

# Communiqué de presse

## Résultats annuels 2014/15 du groupe Barry Callebaut

### Barry Callebaut continue de surpasser nettement le marché mondial du chocolat

- Croissance générale de 4,5 % du volume des ventes, avec une accélération significative au 4<sup>e</sup> trimestre
- Résultat opérationnel (EBIT) en hausse de 7,4% en monnaies locales (-0,3 % en CHF), bénéfice net en baisse de 2,7 % en monnaies locales (-5,9 % en CHF)
- Antoine de Saint-Affrique nouveau CEO depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2015
- Nouveaux objectifs financiers à moyen terme<sup>1</sup>, axés sur une croissance du volume régulière supérieure à celle du marché et une meilleure rentabilité, et en moyenne:
  - croissance du volume de 4 à 6 %
  - EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales
- Tous les membres du Conseil d'administration se présentent à la réélection ; .Patrick De Maeseneire, nouveau CEO de Jacobs Holding, proposé comme membre du Conseil d'administration et Vice-président
- Proposition de versement aux actionnaires de CHF 14,50 par action; taux de distribution stable de 33 %

Zurich/Suisse, le 4 novembre 2015 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Comme cela a été le cas systématiquement au cours des dix dernières années, nous sommes parvenus à surpasser le marché et à générer une croissance solide et rentable. Après un début d'exercice 2014-2015 plutôt lent, notre croissance en volume s'est accélérée, particulièrement au cours du dernier trimestre, pour atteindre 4,5 % sur l'année, une évolution très différente de celle du marché mondial de la confiserie<sup>2</sup>. La croissance du volume des ventes a été générale, portée par les marchés développés et soutenue par nos principaux facteurs de croissance que sont l'externalisation, les marchés émergents et les produits Gourmet. Malgré la faiblesse historique du marché des produits de cacao et mis à part un effet de change négatif important, nous avons amélioré notre résultat opérationnel. Cette amélioration est le résultat de l'attention constante que nous portons à la gamme de produits, aux marges et aux coûts. Je félicite l'équipe pour cette solide performance.»

#### Chiffres clés des ventes du Groupe pour l'exercice 2014/15

		Variation en %		12 mois au 31 août 2015	12 mois au 31 août 2014
		en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	Tonnes		4,5	1 794 782	1 716 766
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12,1	6,4	6241,9	5865,9
Bénéfice brut	mio. CHF	4,8	(1,7)	846,8	861,1
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	7,4	(0,3)	414,8	416,2
Bénéfice net pour	mio. CHF	(2,7)	(5,9)	239,9	255,0

<sup>1</sup> En moyenne pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

<sup>2</sup> Le marché mondial des confiseries chocolatées enregistre une baisse de 2,7 % en volume. Source: Nielsen, septembre 2014 – août 2015.

l'exercice					
EBIT par tonne	CHF	2,9	(4,7)	231,1	242,4

Au cours de l'exercice 2014/15 (clos le 31 août 2015), le groupe Barry Callebaut – premier fabricant mondial de produits à base de chocolat et de cacao – a augmenté son **volume des ventes** de 4,5 % à 1 794 782 tonnes, avec une forte accélération au cours du dernier trimestre. La croissance de la société au cours de l'exercice est plus favorable que celle du marché mondial de la confiserie qui, selon Nielsen, enregistre un recul de 2,7 %<sup>2</sup>. La croissance a été générale, grâce aux solides contributions des marchés développés en Europe occidentale et en Amérique du Nord, ainsi qu'à l'externalisation, aux marchés émergents et à l'activité Gourmet & Spécialités. Le **chiffre d'affaires** a progressé de 12,1 % en monnaies locales (+6,4 % en CHF) à CHF 6241,9 millions, sous l'effet de la croissance du volume et d'une hausse des prix des fèves de cacao pendant toute la durée de l'exercice<sup>3</sup>.

Le **résultat brut** a augmenté de 4,8 % en monnaies locales (-1,7 % en CHF), pour atteindre CHF 846,8 millions. Il a été fortement pénalisé par un ratio combiné extrêmement faible, qui a été compensé par l'attention accrue accordée par la société aux marges, aux gammes de produits et à la composition de la clientèle, renforcée par la croissance de l'activité Gourmet & Spécialités.

