



Communiqué de presse

Barry Callebaut – ventes pour les trois premiers mois de l'exercice 2012/13

Fort premier trimestre: croissance du volume +8,3%

- Emmenées par Produits pour clients industriels et Gourmet, toutes les régions ont contribué à la croissance du volume
- L'acquisition annoncée du secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods soutiendra la poursuite des plans de croissance
- Objectifs de croissance confirmés¹

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Je suis satisfait que nous soyons parvenus à réaliser une forte croissance du volume pendant les trois premiers mois de l'exercice en cours. Induite par une croissance substantielle dans les marchés émergents, elle a aussi été soutenue par un développement solide en Amérique du Nord et en Europe occidentale. Grâce à cette évolution et en dépit d'un environnement économique adverse dans certains pays, nous avons, une fois de plus, surperformé notablement le marché. L'acquisition prévue du secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods soutiendra la poursuite de notre croissance dans le chocolat, tout en renforçant notre présence dans les marchés émergents en rapide croissance. C'est une étape importante dans la réalisation de nos plans de croissance.»

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2012/13 – sur activités poursuivies

| | | Variations en % | | | |
|--------------------|---------|---------------------|----------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| | | en monnaies locales | en monnaie de présentation | 3 mois au 30 nov. 2012 | 3 mois au 30 nov. 2011 ² |
| Volume des ventes | tonnes | | 8,3 | 388'160 | 358'567 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | (1,4) | (0,6) | 1'248,4 | 1'255,8 |

Zurich/Suisse, le 16 janvier 2013 – Pour le premier trimestre de l'exercice 2012/13 s'étant terminé le 30 novembre 2012, Barry Callebaut, le leader mondial de fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a surpassé notablement le marché mondial du chocolat³ en réalisant une croissance de 8,3% de son volume des ventes. Toutes les régions ont participé à cette croissance. Le volume des ventes de Produits pour clients industriels a fortement progressé de 10,0%. Produits Gourmet & Spécialités a enregistré des augmentations à deux chiffres dans toutes les régions, à l'exception de l'Europe occidentale. En effet, l'environnement du marché y est resté exigeant face aux incertitudes économiques, en particulier en Europe méridionale. Au total, le volume des ventes de Produits Gourmet & Spécialités a progressé de 5,9%. Le chiffre d'affaires du premier trimestre s'est contracté de 1,4% en monnaies locales (- 0,6% en CHF), parce que les prix de vente des ingrédients du cacao étaient comparativement plus bas au moment de la conclusion des affaires.

Perspectives – Confiance dans la réalisation des objectifs de croissance à moyen terme¹

Juergen Steinemann, CEO, à propos des perspectives: «Nous allons continuer d'implémenter les

¹ Moyenne des objectifs de croissance à quatre ans pour 2011/12-2014/15: 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.

³ Le marché mondial du chocolat a crû de 1.1%. Source : Nielsen septembre 2012 – novembre 2012.



Communiqué de presse

divers projets que nous avons annoncés et qui soutiendront notre croissance en termes de chiffre d'affaires et de résultats. Je suis convaincu que nous atteindrons nos objectifs financiers à moyen terme.»

Développements stratégiques

En décembre, Barry Callebaut a annoncé la plus grande acquisition de son histoire. Afin de soutenir la poursuite de la croissance de ses activités dans le chocolat, le Groupe acquerra le secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods. Il pourra ainsi dynamiser sa présence dans les marchés émergents qui croissent rapidement et qui participeront pour près d'un tiers au volume des ventes du Groupe. Ce dernier sera alors en mesure de capitaliser sur les taux de croissance attrayants de ces marchés en jouant la carte des produits à base de poudre de cacao, que ce soit dans les boissons, les pâtes à glacer, les fourrages, les produits de boulangerie et les crèmes glacées. En outre, les accords actuels et futurs de sous-traitance et de partenariat stratégique de Barry Callebaut s'en trouveront renforcés en raison de l'apparition d'une tendance vers des accords combinés (produits à base de cacao et de chocolat). Enfin l'Asie deviendra une forte base d'approvisionnement, à côté de l'Afrique occidentale. La transaction devrait être achevée en été 2013.

