 2011), ce qui représente un taux de distribution de 33% (par rapport au bénéfice net des activités poursuivies). Le paiement aux actionnaires sera payé en partie d'un dividende par des réserves issues d'apports de capitaux et en partie par une diminution du capital sous la forme d'un remboursement de valeur nominale. La redistribution de ces fonds aux actionnaires résidant en Suisse ne sera ni soumise à l'impôt anticipé et – pour les personnes résidant en Suisse et détenant les actions en tant que propriété privée – ni à l'impôt sur le revenu. Sous réserve de l'approbation par l'Assemblée générale annuelle, le paiement aux actionnaires sera payé le 4 mars 2013.

Conseil d'administration

Tous les membres actuels du Conseil d'administration se présentent à nouveau pour un mandat d'une durée d'un an, à l'exception de M. Stefan Pfander. Il se retirera du Conseil d'administration à la date de l'Assemblée générale 2012, après en avoir été membre pendant 7 ans. Présidé par Andreas Jacobs, le Conseil d'administration exprime sa gratitude à M. Pfander pour ses précieuses contributions au développement du Groupe.

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale l'élection de M. Nicolas Jacobs, en qualité de nouveau membre du Conseil. Cette proposition reflète aussi l'engagement et le soutien de l'actionnaire majoritaire, la famille Jacobs, envers Barry Callebaut dans sa croissance future.

⁸ Les chiffres figurant sous «Approvisionnement global & Cacao» comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao à des tiers dans toutes les régions, alors que les chiffres figurant dans les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.



Communiqué de presse

M. Jacobs occupe actuellement les fonctions de Directeur principal de Fusions & Acquisitions et Développements globaux de Burger King Corporation. Depuis 2008, il est aussi membre du Conseil d'administration de Jacobs AG. Nicolas Jacobs est également un actionnaire important de Barry Callebaut SA. (Voir CV séparé)

Pour davantage d'informations financières, on peut consulter le «Annual Report 2011/12» de Barry Callebaut (disponible seulement en anglais le 7 novembre 2012; une version allemande (en PDF uniquement) sera disponible le 19 novembre 2012), de même que la «Letter to Investors 2011/12». Ces deux documents se trouvent sur le site Internet de Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com/documentation); des versions imprimées seront disponibles dès le 26 novembre 2012.

Calendrier de l'exercice 2012/13 (du 1^{er} septembre 2012 au 31 août 2013):

Assemblée générale annuelle 2011/12	5 décembre 2012, Zurich
Chiffres-clés des ventes du premier trimestre 2012/13 (communiqué de presse)	16 janvier 2013
Résultats semestriels 2012/13 (communiqué & conférence)	8 avril 2013, Zurich
Chiffres-clés des neuf premiers mois 2012/13 (communiqué de presse)	4 juillet 2013
Résultats annuels 2012/13 (communiqué & conférence)	7 novembre 2013, Zurich
Assemblée générale annuelle 2012/13	11 décembre 2013, Zurich

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,8 milliards (EUR 4,0 milliards /USD 5,2 milliards) environ pour l'exercice 2011/12, 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 en chocolat le plus fin. Présent dans 30 pays, Barry Callebaut possède environ 45 sites de production et occupe une force de travail spécialisée et diversifiée de quelque 6000 personnes. Le Groupe fournit toute l'industrie alimentaire, en particulier les fabricants, les artisans et les utilisateurs professionnels de chocolat, tels que chocolatiers, pâtisseries et boulangers. Pour ces derniers, il dispose de ses deux marques mondiales Callebaut® et Cacao Barry®. Barry Callebaut est le leader mondial de l'innovation dans le cacao et le chocolat. Il fournit en outre une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, des processus de fabrication, de la formation et du marketing. Le leadership des coûts est un autre motif important de collaboration avec Barry Callebaut pour des industriels de l'alimentation tant globaux que locaux. Par le biais de ses nombreux programmes de durabilité et de ses activités de recherche, le Groupe travaille avec des planteurs, leurs organisations ainsi qu'avec d'autres partenaires afin d'assurer à l'avenir l'approvisionnement en cacao et d'améliorer les conditions d'existence des planteurs.



