



Communiqué de presse

Barry Callebaut – Résultats du premier semestre de l'exercice 2011/12

Accélération de la croissance des ventes et importants investissements pour préparer l'avenir

- Croissance dans toutes les régions et tous les groupes de produits
- Augmentation du volume des ventes de 6,7% et du chiffre d'affaires de 10,4% en monnaies locales (+3,0% en CHF)
- Investissements dans une croissance profitable tout en optimisant structures et processus
- Recul de l'EBIT de 5,5% en monnaies locales (-12,5% en CHF)
- Objectifs de croissance confirmés¹

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

		Variations en %		Six mois au 29 février 2012	Six mois au 28 février 2011 ²
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
Volume des ventes	tonnes		6,7	699'058	655'065
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,4	3,0	2'476,9	2'404,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(5,5)	(12,5)	175,1	200,2
EBIT/tonne	CHF	(11,4)	(18,0)	250,5	305,6
Résultat net de la période (PAT)	mio CHF	(11,3)	(18,0)	121,8	148,6

Zurich/Suisse, 2 avril 2012 – Au premier semestre de l'exercice 2011/12 (terminé le 29 février 2012), Barry Callebaut SA, le leader des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a augmenté son volume des ventes de 6,7%, surperformant une fois de plus le marché mondial du chocolat³. Toutes les régions et tous les groupes de produits ont contribué à la croissance du volume qui a rebondi fortement au deuxième trimestre (+11,5%). Le chiffre d'affaires du premier semestre a progressé plus rapidement que le volume, soit de 10,4% en monnaies locales (+3,0% en CHF). Le résultat brut a augmenté de 2,9% en monnaies locales (-3,9% en CHF). Quant au résultat opérationnel (EBIT) il a reculé de 5,5% en monnaies locales, -12,5% après conversion en franc suisse. Des importants investissements dans les structures opérationnelles en vue d'une nouvelle croissance, des frais de démarrage en relation avec de récents accords de partenariat et de sous-traitance à long terme, des investissements pour assurer la croissance de Produits Gourmet & Spécialités, ainsi que de multiples augmentations des capacités ont conduit à des coûts opérationnels plus élevés, ce qui a influencé négativement l'EBIT. Le résultat net des activités poursuivies a diminué de 11,3% en monnaies locales (-18,0% en CHF), en raison du recul de l'EBIT, de coûts financiers plus élevés en relation avec l'emprunt obligataire de l'été 2011 et d'une situation fiscale moins favorable.

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Après un démarrage lent que nous avons prévu au premier trimestre, toutes les régions et groupes de produits ont retrouvé leur élan au deuxième. Une fois de plus, nous avons surperformé le marché

¹ Moyenne des objectifs 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 imprévus majeurs.

² En raison de l'abandon de Produits pour les consommateurs Europe, certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle.

³ Source: Nielsen, de septembre 2011 à janvier 2012. Le marché mondial du chocolat a été stable.



Communiqué de presse

mondial du chocolat. Plusieurs accords de partenariats majeurs ont été signés, ce qui confirme une partie importante de notre modèle d'affaire. Au cours des six derniers mois, nous avons initié des investissements sélectifs dans notre croissance future. Tout cela a affecté temporairement nos résultats nets.»

Région Europe – Rebond du volume dans des conditions de marché exigeantes

Au second trimestre, l'Europe, la plus grande région de Barry Callebaut, a retrouvé des taux de croissance positifs, affichant un fort accroissement du volume de 3,0% contre une diminution de -0,1% pour le marché du chocolat correspondant⁴. Cette croissance était soutenue par des clients stratégiques et des spécialités. Au total, le volume des ventes a atteint 361'987 tonnes. En dépit de conditions de marché exigeantes dans les pays méridionaux, l'Europe occidentale a fortement surpassé le marché sous-jacent du chocolat, grâce à une vigoureuse accélération du volume au deuxième trimestre. L'Europe orientale a de nouveau affiché une croissance à deux chiffres, soutenue à parts égales par Produits pour clients industriels et par Produits Gourmet & Spécialités. Globalement, le chiffre d'affaires de la Région Europe a progressé de 4,7% en monnaies locales (-3,2% en CHF) à CHF 1'174,6 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a été affecté par des coûts plus élevés dans la fabrication et la chaîne d'approvisionnement, ainsi que par des investissements dans la vente et la promotion, avant tout pour Gourmet. Raison pour laquelle l'EBIT s'est affaibli de 12,2% en monnaies locales (-18,2% en CHF) à CHF 114,5 millions.

