



Communiqué de presse

Barry Callebaut – chiffres des ventes pour le premier trimestre de l'exercice 2013/14 Solide début d'année – l'intégration des activités acquises dans le cacao progresse bien

- **Croissance du volume des ventes: +19,5% y compris les activités récemment acquises dans le cacao (+4,6% à périmètre constant¹)**
- **Principaux facteurs de croissances ont été les activités récemment acquises dans le cacao, les marchés émergents (+19,1% à périmètre constant) et Gourmet (+9,7% à périmètre constant)**
- **Objectifs financiers à moyen terme confirmés²**

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Nous avons eu un début d'année solide. Nos trois principaux facteurs de croissance – expansion géographique, accords de sous-traitance & de partenariat ainsi que Gourmet – ont maintenu leur élan. Les marchés émergents et Gourmet ont dégagé une croissance particulièrement forte. L'intégration des activités récemment acquises dans le cacao continue de bien progresser. Depuis le début de l'exercice en cours, tous les processus relatifs à l'intégration ont été transférés à nos activités opérationnelles et évoluent comme prévu.»

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2013/14 – pour l'ensemble des activités

		Variations en %			
		en monnaies locales	en CHF	3 mois au 30 nov. 2013	3 mois au 30 nov. 2012
Volume des ventes	tonnes		19,5	463'996	388'160
Chiffre d'affaires	mio CHF	22,4	21,4	1'515,3	1'248,4

A périmètre constant – à l'exclusion du secteur du cacao acquis de Petra Foods¹

Volume des ventes	tonnes		4,6	406'163	388'160
Chiffre d'affaires	mio CHF	6,4	5,5	1'317,5	1'248,4

Zurich/Suisse – le 15 janvier 2014 – Pour le premier trimestre de l'exercice 2013/14 s'étant terminé le 30 novembre 2013, Barry Callebaut, le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure, a augmenté son **volume des ventes** de 19,5% à 463'996 tonnes. Compte non tenu du secteur du cacao récemment acquis, la croissance du volume du Groupe s'est établie à +4,6% pour la période sous revue. En comparaison, le marché mondial de la confiserie en chocolat s'est accru de 3,4% en volume³. La plupart des régions et tous les groupes de produits ont contribué à cette solide croissance emmenée par les marchés émergents (+19,1% à périmètre constant) et les activités de Produits Gourmet & Spécialités (+9,7% à périmètre constant).

¹ Les chiffres « stand-alone », dorénavant « à périmètre constant », ne tiennent pas compte du secteur du cacao acquis de Petra Foods, Singapour. Le 30 juin 2013, Barry Callebaut a achevé la transaction qu'il avait annoncée le 12 décembre 2012.

² A compter de la consolidation du secteur du cacao acquis: 6-8% de croissance moyenne par année du volume et de l'EBIT par tonne, rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne) – sauf imprévus majeurs.

³ Source: Nielsen, septembre 2013 – novembre 2013.



Communiqué de presse

Le chiffre d'affaires a progressé de 22,4% en monnaies locales (+21,4% en CHF) pour s'établir à CHF 1'515,3 millions. A périmètre constant, le chiffre d'affaires a augmenté de 6,4% en monnaies locales (+5,5% en CHF) à CHF 1'317,5 million. Ceci reflète aussi bien l'accroissement du volume que l'augmentation moyenne des prix des matières premières, en particulier ceux des fèves, du beurre et de la poudre de lait.

Perspectives – Objectifs confirmés

Juergen Steinemann, CEO, au sujet des perspectives: «Nous continuerons de travailler en nous appuyant sur nos piliers stratégiques. Nous nous concentrons sur la réussite de l'intégration des activités récemment acquises dans le cacao et sur l'amélioration de nos marges sur produits. Je suis convaincu que nous atteindrons nos objectifs financiers à moyen terme⁴.»

Développements stratégiques durant le premier trimestre de l'exercice 2013/14

- Au chapitre de son pilier stratégique «Expansion», Barry Callebaut a ouvert sa première usine de chocolat en Turquie, à Eskişehir. En outre, le Groupe a terminé le déplacement de son usine japonaise à Takasaki, près de Tokyo, et établi à Singapour le nouveau siège de sa Région Asie-Pacifique. Barry Callebaut a également inauguré son 16^{ème} CHOCOLATE ACADEMY™ center au siège de sa Région EEMEA, à Istanbul.
- Début septembre, la Commission européenne a approuvé l'allégation de santé de Barry Callebaut concernant les flavanols du cacao, mettant en évidence l'aspiration du Groupe à être un leader dans le domaine «Innovation».
- En réponse à la demande croissante en Europe occidentale et afin de renforcer encore sa position dans le «Leadership des coûts», Barry Callebaut a augmenté de 23'000 tonnes la capacité de production de son usine de Wieze (Belgique). D'autres optimisations de capacité sont en cours dans la région.

