



Barry Callebaut – Résultats semestriels 2010/11

Croissance deux fois plus forte que le marché

- Volume des ventes en progression de 7,1%
- EBIT en hausse de 11,4% en monnaies locales (+4,0% en CHF); résultat net en augmentation de 17,1% en monnaies locales (+9,0% en CHF)
- Marchés émergents et Produits à base de cacao pour les partenaires stratégiques principaux moteurs de la croissance
- Confirmation des objectifs de croissance jusqu'en 2012/13¹

Chiffres-clés du Groupe pour le premier semestre 2010/11

		Variation (%)		Six mois au 28 février 2011	Six mois au 28 février 2010
		en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	tonnes		7,1%	706'570	659'536
Chiffre d'affaires	mio CHF	13,2%	3,1%	2'737,9	2'656,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	11,4%	4,0%	217,1	208,8
EBIT/ tonne	CHF	4,0%	(2,9%)	307,3	316,6
Résultat net de la période	mio CHF	17,1%	9,0%	158,8	145,7

Zurich/Suisse, 1^{er} avril 2011 – La croissance des ventes de Barry Callebaut SA, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a progressé deux fois plus fort que le marché mondial du chocolat au cours du premier semestre 2010/11 qui s'est terminé le 28 février: le volume des ventes s'est accru de 7,1% à 706'570 tonnes, alors que le marché mondial du chocolat croissait de +3,6%². Les marchés émergents et les Produits à base de cacao pour les partenaires stratégiques ont été les principaux moteurs de cette croissance. Les ventes de Chocolat pour clients industriels et les Produits Gourmet & Spécialités ont affiché une bonne croissance.

La force du franc suisse – la monnaie de présentation des comptes de Barry Callebaut – a affecté les bons résultats d'ensemble, que ce soit en termes de chiffre d'affaires que de résultat. Le chiffre d'affaires a atteint CHF 2'737,9 millions, en hausse de 3,1% (+13,2% en monnaies locales). En raison d'une bonne maîtrise des coûts et d'un ratio combiné du cacao favorable³, Barry Callebaut a réalisé de notables améliorations opérationnelles: le résultat d'exploitation (EBIT) s'est accru de 4,0% à CHF 217,1 millions (+11,4% en monnaies locales). Du fait de coûts financiers moins élevés et de taux d'imposition favorables, le résultat net s'est inscrit à CHF 158,8 millions, en augmentation de 17,1% en monnaies locales (+9,0% en CHF).

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Une fois de plus, nous sommes parvenus à surperformer notablement le marché mondial du cacao en progressant deux fois plus fort. Nous sommes satisfaits de notre croissance particulièrement forte dans les marchés émergents. Tous les groupes de produits stratégiques ont progressé à bonne allure, ce qui a conduit à une croissance à deux chiffres du bénéfice en monnaies locales. Ces

¹ Moyenne des objectifs de croissance à quatre ans 2009/10 – 2012/13: volume des ventes 6-8%, EBIT en monnaies locales au moins en ligne avec la croissance du volume, sauf imprévu majeur.

² Source: Nielsen, de septembre 2010 à janvier 2011.

³ 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.



Communiqué de presse

derniers mois, nous avons été confrontés à la situation politique de Côte d'Ivoire, le principal pays producteur mondial de cacao. Afin d'éviter les problèmes d'approvisionnement, nous avons mis en place un plan d'urgence et augmenté notre approvisionnement et nos productions dans d'autres pays. Nous croyons que nous avons pris les mesures nécessaires pour nous permettre d'honorer nos contrats avec les clients et respecter nos engagements au cours de 2011. Cependant, notre souci principal en ces temps difficiles, c'est la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs et de tout un chacun vivant en Côte d'Ivoire. Nous maintenons notre engagement envers les communautés de planteurs et espérons que la situation actuelle trouvera une issue pacifique.»

Perspectives

Barry Callebaut reste confiant' en dépit de la situation en Côte d'Ivoire ; ses bonnes performances des six derniers mois se poursuivront au cours du deuxième semestre de l'exercice 2010/11. Grâce à la robustesse de son modèle économique cost-plus, à sa taille mondiale et à sa position de partenaire stratégique, Barry Callebaut compte dépasser la croissance moyenne du marché. Barry Callebaut confirme ses objectifs financiers à quatre ans¹.