Barry Callebaut a terminé la vente, en septembre 2011, de Produits pour les consommateurs Europe, Stollwerck. Il en a résulté une perte non récurrente de CHF 31,7 millions pour la période sous revue.

Dans le but de réajuster structures et processus après la vente de Produits pour les consommateurs, Barry Callebaut dépensera environ EUR 30 millions (CHF 36 millions) pour un projet de réingénierie approfondi baptisé «Spring» qui s'étendra sur les deux prochaines années. Ce projet se concentre surtout sur l'Europe occidentale et touchera tous les processus orientés vers la clientèle. Après sa mise en œuvre, le Groupe pourra compter sur des gains d'efficacité annuels de EUR 10 millions (CHF 12 millions).

Région Amériques – Forte performance brute et nette

Aux Etats-Unis, le marché du chocolat s'est infléchi de 2,0%. Au Brésil, la croissance du marché s'est ralentie à +5,5%⁵. Globalement, dans la Région Amériques, Barry Callebaut a conservé une croissance vigoureuse à deux chiffres. Le volume des ventes a fortement augmenté de 18,6% à 176'898 tonnes. En Amérique du Nord, les clients internationaux et nationaux, de même que Gourmet ont affiché des taux de croissance à deux chiffres. En Amérique du Sud, les affaires ont plus que triplé de volume. Le chiffre d'affaires de la région a fait un bond de 18,0% en monnaies locales (+10,2% en CHF) à CHF 548,4 millions. L'évolution positive du volume et du chiffre d'affaires s'est traduite par un meilleur résultat opérationnel (EBIT), lequel a grimpé de 19,9% en monnaies locales (+12,4% en CHF) pour atteindre CHF 44,3 millions. La région continue d'investir dans son implantation et ses structures afin de pouvoir faire face à sa croissance actuelle et future.

⁴ Source: Nielsen, de septembre 2011 à janvier 2012. En Europe occidentale, le marché a reculé de 2,9%, tandis qu'en Europe orientale, il a augmenté de 5,6%.

⁵ Source: Nielsen, de septembre 2011 à janvier 2012.



Communiqué de presse

Région Asie-Pacifique – Accélération de la croissance et nouvelles potentialités

En Asie, avec une croissance globale de 6,9%⁶, les marchés du chocolat ont continué de surpasser toutes les autres régions. Dans sa région Asie-Pacifique, Barry Callebaut a encore accéléré son rythme de croissance. Le volume des ventes a progressé de 7,9% à 28'514 tonnes. Néanmoins, Produits pour les clients industriels n'a toujours pas pu utiliser pleinement le potentiel de croissance en raison de capacités limitées. Les récentes et futures extensions de capacité donneront à la région un potentiel de croissance supplémentaire. Emmenées par les grands clients, les activités industrielles se sont globalement accélérées au deuxième trimestre. Les affaires de Produits Gourmet & Spécialités ont progressé substantiellement, à un taux de croissance à deux chiffres, soutenues par les deux marques mondiales Callebaut® et Cacao Barry®. Le chiffre d'affaires a augmenté de 5,5% en monnaies locales (+1,5% en CHF) à CHF 119,8 millions. Le résultat opérationnel (EBIT) a été influencé positivement par la bonne progression du volume et l'amélioration des marges. L'EBIT a augmenté de 21,1% en monnaies locales (+16,3 en CHF) à CHF 15,7 millions.