Le **résultat opérationnel (EBIT)** a progressé de 7,4 % en monnaies locales (-0,3 % en CHF) à CHF 414,8 millions, surpassant la croissance du volume. La faiblesse de l'EBIT du segment Global Cocoa a été compensée par la contribution positive de tous les autres groupes de produits et toutes les régions. La progression de l'EBIT est également le résultat d'une évolution satisfaisante de la marge brute et d'une stricte maîtrise des coûts fixes. À la suite du solide exercice enregistré l'an dernier, **l'EBIT par tonne** du Groupe a progressé de 2,9 % en monnaies locales. En raison des impacts significatifs des conversions de devises, l'EBIT par tonne en CHF affiche une baisse de 4,7 %.

Le **bénéfice net pour l'exercice** est en recul de 2,7 % en monnaies locales (-5,9 % en CHF) par rapport à l'exercice précédent, à CHF 239,9 millions, reflétant des besoins de financement moyens plus élevés, principalement du fait de la hausse des prix des fèves de cacao, d'une perte de change et de l'augmentation de l'impôt sur le revenu.

### **Perspectives – recherche d'un équilibre intelligent entre une croissance du volume régulière, supérieure au marché, et une meilleure rentabilité**

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré: «Nous discernons des opportunités de croissance significatives et sommes déterminés à atteindre une croissance du volume supérieure à celle du marché, grâce à nos trois principaux facteurs de croissance que sont l'externalisation et les partenariats, les marchés émergents et l'activité Gourmet & Spécialités. Nous trouverons un équilibre entre la croissance du volume, l'amélioration de la rentabilité et la génération de cash-flow disponible – en résumé: une «croissance intelligente». Nous prévoyons cependant un exercice 2015/16 difficile en raison des conditions actuelles du marché des produits à base de cacao, ce qui affectera temporairement notre rentabilité. Nous mettons en œuvre plusieurs initiatives stratégiques, telles que le projet Cocoa Leadership, afin de tirer pleinement parti de notre envergure internationale en ce qui concerne le cacao, d'optimiser notre présence et de renforcer notre rentabilité à moyen terme. Nous adaptons nos objectifs à moyen terme et visons une croissance du volume de 4 % à 6 % et un EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, en moyenne, pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18, sous réserve d'événements majeurs imprévus.»

<sup>2</sup> Le marché mondial des confiseries chocolatées enregistre une baisse de 2,7 % en volume. Source: Nielsen, septembre 2014 – août 2015.

<sup>3</sup> Le groupe Barry Callebaut répercute les prix des matières premières sur ses clients dans la majorité de ses activités.

### Étapes stratégiques clés franchies au cours de l'exercice 2014/15

- **«Expansion»:** Acquisition des installations industrielles de fabrication de chocolat de [World's Finest® Chocolate](#), dans la région attrayante du Midwest, aux Etats-Unis, et signature d'un accord d'approvisionnement à long terme afin d'assurer la couverture de l'ensemble de ses besoins en chocolat. Signature du premier accord d'externalisation en Asie du Sud-Est avec [GarudaFood](#), en Indonésie, portant sur la couverture d'une part importante de ses besoins en pâtes à glacer au chocolat. Inauguration d'une nouvelle [usine de production de chocolat située à Paine](#) (Chili). Agrandissement des usines de production de chocolat existantes d'[Extrema](#) (Brésil) et de [Lódź](#) (Pologne). Ouverture d'une usine low-cost de pâte à glacer au chocolat à Pune (Inde). Relocalisation du centre CHOCOLATE ACADEMY™ de [Russie](#) dans le centre-ville de Moscou et ouverture de trois centres de formation destinés aux professionnels à [Tokyo](#), [Cologne](#) et [Dubai](#), afin de renforcer encore le segment Gourmet, portant à 19 le nombre de centres CHOCOLATE ACADEMY™. Acquisition d'[American Almond](#), spécialiste des noix aux Etats-Unis, afin d'optimiser l'offre de produits de spécialités dans la région Amériques.
- **«Innovation»:** Développement de nouvelles recettes de chocolat et de pâte à glacer dotées d'une [meilleure résistance thermique](#) afin de satisfaire la demande de produits chocolatés dans les pays où le climat est plus chaud. Ouverture d'un nouveau Centre d'application du chocolat à Wieze (Belgique) et du premier [Centre d'application du cacao](#) dans la région Asie-Pacifique, situé à Pasir Gudang (Malaisie). 10 % du chiffre d'affaires de l'exercice 2014/15 proviennent de produits nouveaux ou rénovés.
- **«Leadership en matière de coûts»:** Création d'un Shared Service Center à Łódź (Pologne), où seront regroupées les activités transactionnelles pour l'ensemble de l'Europe.
- **«Cacao durable»:** Lancement de la fondation indépendante à but non lucratif Fondation Cocoa Horizons dont l'objectif consiste à améliorer les conditions de vie des producteurs de cacao et de leurs communautés et de servir de plateforme pour les sociétés chocolatières et autres contributeurs souhaitant investir dans la production durable du cacao. Plus de CHF 20 millions ont été versés sous forme de primes aux producteurs et associations de producteurs. Barry Callebaut a conclu des partenariats avec [Hershey](#) et [Mondelez International](#), afin de les soutenir dans leurs engagements en faveur du développement durable et dans la mise en œuvre sur le terrain de leurs programmes de production durable du cacao.