Performances de vente par régions pour le premier semestre 2010/11

Région Europe

Dans l'ensemble, le marché européen du chocolat a présenté des rythmes de croissance divergents: léger déclin en Europe occidentale (-1,8%) – la partie la plus grande de la région – et retour à un taux positif en Europe orientale (+7,4%)². Pour toute la région, Barry Callebaut a augmenté son volume des ventes de 2,3% à 401'648 tonnes. En Europe occidentale, l'activité Produits Gourmet & Spécialités a fait preuve d'une très bonne tenue et a gagné des parts de marché. En Europe orientale, tant le Chocolat pour clients industriels que Gourmet ont dégagé une croissance envolume à deux chiffres. A CHF 1'538,9 millions, le chiffre d'affaires a progressé de 6,0% en monnaies locales (-6,4% en CHF). Affecté par le recul des résultats des Produits pour les consommateurs et l'effet négatif des fluctuations de change, le résultat d'exploitation (EBIT) s'est inscrit à CHF 155,6 millions (inchangé en monnaies locales, -5,9% en CHF).

Région Amériques

Aux Etats-Unis, le marché de la confiserie en chocolat a poursuivi sa reprise, dégagant un vigoureux taux de croissance du volume de 7,1%². Pour toute la région, le volume des ventes s'est accru de 9,8% à 150'198 tonnes. Les Produits pour clients industriels ont enregistré un taux de croissance à deux chiffres, principalement sous l'influence des fortes performances de l'activité Grands clients Amérique du Nord et d'une bonne croissance dans les marchés émergents. Le marché gourmet a amorcé sa reprise au deuxième trimestre, de sorte que Barry Callebaut a lui aussi progressé, en particulier avec ses marques mondiales «Cacao Barry» et «Callebaut». Le chiffre d'affaires de la région a atteint CHF 504,6 millions (+9,5%), ce qui correspond à une augmentation notable de 15,9% en monnaies locales. En raison d'un environnement de marché concurrentiel et d'investissements dans les marchés émergents, le résultat d'exploitation (EBIT) a augmenté de 0,8% en monnaies locales et s'est élevé à CHF 40,5 millions (-4,3% en CHF).

Région Asie-Pacifique

Les marchés asiatiques de la confiserie ont continué à croître, de sorte que le chiffre d'affaires de Barry Callebaut, emmené par l'Inde, le Japon, la Malaisie et la Chine, a vigoureusement progressé de 9,4% à 26'683 tonnes. Les bonnes ventes des deux marques mondiales ont permis à l'activité Gourmet d'enregistrer une croissance à deux chiffres en



Communiqué de presse

volume. Dans le segment des Produits industriels, tant le volume des ventes que la rentabilité ont enregistré de bonnes performances, aussi bien avec les clients globaux qu'avec les clients locaux. A CHF 119,6 millions, le chiffre d'affaires a augmenté de 18,2% en monnaies locales (+15,9% en CHF). Sous l'influence de volumes plus importants et de meilleures économies d'échelle, le résultat d'exploitation (EBIT) a fait un bond à CHF 13,7 millions (+53,1% en monnaies locales ou + 44,2% en CHF).

Afin de soutenir l'expansion géographique de Barry Callebaut et de renforcer sa présence dans les marchés asiatiques en forte croissance, le Groupe a signé un accord pour l'acquisition des derniers 40% de Malaysia Sdn Bhd qui opérait auparavant sous le nom de KLK Cocoa. En avril 2008, le Groupe Barry Callebaut avait déjà acquis 60% du capital de KLK Cocoa en vue d'élargir ses capacités globales de transformation du cacao.

Approvisionnement global & Cacao⁴

Au deuxième semestre 2010, les prix du cacao ont décliné avant de reprendre leur mouvement haussier. La situation incertaine en Côte d'Ivoire a poussé les prix à des niveaux records sur fond de volatilité accrue. Cette évolution, de même que la demande toujours forte de poudre de cacao, a replacé le ratio combiné du cacao (à terme) à des niveaux élevés. D'autres matières premières telles que le sucre ont été confrontées à un resserrement de l'approvisionnement en raison de mauvaises conditions météorologiques. Pendant la période, les prix ont atteint de nouveaux records. Ceux de la poudre de lait ont augmenté notablement en raison d'une demande plus forte. Cette tendance à la hausse s'est accentuée dans le sillage de prévisions d'approvisionnement plus faibles et se situait bien au-dessus du niveau historique des prix enregistrés fin février.