Approvisionnement global & Cacao⁷ – La croissance se redresse

La campagne du cacao 2011/12 ayant bien commencé et l'industrie disposant de stocks suffisants, les cours sur le marché à terme ont baissé continuellement pendant la période sous revue. Récemment, les prix se sont stabilisés dans une fourchette de GBP 1'400 à 1'600 la tonne, mais avec une volatilité considérable au jour le jour. Barry Callebaut s'attend à ce que les prix évoluent dans cette fourchette pendant quelques mois. Des récoltes meilleures que prévu en Russie et au Brésil, combinées avec des exportations de l'Inde ont entraîné une situation de surplus sur le marché mondial du sucre. Les prix ont donc été sous pression baissière au cours de la première moitié de la période sous revue. Après quoi ils ont légèrement augmenté en raison de la fin de la récolte au Brésil et des prises de positions dans le marché par certains fonds. Quant au marché réglementé de l'UE, il continue d'accuser un déficit structurel, ce qui a poussé les prix à des niveaux historiquement élevés. Les prix du sucre sur les marchés devraient rester relativement fermes et volatils jusqu'à l'arrivée de la récolte brésilienne, en mai. Les bons volumes de production dans le monde et la faiblesse de la demande ont poussé à la baisse les prix de la poudre de lait qui se sont rapprochés des niveaux moyens à long terme. Pour le reste de l'exercice, les prix de la poudre de lait devraient se stabiliser avec une légère tendance baissière.

Dans le segment Approvisionnement global & Cacao, le volume des ventes a progressé de 2,9% à 131'659 tonnes. L'expansion continue des capacités dans les usines existantes et l'augmentation de la demande interne de poudre de cacao ont tout d'abord entraîné un fléchissement des ventes aux clients tiers. Puis la croissance s'est redressée au deuxième trimestre sous l'effet de prix plus élevés pour la poudre de cacao au moment de la commande. Le chiffre d'affaires s'est accru de 17,0% en monnaies locales (+10,4% en CHF) à CHF 634,1 millions. La croissance du volume et un bon ratio combiné ont presque entièrement compensé l'effet négatif de la hausse des coûts dans la fabrication et la chaîne d'approvisionnement. Globalement, le résultat opérationnel (EBIT) s'est infléchi de 0,8% en monnaies locales (-8,6% en CHF) à CHF 33,9 millions.

⁶ Source: Nielsen, de septembre 2011 à janvier 2012.

⁷ 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

Autres développements / faits marquants

Pendant la période sous revue, Barry Callebaut est devenu fournisseur stratégique à long terme et partenaire d'innovation privilégié d'Unilever. Le Groupe a également signé un accord de sous-traitance avec Grupo Bimbo, l'un des plus grands groupes de l'alimentaire en Amérique latine. Barry Callebaut a créé une joint venture avec la société indonésienne P.T. Comextra Majora en vue, notamment, de la construction d'une usine de transformation du cacao à Makassar (Sulawesi). En outre, Barry Callebaut a fait l'acquisition de deux entreprises: La Morella Nuts, un spécialiste espagnol produisant des ingrédients à base de noix, et Mona Lisa Food Products, un leader dans la confection de décorations en chocolat aux Etats-Unis. Ces deux sociétés contribueront à la poursuite de la croissance des activités globales de Gourmet de Barry Callebaut.

En phase avec « Cacao durable », son nouveau pilier stratégique, Barry Callebaut a lancé récemment un projet pour la durabilité du cacao appelé «Cocoa Horizons». Son but est d'accroître la productivité des plantations, d'accroître la qualité et d'améliorer les conditions d'existence de familles de planteurs dans les principaux pays producteurs de cacao. A cet effet, le Groupe investira CHF 40 millions sur 10 ans dans la formation des planteurs, l'infrastructure, l'éducation des communautés de planteurs et dans des programmes pour la santé.