### Performance par région / segment

#### Région Europe<sup>4</sup> – Solide dynamique de croissance en Europe occidentale et amélioration générale significative du bénéfice

Le marché européen des confiseries chocolatées a enregistré un recul de 2,6 %<sup>5</sup>.

En revanche, Barry Callebaut est parvenu à augmenter le volume de ses ventes dans la région Europe de 3,9 % à 763 646 tonnes, avec une accélération importante au cours du dernier trimestre. En Europe occidentale, l'installation de capacités de production supplémentaires, en supprimant les limites antérieures dans ce domaine, a permis une croissance supplémentaire. La région a également conclu et renouvelé des accords de partenariat à long terme avec des fabricants de produits alimentaires régionaux de premier plan. Le segment Gourmet & Spécialités a de nouveau généré une bonne performance et enregistré une solide croissance dans l'activité Boissons. Dans la région EEMEA (Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique), les résultats du segment des clients industriels sont inférieurs à ceux de l'exercice précédent du fait de la perte d'un client important qui n'a pas été totalement compensée par les résultats satisfaisants obtenus avec les autres clients. Le segment Gourmet & Spécialités a de nouveau connu une solide croissance du

<sup>4</sup> Renommée Région EMEA au 1<sup>er</sup> octobre 2015.

<sup>5</sup> Source: Nielsen, septembre 2014 – août 2015.

volume, emmenée par l'excellente croissance en Turquie, neutralisée par la Russie, où le segment a pâti de la situation politique et économique difficile.

Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires de la région Europe a progressé de manière significative (de 11,0 % en monnaies locales, -0,4 % en CHF), pour atteindre CHF 2563,7 millions aussi en raison de la hausse des prix des fèves de cacao et de l'augmentation des ventes de produits à plus forte valeur. Le résultat opérationnel (EBIT) a enregistré une progression de 19,7 % en monnaies locales (+8,1 % en CHF) à CHF 289,7 millions, à la faveur de l'amélioration des marges brutes dans le segment des clients industriels et d'une solide contribution du segment Gourmet & Spécialités.

### **Région Amériques – Solide performance dans des conditions de marché difficiles**

À l'issue d'un exercice difficile, les marchés des confiseries chocolatées de la région Amériques affichent un recul de 3,5 %.<sup>5</sup>

Dans cette région, Barry Callebaut a continué d'enregistrer une solide performance. Le volume des ventes a augmenté de 4,7 %, soit un rythme nettement supérieur au taux de croissance du marché et qui s'est accéléré au cours du second semestre de l'exercice. En Amérique du Nord, la croissance du volume des ventes a été emmenée par l'ouverture de nouveaux comptes régionaux dans les segments des clients industriels et Gourmet, notamment les marques Gourmet locales. La société a signé avec World's Finest® Chocolate, à Chicago, un accord d'externalisation, établissant ainsi un nouveau site de production pour le Groupe dans la région attrayante du Midwest, et signant un accord d'approvisionnement à long terme afin d'assurer la couverture de l'ensemble de ses besoins. En Amérique du Sud, Barry Callebaut a élargi ses activités au Brésil et au Chili, tirant parti des investissements réalisés récemment dans la capacité de production, et enregistré une croissance à deux chiffres du volume.

Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires de la région Amériques a augmenté de 11,9 % en monnaies locales (+17,1 % en CHF) et s'établit à CHF 1507,9 millions. La croissance satisfaisante des volumes et l'amélioration de la gamme de produits ont été largement neutralisées par les investissements réalisés dans les structures en Amérique du Sud. Le résultat opérationnel (EBIT) est ainsi resté stable à -0,3 % en monnaies locales (+3,3 % en CHF), s'établissant à CHF 130,7 millions.