Le volume des ventes de produits à base de cacao vendus à des tiers a progressé de 20,9% à 128'041 tonnes, sous l'influence positive de fortes ventes de poudre et de produits de cacao à des partenaires stratégiques. Poussé par des prix plus élevés pour les fèves et la poudre de cacao, le chiffre d'affaires a augmenté de 35,8% en monnaies locales (+28,4% en CHF) à CHF 574,8 millions. Quant au résultat d'exploitation (EBIT), soutenu par le bon ratio combiné du cacao, il a bondi de +76,9% en monnaies locales (+60,3% en CHF) pour atteindre CHF 37,2 millions.

Développement par groupes de produits pendant le premier semestre 2010/11

Produits à base de cacao

Voir «Approvisionnement global & Cacao»

Produits pour clients industriels

Le secteur Chocolat pour clients industriels de Barry Callebaut a progressé dans toutes les régions, avec une croissance du volume de 5,9% à 443'559 tonnes. Il a été soutenu par une demande accrue de spécialités, de pâtes à glacer et de fourrages. Le chiffre d'affaires s'est établi à CHF 1'417,5 millions, ce qui correspond à une croissance en monnaies locales de 11,7% (+1,2% en CHF).

Pour le groupe de produits industriels (Produits à base de cacao et Chocolat pour clients industriels) le résultat opérationnel (EBIT) s'est chiffré à CHF 161,1 millions, une progression remarquable de 22,6% en monnaies locales (+13,9% en CHF), grâce à des volumes plus élevés, des améliorations de marges et un résultat plus favorable dans les opérations de transformation du cacao.

⁴ Les chiffres figurant sous «Approvisionnement global et 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

Produits Gourmet & Spécialités

Pendant la période, le secteur des Produits Gourmet & Spécialités a vu le volume de ses ventes augmenter de 5,1% à 74'493 tonnes sous l'influence de taux de croissance à deux chiffres dans les marchés émergents. La saison de Pâques tardive a empêché une hausse encore plus forte. Dans les marchés émergents, nos deux marques mondiales ont bénéficié de la reprise dans le segment Hôtellerie/Restauration/Traiteur (HORECA). La division européenne Boissons de Barry Callebaut n'est pas parvenue à atteindre les chiffres de l'année précédente en raison de l'agrandissement en cours de l'usine spécialisée de Kågeröd, en Suède. Le chiffre d'affaires du secteur a progressé considérablement à 13,0% en monnaies locales à CHF 389,3 millions (+1,8% en CHF).

Produits pour les consommateurs

Le secteur des Produits pour les consommateurs a été affecté par une diminution des volumes en Allemagne où le marché du chocolat, dans son ensemble, s'est contracté de -7,8% par rapport à l'année précédente². Une forte pression sur les prix dans le marché, des hausses importantes des matières premières qui n'ont pas pu être reportées rapidement sur les clients, ainsi que l'effet négatif des fluctuations de change ont pesé sur le chiffre d'affaires et la profitabilité. Ainsi, le volume des ventes de Produits pour les consommateurs s'est contracté de 5,5% à 60'477 tonnes. Quant au chiffre d'affaires, il a atteint CHF 356,3 millions, ce qui correspond à un recul de 5,4% en monnaies locales (-16,3% en CHF). Certaines hausses de prix ont été récemment acceptées par le marché.

Pour le groupe des Services alimentaires/Commerce de détail (Gourmet & Spécialités et Produits pour les consommateurs), le résultat d'exploitation (EBIT) s'est chiffré à CHF 86,0 millions, en baisse de 8,8% en monnaies locales (-13,1% en CHF) pour les raisons mentionnées plus haut.

Pour plus des informations financières plus détaillées, voir sous [“Half-year results 2010/11 – Letter to Investors”](#).