En novembre, lors du Salon européen des ingrédients alimentaires de Paris (FIE), le chocolat premium de Barry Callebaut Terra Cacao™ a remporté deux distinctions prestigieuses dans l'innovation. Ces dernières représentent aussi une récompense pour plusieurs années de recherche et de développement de la fermentation contrôlée, un procédé breveté de Barry Callebaut.

Perspectives – Continuer d'investir pour la croissance future

Au sujet des perspectives, Juergen Steinemann a déclaré : «L'environnement économique en Europe et en Amérique reste fragile. Nous n'en sommes pas moins déterminés à investir dans nos quatre piliers stratégiques qui sont Expansion, Leadership des coûts, Innovation et Cacao durable, ouvrant la voie à notre croissance future. Ce faisant, nous sommes convaincus de pouvoir atteindre nos objectifs financiers à moyen terme.⁸»

Pour des informations financières plus détaillées, voir sur la site d'internet de Barry Callebaut la publication "Half-year results 2011/12" : <http://www.barry-callebaut.com/documentation#c1212>.

Calendrier financier pour l'exercice 2011/12 (1^{er} septembre 2011 - 31 août 2012):

Chiffres-clés des ventes pour les neuf premiers mois 2011/12 (communiqué de presse)	5 juillet 2012
Résultats de l'exercice (communiqué et conférence)	7 novembre 2012, Zurich
Assemblée générale annuelle 2011/12	5 décembre 2012, Zurich

⁸ 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 imprévus majeurs.



Communiqué de presse

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,6 milliards (EUR 3,6 milliards /USD 5,0 milliards) environ pour l'exercice 2010/11, 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 en chocolat. Présent dans 27 pays, Barry Callebaut possède environ 40 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.

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

Date: Lundi 2^{ème} avril 2012
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 pour le premier semestre de l'exercice 2011/12 – sur activités poursuivies

		Variations en %		Six mois au 29 février 2012	Six mois au 28 février 2011 ⁹
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
<u>Groupe</u>					
Volume des ventes	tonnes		6,7	699'058	655'065
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,4	3,0	2'476,9	2'404,0
EBITDA	mio CHF	(2,4)	(9,5)	215,1	237,7
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(5,5)	(12,5)	175,1	200,2
Résultat net pour la période (PAT)	mio CHF	(11,3)	(18,0)	121,8	148,6
<u>Par régions</u>					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		3,0	361'987	351'468
Chiffre d'affaires	mio CHF	4,7	(3,2)	1'174,6	1'214,0
EBITDA	mio CHF	(9,9)	(16,1)	130,4	155,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(12,2)	(18,2)	114,5	140,0
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		18,6	176'898	149'191
Chiffre d'affaires	mio CHF	18,0	10,2	548,4	497,5
EBITDA	mio CHF	20,9	13,4	51,9	45,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	19,9	12,4	44,3	39,4
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		7,9	28'514	26'425
Chiffre d'affaires	mio CHF	5,5	1,5	119,8	118,0
EBITDA	mio CHF	19,3	14,5	18,4	16,1
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	21,1	16,3	15,7	13,5
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		2,9	131'659	127'981
Chiffre d'affaires	mio CHF	17,0	10,4	634,1	574,5
EBITDA	mio CHF	2,3	(5,4)	46,3	49,0
Résultat opérationnel (EBIT)	mio CHF	(0,8)	(8,6)	33,9	37,1
<u>Par groupes de produits</u>					
Volume des ventes					
Produits à base de cacao	tonnes		2,9	131'659	127'981
Produits pour clients industriels	tonnes		8,2	489'778	452'648
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		4,3	77'621	74'436
Chiffre d'affaires					
Produits à base de cacao	mio CHF	10,4	3,0	2'476,9	2'404,0
Produits pour clients industriels	mio CHF	17,0	10,4	634,1	574,5
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	8,5	0,7	1'451,6	1'441,5
	mio CHF	7,9	0,8	391,2	388,0

⁹ En raison de l'abandon de Produits pour les consommateurs Europe, certains comparatifs ont été recalculés par conformité avec la présentation actuelle.