### **Région Asie-Pacifique – Exercice satisfaisant, grâce à une solide croissance du volume des ventes et du résultat net**

Les marchés du chocolat de la région Asie-Pacifique sont restés pratiquement stables à -0,3 %.<sup>5</sup> La croissance du volume des ventes de Barry Callebaut dans la région Asie-Pacifique a surpassé le marché, progressant de 7,2 % pour atteindre 68 984 tonnes. La croissance est principalement à mettre au crédit des comptes nationaux du segment des fabricants industriels et d'une augmentation à deux chiffres dans le segment Gourmet. Barry Callebaut est fier d'avoir signé avec GarudaFood Group, l'une des principales sociétés du secteur de l'alimentation et des boissons en Indonésie, le premier accord d'externalisation en Asie du Sud-Est, portant sur la couverture d'une part importante de ses besoins en pâtes à glacer au chocolat. Cet accord s'appuie sur la crédibilité renforcée de Barry Callebaut en tant que partenaire commercial en Asie, ainsi que sur sa présence accrue dans la région et sa connaissance supérieure de cette dernière à la suite de l'acquisition de l'activité de cacao de Petra Foods.

Le chiffre d'affaires a progressé de 11,2 % en monnaies locales (+8,3 % en CHF) pour atteindre CHF 269,8 millions, alimenté par un volume des ventes plus élevé et l'augmentation des prix des fèves de cacao. Les investissements en cours dans les capacités de vente et de marketing, destinés à développer l'activité de la société dans cette région émergente, y compris le nouveau centre CHOCOLATE ACADEMY™ à Tokyo, ont quelque peu ralenti la croissance de l'EBIT par comparaison avec la croissance du volume. Néanmoins, le résultat opérationnel EBIT s'est accru de 5,9 % en monnaies locales (-0,4 % en CHF) à CHF 26,9 millions.

<sup>5</sup> Source: Nielsen, septembre 2014 – août 2015.

### **Global Cocoa – Des conditions difficiles nuisent à la rentabilité**

Le volume des ventes a progressé de 5,1 % à 496 089 tonnes, avec une accélération au dernier trimestre. Le chiffre d'affaires affiche une croissance soutenue de 13,9 % en monnaies locales (+8,2 % en CHF) favorisée par l'augmentation des prix de la poudre de cacao. Des conditions de marché difficiles, caractérisées par un ratio combiné du cacao historiquement faible, imputable à une capacité de broyage excédentaire et à une faible demande de produits de cacao, ont influencé négativement la rentabilité. De ce fait, Global Cocoa a enregistré un résultat opérationnel EBIT de CHF 47,2 millions, soit un recul de 33,7 % en monnaies locales (-42,4 % en CHF) par rapport à l'exercice précédent.

En réponse aux conditions du marché et afin de tirer pleinement parti de son envergure en ce qui concerne le cacao, Barry Callebaut adaptera son modèle commercial par le biais de son projet Cocoa Leadership. Ce projet pluriannuel, qui fait partie des initiatives stratégiques de la société annoncées il y a un an, se compose de trois éléments principaux: 1) différenciation et repositionnement de l'offre de produits, axées sur l'excellence commerciale; 2) centralisation des activités stratégiques clés, telles que la gestion du ratio cacao combiné; 3) optimisation de la présence manufacturière en ce qui concerne le cacao et des flux internationaux de produits. Il s'agit notamment de la fermeture de l'usine de cacao de Bangpakong (Thaïlande), d'ici fin janvier 2016, et de la réduction immédiate de la capacité de production de Port Klang (Malaisie).

### **Évolution des prix des matières premières**

Malgré une offre excédentaire pour la saison du cacao 2014/15, les prix des **fèves de cacao** ont encore augmenté durant cet exercice d'environ 5 % pour atteindre GBP 2101 le 28 août 2015. Dans un environnement de marché volatile, un déficit de production de cacao au Ghana a été plus que compensé par un ralentissement du broyage de cacao (environ -4 % par rapport à l'année précédente) et une récolte intermédiaire record en Côte d'Ivoire.

La faiblesse des prix du marché n'a pas eu de conséquences sur la production mondiale de **lait en poudre**, qui est restée à des niveaux élevés stables à l'échelle mondiale. La demande de lait en poudre n'ayant pas retrouvé son niveau antérieur, les prix ont connu leurs niveaux les plus bas depuis 2009 dans l'UE et depuis 2002 sur le marché mondial, après une courte embellie. Les prix ont terminé à un niveau inférieur d'environ 15 % à celui de l'exercice précédent.