Fin novembre, Barry Callebaut a finalisé la vente de son usine de Dijon (France) et des activités qui lui sont liées à «Chocolaterie de Bourgogne», une entreprise nouvellement formée. Le Groupe a mis ainsi un point final au désinvestissement de toutes ses activités pour les consommateurs. Par ailleurs, le Groupe a annoncé la construction de deux nouvelles usines de chocolat: dans le but de capitaliser sur le potentiel de croissance du marché turc et des marchés voisins, Barry Callebaut mettra en service une usine de chocolat et de pâte à glacer à Eskişehir, à la fin de l'été 2013; et un site de production se construira à Santiago du Chili, suite à l'accord de sous-traitance à long terme passé avec Alimentos Dos en Uno S.A. Il sera opérationnel au début de 2014.

Performance par Régions / segments

Région Europe – Croissance solide en Europe occidentale et dans l'EEMEA

En Europe occidentale, le volume des ventes a progressé de 6,3% à 201'006 tonnes, dans un environnement de marché toujours déprimé en Europe méridionale. En Europe occidentale, la croissance a été entraînée en particulier par les activités de Produits pour clients industriels. Dans les activités de Gourmet, tous les pays ont crû, excepté l'Italie. Callebaut® et Cacao Barry® ont contribué à la croissance du volume à parts égales. Le volume des ventes de la division Boissons est revenu à des taux de croissance positifs. En Europe orientale, au Moyen-Orient et en Afrique (EEMEA), Produits pour clients industriels a réalisé une bonne performance, principalement en Russie, au Moyen-Orient et en Turquie. De son côté, Produits Gourmet & Spécialités a continué d'enregistrer une croissance à deux chiffres du volume. Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires de la Région a augmenté de 2,4% en monnaies locales (+1,6% en CHF) à CHF 624,6 millions.

Région Amériques – Poursuite de la croissance à deux chiffres en termes de volumes

Une fois de plus, la Région Amériques est parvenue à réaliser des taux de croissance à deux chiffres au cours du premier trimestre; le volume des ventes s'est accru de 14,7% à 104'898 tonnes. En Amérique du Nord, les clients industriels globaux et les grands clients Gourmet ont affiché une croissance à deux chiffres. Le Mexique a continué d'afficher une forte performance. Quant à la croissance en Amérique du Sud, elle a surtout été entraînée par le développement vigoureux des activités de Produits Gourmet & Spécialités. Le chiffre d'affaires a augmenté de 1,4% en monnaies locales (+ 6,3% en CHF) à CHF 300,0 millions. La progression plus faible du chiffre d'affaires est imputable à la baisse des prix des ingrédients du cacao qui n'ont recommencé à augmenter que récemment.



Communiqué de presse

Région Asie-Pacifique – Forte accélération de la croissance

Dans la Région Asie-Pacifique de Barry Callebaut, tant les activités industrielles que Gourmet ont présenté des taux de croissance du volume des ventes en forte croissance: le volume total a augmenté de 17,5% à 15'202 tonnes. La Chine, l'Australie, la Malaisie et la Corée ont enregistré de forts taux de croissance. Concernant les Produits pour clients industriels, la croissance des clients globaux et des clients locaux a affiché une progression à deux chiffres. Dans les activités Gourmet, la croissance a été emmenée à parts égales par la marque mondiale importée Callebaut® et par des marques locales. La Chine et l'Inde ont enregistré une croissance substantielle. Le chiffre d'affaires de la Région a augmenté de 4,2% en monnaies locales (+8,0% en CHF) à CHF 60,9 millions.