Communiqué de presse

Conférences pour médias et analystes/investisseurs institutionnels de Barry Callebaut SA

Date: Mercredi, le 7 novembre 2012

Lieu: Siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy, rez-de-chaussée,
Pfungstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zurich/Suisse

Heure: **Média:** de 9h30 à 10h30 HEC

Analystes/investisseurs institutionnels: de 11h30 à env. 13h00 HEC

Il est possible de suivre les conférences par téléphone ou web cast. Tous les détails pour y accéder se trouvent sur le site de Barry Callebaut:

[Media](#)

[Analysts](#)

Contacts:

pour investisseurs et analystes financiers:

Evelyn Nassar

Head of Investor Relations

Barry Callebaut SA

Tél. +41 43 204 04 23

evelyn_nassar@barry-callebaut.com

pour les médias:

Raphael Wermuth

External Communications Manager

Barry Callebaut SA

Tél. +41 43 204 04 58

raphael_wermuth@barry-callebaut.com



Communiqué de presse

Chiffres-clés du Groupe pour l'exercice 2011/12 – sur activités poursuivies

		Variations en %			
		en monnaies locales	en monnaie de présentation	12 mois au 31 août 2012	12 mois au 31 août 2011 ⁹
Groupe					
Volume des ventes	tonnes		8,7	1'378'856	1'268'925
Chiffre d'affaires	mio CHF	11,5	8,3	4'829,5	4'459,9
EBITDA	mio CHF	4,4	0,9	434,3	430,3
Résultat d'exploitation (EBIT)	mio CHF	1,0	(2,5)	353,2	362,3
Résultat net	mio CHF	(5,2)	(8,5)	241,1	263,6
Résultat net (incl. activités abandonnées)	mio CHF	(15,8)	(19,3)	142,6	176,8
Par régions					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		6,9	688'203	643'943
Chiffre d'affaires	mio CHF	5,1	0,2	2'150,6	2'147,1
EBITDA	mio CHF	0,1	(3,4)	261,3	270,6
Résultat d'exploitation (EBIT)	mio CHF	(1,7)	(5,1)	232,2	244,7
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		15,3	361'819	313'715
Chiffre d'affaires	mio CHF	13,1	13,5	1'111,8	979,2
EBITDA	mio CHF	25,7	25,8	107,3	85,3
Résultat d'exploitation (EBIT)	mio CHF	25,4	25,6	90,2	71,8
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		10,3	57'815	52'397
Chiffre d'affaires	mio CHF	4,1	4,7	232,4	221,9
EBITDA	mio CHF	20,6	19,8	35,7	29,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	20,9	19,3	29,7	24,9
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		4,7	271'019	258'870
Chiffre d'affaires	mio CHF	23,8	20,1	1'334,7	1'111,7
EBITDA	mio CHF	(1,2)	(7,4)	91,4	98,7
Résultat d'exploitation (EBIT)	mio CHF	(8,9)	(15,7)	65,2	77,3
Par groupes de produits					
Volume des ventes	tonnes		8,7	1'378'856	1'268'925
Produits à base de cacao	tonnes		4,7	271'019	258'870
Produits pour clients industriels	tonnes		10,8	962'058	868'590
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		3,0	145'779	141'465
Chiffre d'affaires	mio CHF	11,5	8,3	4'829,5	4'459,9
Produits à base de cacao	mio CHF	23,8	20,1	1'334,7	1'111,7
Produits pour clients industriels	mio CHF	8,3	5,2	2'774,0	2'635,7
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	4,2	1,2	720,8	712,5

⁹ Recalculé en raison de l'effet d'activités abandonnées.