Le marché mondial du **sucre** a poursuivi sa tendance à la baisse, atteignant le 24 août 2015 son point le plus bas depuis 2008. La faiblesse constante du real brésilien (à son niveau le plus bas depuis 2002), l'offre excédentaire et la constitution par les fonds d'une position à découvert ont été les principaux moteurs de cette chute des prix. En Europe, la réduction des importations préférentielles a érodé les niveaux des stocks à 1,2 million de tonnes, contre 2 millions de tonnes pour l'année précédente, déterminant une remontée des prix.

### **Changement à la barre de Barry Callebaut**

Le 1<sup>er</sup> octobre 2015, Antoine de Saint-Affrique a succédé à Juergen Steinemann au poste de CEO de Barry Callebaut. Comme nous l'avons déjà annoncé, Antoine de Saint-Affrique a rejoint Barry Callebaut après avoir travaillé pour Unilever, dont il était Président Foods et membre du Comité exécutif.

Le Conseil d'administration et la famille Jacobs remercient chaleureusement Juergen Steinemann pour les remarquables qualités de leader dont il a fait preuve et ses réussites significatives depuis qu'il a rejoint Barry Callebaut en 2009. Juergen Steinemann continuera de siéger au Conseil d'administration de Barry Callebaut.

### **Propositions à l'Assemblée générale annuelle**

#### ***Versement aux actionnaires***

Le Conseil d'administration proposera, lors de l'Assemblée générale ordinaire du 9 décembre 2015, le versement aux actionnaires de CHF 14,50 par action, ce qui représente un taux de distribution stable de 33 % du bénéfice net. De nouveau, ce paiement sera effectué par versement d'un dividende prélevé sur les réserves constituées à partir des apports de capitaux. La

distribution de ces fonds aux actionnaires ne sera pas soumise à l'impôt anticipé et, pour les personnes imposées en Suisse et détenant des actions à titre privé, à l'impôt sur le revenu. Le dividende sera versé aux actionnaires le 2 mars 2016, sous réserve d'approbation par l'Assemblée générale annuelle des actionnaires.

#### **Conseil d'administration**

Tous les membres du Conseil d'administration – Andreas Jacobs, Fernando Aguirre, Jakob Baer, James L. Donald, Nicolas Jacobs, Timothy E. Minges, Andreas Schmid, Juergen B. Steinemann and Wai Ling "Winnie" Liu – se présentent à la réélection.

Le Conseil d'administration propose en son sein et comme Vice-président la candidature de M. Patrick De Maeseneire (né en 1957, de nationalité belge). Patrick De Maeseneire était CEO de Barry Callebaut de 2002 à 2009, CEO d'Adecco de 2009-2015 et a été nommé nouveau CEO de Jacobs Holding à partir du 4 novembre 2015.

\*\*\*

#### **Pour plus d'informations, consulter les publications suivantes à compter d'aujourd'hui:**

- (Micro-)site Internet du Rapport annuel 2014/15: [www.barry-callebaut.com/annual-report](http://www.barry-callebaut.com/annual-report)
- Rapport annuel 2014/15 (PDF): [www.barry-callebaut.com/documentation](http://www.barry-callebaut.com/documentation)
- Rapport abrégé 2014/15 (anglais et allemand): [annual-report.barry-callebaut.com](http://annual-report.barry-callebaut.com)

Le (micro-)site Internet et le Rapport annuel ne sont disponibles qu'en anglais.

\*\*\*

#### **Conférences pour médias et analystes/investisseurs institutionnels du groupe Barry Callebaut**

Date: mercredi 4 novembre 2015

Lieu: siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy™ center, Pfingstweidstrasse 60, 8005 Zurich/Suisse

Horaire: **Médias:** de 9 h 30 à 10 h 30 HEC

**Analystes/investisseurs institutionnels:** de 11 h 30 à environ 13 h 00 HEC

Il est possible de suivre les conférences par téléphone ou webcast audio. Tous les détails pour y accéder se trouvent sur le site du groupe Barry Callebaut (via les liens suivants):

[Médias](#)

[Analystes](#)

\*\*\*

#### **Calendrier de l'exercice 2015/16 (1<sup>er</sup> septembre 2015 – 31 août 2016):**

Assemblée générale annuelle 2014/15	9 décembre 2015
Chiffres clés des ventes des 3 premiers mois	20 janvier 2016
Résultats du premier semestre	6 avril 2016
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois	7 juillet 2016
Résultats annuels 2015/16	2 novembre 2016
Assemblée générale annuelle 2015/16	7 décembre 2016