Calendrier de l'exercice 2010/11 (du 1^{er} septembre 2010 au 31 août 2011):

Chiffres clés des neuf premiers mois 2010/11 (communiqué)	30 juin 2011
Résultats annuels 2010/11 (communiqué et conférence)	10 novembre 2011, Zurich
Assemblée générale annuelle 2010/11	8 décembre 2011, Zurich



Communiqué de presse

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 5,2 milliards/EUR 3,6 milliards/USD 4,9 milliards environ pour l'exercice 2009/10, 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 le plus fin. Présent dans 26 pays, Barry Callebaut possède plus de 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 ceux de 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 des projets contribuant à établir une chaîne d'approvisionnement du cacao plus durable.

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

Date: Vendredi 1^{er} avril 2011
Lieu: Siège principal de Barry Callebaut SA, Chocolate Academy, rez-de-chaussée, Pfingstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zurich/Suisse
Heure: **Médias :** de 09h30 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](#)

[Analystes et investisseurs institutionnels](#)

* * *

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 des ventes du Groupe Barry Callebaut pour le premier semestre 2010/11 (non audités)

		Variation en %		Six mois au 28 février 2011	Six mois au 28 février 2010
		en monnaies locales	en CHF		
<u>Groupe</u>					
Volume des ventes	tonnes		7,1	706'570	659'536
Chiffre d'affaires	mio CHF	13,2	3,1	2'737,9	2'656,5
EBITDA	mio CHF	9,2	1,4	264,1	260,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	11,4	4,0	217,1	208,8
Résultat net de la période (PAT)	mio CHF	17,1	9,0	158,8	145,7
<u>Par régions</u>					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		2,3	401'648	392'426
Chiffre d'affaires	mio CHF	6,0	(6,4)	1'538,9	1'645,0
EBITDA	mio CHF	0,0	(6,9)	180,7	194,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	0,0	(5,9)	155,6	165,4
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		9,8	150'198	136'833
Chiffre d'affaires	mio CHF	15,9	9,5	504,6	460,7
EBITDA	mio CHF	(0,1)	(6,6)	46,9	50,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	0,8	(4,3)	40,5	42,3
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		9,4	26'683	24'391
Chiffre d'affaires	mio CHF	18,2	15,9	119,6	103,2
EBITDA	mio CHF	45,3	32,9	16,2	12,2
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	53,1	44,2	13,7	9,5
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		20,9	128'041	105'886
Chiffre d'affaires	mio CHF	35,8	28,4	574,8	447,6
EBITDA	mio CHF	65,2	46,3	49,0	33,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	76,9	60,3	37,2	23,2



Communiqué de presse

		Variation en %		Six mois au 28 février 2011	Six mois au 28 février 2010
		en monnaies locales	en CHF		
<u>Par groupes de produits</u>					
Secteur industriel					
Volume des ventes	tonnes		8,9	571'600	524'645 ⁵
Produits à base de cacao	tonnes		20,9	128'041	105'886
Produits pour clients industriels	tonnes		5,9	443'559	418'759 ⁵
Chiffre d'affaires	mio CHF	17,5	7,8	1'992,3	1'848,4 ⁵
Produits à base de cacao	mio CHF	35,8	28,4	574,8	447,6
Produits pour clients industriels	mio CHF	11,7	1,2	1'417,5	1'400,8 ⁵
EBITDA	mio CHF	20,9	12,0	191,6	171,1
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	22,6	13,9	161,1	141,4
Services alimentaires / Commerce de détail					
Volume des ventes	tonnes		0,1	134'970	134'891 ⁵
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		5,1	74'493	70'900
Produits pour les consommateurs	tonnes		(5,5)	60'477	63'991 ⁵
Chiffre d'affaires	mio CHF	3,3	(7,7)	745,6	808,1 ⁵
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	13,0	1,8	389,3	382,3
Produits pour les consommateurs	mio CHF	(5,4)	(16,3)	356,3	425,8 ⁵
EBITDA	CHF m	(9,6)	(14,8)	101,2	118,8
Operating profit (EBIT)	CHF m	(8,8)	(13,1)	86,0	99,0

⁵ Certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle. Les ajustements se rapportent à un transfert de volumes de Produits pour les consommateurs à Produits de Chocolat pour clients industriels en ligne avec le processus de désinvestissement.