Approvisionnement global & Cacao⁴ – Moins de ventes de poudre aux clients tiers

Début septembre, les prix du marché à terme du cacao ont atteint un sommet à GBP 1'700, en raison des incertitudes concernant la récolte principale ainsi que la réforme du cacao en Côte d'Ivoire. Les deux mois suivants, les prix ont évolué dans une fourchette étroite de GBP 1'500 et GBP 1'600 pour clôturer, le 30 novembre 2012, à GBP 1'586, soit au niveau moyen des derniers six mois. Sur le marché mondial du sucre, grâce à une très bonne récolte au Brésil, les prix ont continué à baisser. Le prix du sucre UE a légèrement augmenté en octobre, avec le début de la nouvelle récolte. Après une forte poussée due à la sécheresse aux Etats-Unis, les prix de la poudre de lait se sont stabilisés à un niveau élevé, comme en septembre.

Dans le segment Approvisionnement global & Cacao, le volume des ventes a augmenté de 2,9% à 66'754 tonnes. La croissance de ce segment a été affectée par les travaux d'agrandissement en cours dans certaines usines, ainsi que par la demande interne plus élevée pour la poudre de cacao – ce qui a limité les ventes à des tiers. Le chiffre d'affaires a reculé de 12,8% en monnaies locales (-13,1% en CHF) à CHF 262,9 millions. Ceci est dû surtout au prix de vente des ingrédients en cacao (beurre, masse et poudre de cacao) qui étaient comparativement plus bas au moment de la conclusion des affaires.

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

| | |
|---|--------------------------|
| Résultats semestriels (communiqué et conférence) | 8 avril 2013, Zurich |
| Chiffres-clés des ventes des 9 premiers mois (communiqué) | 4 juillet 2013 |
| Résultats annuels (communiqué et conférence) | 7 novembre 2013, Zurich |
| Assemblée générale annuelle 2012/13 | 11 décembre 2013, Zurich |

⁴ 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

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.

Contacts:

pour investisseurs et analystes financiers:

Evelyn Nassar
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Tél. +41 43 204 04 23
evelyn_nassar@barry-callebaut.com

pour les médias:

Raphael Wermuth
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Tél. +41 43 204 04 58
raphael_wermuth@barry-callebaut.com



Communiqué de presse

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2012/13 – sur activités poursuivies

| | | Variations en % | | | |
|---|---------|------------------------|-------------------------------|---------------------------|--|
| | | en monnaies locales | en monnaie de présentation | 3 mois au 30 nov. 2012 | 3 mois au 30 nov. 2011 ⁵ |
| Groupe | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 8,3 | 388'160 | 358'567 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | (1,4) | (0,6) | 1'248,4 | 1'255,8 |
| Par Régions | | | | | |
| Europe | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 6,3 | 201'006 | 189'020 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | 2,4 | 1,6 | 624,6 | 614,8 |
| Amériques | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 14,7 | 104'898 | 91'460 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | 1,4 | 6,3 | 300,0 | 282,2 |
| Asie-Pacifique | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 17,5 | 15'502 | 13'193 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | 4,2 | 8,0 | 60,9 | 56,4 |
| Approvisionnement global & Cacao | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 2,9 | 66'754 | 64'894 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | (12,8) | (13,1) | 262,9 | 302,4 |
| Par groupes de produits | | | | | |
| Volume des ventes | tonnes | | 8,3 | 388'160 | 358'567 |
| Produits à base de cacao | tonnes | | 2,9 | 66'754 | 64'894 |
| Produits clients industriels | tonnes | | 10,0 | 277'946 | 252'641 |
| Produits Gourmet & Spécialités | tonnes | | 5,9 | 43'460 | 41'032 |
| Chiffre d'affaires | mio CHF | (1,4) | (0,6) | 1'248,4 | 1'255,8 |
| Produits à base de cacao | mio CHF | (12,8) | (13,1) | 262,9 | 302,4 |
| Produits clients industriels | mio CHF | 2,1 | 3,4 | 768,9 | 743,8 |
| Produits Gourmet & Spécialités | mio CHF | 2,8 | 3,3 | 216,6 | 209,6 |

⁵ Chiffres du Q1 2011/12 recalculés en raison du désinvestissement des activités pour consommateurs.