\*\*\*

***A propos du groupe Barry Callebaut Group (www.barry-callebaut.com):***

*Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,2 milliards (EUR 5.6 billion / USD 6.6 billion) environ pour l'exercice 2014/15, le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure – de l'achat et de la transformation des fèves de cacao à la production du chocolat le plus fin, qui comprend les fourrages, les décorations et les pâtes à glacer en chocolat. Le Groupe exploite plus de 50 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 9000 collaborateurs.*

*Le groupe Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants industriels aux artisans et utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs, les pâtisseries, les hôteliers, les restaurateurs ou les traiteurs. Les deux marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont Callebaut® et Cacao Barry®.*

*Le groupe Barry Callebaut s'engage à la production durable de cacao afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons et son objectif consistant à définir un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.*

\*\*\*

**Contact****Médias:**

Bjoern Emde  
Head of Media Relations  
Barry Callebaut SA  
Téléphone: +41 43 204 03 26  
bjoern\_emde@barry-callebaut.com

**Investisseurs et analystes financiers:**

Evelyn Nassar  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut SA  
Téléphone: +41 43 204 04 23  
evelyn\_nassar@barry-callebaut.com

\*\*\*

**Chiffres clés des ventes du Groupe pour l'exercice 2014/15**

	Variation en %		12 mois au 31 août 2015	12 mois au 31 août 2014	
	en monnaies locales	en CHF			
Volume des ventes	Tonnes		4,5	<b>1 794 782</b>	<b>1 716 766</b>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12,1	6,4	<b>6241,9</b>	<b>5865,9</b>
Bénéfice brut	mio. CHF	4,8	(1,7)	<b>846,8</b>	<b>861,1</b>
EBITDA	mio. CHF	8,9	1,8	<b>540,8</b>	<b>531,5</b>
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	7,4	(0,3)	<b>414,8</b>	<b>416,2</b>
Bénéfice net pour l'exercice	mio. CHF	(2,7)	(5,9)	<b>239,9</b>	<b>255,0</b>
EBIT par tonne	CHF	2,9	(4,7)	<b>231,1</b>	<b>242,4</b>
<b>Par région</b>					
<b>Europe</b>					
Volume des ventes	Tonnes		3,9	<b>763 646</b>	<b>735 204</b>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,0	(0,4)	<b>2563,7</b>	<b>2573,3</b>
EBITDA	mio. CHF	19,5	8,0	<b>330,5</b>	<b>306,0</b>
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	19,7	8,1	<b>289,7</b>	<b>268,1</b>
<b>Amériques</b>					
Volume des ventes	Tonnes		4,7	<b>466 063</b>	<b>445 150</b>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,9	17,1	<b>1507,9</b>	<b>1287,3</b>
EBITDA	mio. CHF	2,6	5,8	<b>153,6</b>	<b>145,2</b>
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(0,3)	3,3	<b>130,7</b>	<b>126,5</b>
<b>Asie-Pacifique</b>					
Volume des ventes	Tonnes		7,2	<b>68 984</b>	<b>64 322</b>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,2	8,3	<b>269,8</b>	<b>249,1</b>
EBITDA	mio. CHF	5,3	0,6	<b>33,9</b>	<b>33,7</b>
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	5,9	(0,4)	<b>26,9</b>	<b>27,0</b>
<b>Global Cocoa</b>					
Volume des ventes	Tonnes		5,1	<b>496 089</b>	<b>472 090</b>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,9	8,2	<b>1900,5</b>	<b>1756,2</b>
EBITDA	mio. CHF	(16,8)	(23,5)	<b>100,3</b>	<b>131,1</b>
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(33,7)	(42,4)	<b>47,2</b>	<b>82,0</b>
<b>Par groupe de produits</b>					
<b>Volume des ventes</b>	Tonnes		4,5	<b>1 794 782</b>	<b>1 716 766</b>
Produits à base de cacao	Tonnes		5,1	<b>496 089</b>	<b>472 090</b>
Produits pour clients industriels	Tonnes		4,1	<b>1 116 513</b>	<b>1 072 750</b>
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		6,0	<b>182 180</b>	<b>171 926</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	mio. CHF	12,1	6,4	<b>6241,9</b>	<b>5865,9</b>
Produits à base de cacao	mio. CHF	13,9	8,2	<b>1900,5</b>	<b>1756,2</b>
Produits pour clients industriels	mio. CHF	11,4	6,1	<b>3444,7</b>	<b>3247,4</b>
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	10,9	4,0	<b>896,7</b>	<b>862,3</b>