Performances par Régions / segments

Région Europe⁵ – Focalisation sur les marges sur produits, bonne croissance dans l'EEMEA

Dans la Région Europe, le volume des ventes a augmenté de 1,5% à 204'075 tonnes. En Europe occidentale, Barry Callebaut a continué de se concentrer sur l'élargissement des marges sur produits ; par ailleurs, il est toujours confronté à des limites de capacité. Les activités de Gourmet et de la division Boissons ont réalisé de bonnes performances. Dans l'EEMEA, les Produits pour clients industriels et les Produits Gourmet & Spécialités ont enregistré une forte croissance, en particulier en Russie, en Turquie et au Moyen-Orient.

Globalement, le chiffre d'affaires de la Région s'est accru de 11,5% à CHF 696,6 millions, soit à un rythme plus rapide que celui du volume des ventes, en raison de prix plus élevés des matières premières et d'un mix de produits plus favorable.

Région Amériques – La forte croissance continue dans tous les marchés

La Région Amériques a continué de croître fortement dans tous les marchés régionaux: le volume des ventes a augmenté de 10,3% à 115'753 tonnes. Dans le NAFTA (ALENA), la croissance a été alimentée par les grands clients industriels globaux et nationaux, ainsi que par les activités Gourmet. En Amérique du Sud, tant les activités industrielles que celles de Gourmet ont affiché une croissance à deux chiffres.

⁴ A compter de la consolidation du secteur du cacao acquis: 6-8% de croissance moyenne par année du volume et de l'EBIT par tonne, rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne) – sauf imprévus majeurs.

⁵ Se compose de Europe occidentale et de EEMEA (Europe orientale, Moyen-Orient et Afrique).



Communiqué de presse

Le chiffre d'affaires de la Région a augmenté de 5,9% à CHF 317,6 millions, soit à un rythme plus lent que le volume, en raison d'effets de taux de change.

Région Asie-Pacifique – Les activités pour clients industriels ont retrouvé leur élan

En Asie-Pacifique, le volume des ventes de Barry Callebaut a progressé de 7,4% à 16'648 tonnes. La croissance de Produits pour clients industriels a retrouvé son élan, en particulier grâce aux clients globaux. La croissance des activités Gourmet a été influencée par la faiblesse de certaines devises locales.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 3,0% à CHF 62,7 millions, soit à un rythme plus lent que le volume, en raison d'effets de taux de change.

Global Cocoa⁶ – Forte croissance grâce aux activités acquises dans le cacao

Dans le segment Global Cocoa, le volume des ventes a augmenté de 91,0% à 127'520 tonnes, principalement grâce au secteur du cacao récemment acquis de Petra Foods. A périmètre constant, le volume des ventes s'est accru de 4,4% à 69'687 tonnes.

Pour l'ensemble des activités, le chiffre d'affaires a progressé de 66,8% à CHF 438,4 millions; à périmètre constant, le chiffre d'affaires a reculé de 8,5% à CHF 240,6 millions, reflétant la baisse des prix de la poudre de cacao.

L'intégration du secteur du cacao récemment acquis de Petra Foods suit son cours. De projet, elle est devenue partie intégrante des activités courantes.

Prix des matières premières

Le prix du marché à terme du **cacao** a poursuivi sa hausse pendant la période sous revue, atteignant le 20 novembre 2013 le niveau le plus élevé depuis deux ans, soit GBP 1'782 la tonne. A la suite de fortes livraisons des deux principaux pays producteurs, la Côte d'Ivoire et le Ghana, les acteurs du marché ont progressivement réduit leurs estimations de déficit. Par conséquent, la tendance haussière du prix du cacao a été freinée. A fin novembre, il clôturait à GBP 1'745 la tonne.

Sur le marché mondial du **sucre**, les prix ont surtout été influencés par les interventions de fonds de placement. En octobre et novembre, ces derniers ont réduit leurs positions à long terme, poussant les prix du marché du sucre à leurs niveaux les plus bas depuis juillet 2010. Les prix du sucre UE ont continué de s'infléchir, suite à des mesures spéciales pour accroître l'approvisionnement.

S'agissant de la **poudre de lait**, tant les prix du marché mondial que ceux du marché européen sont restés assez stables à un niveau élevé. Les prix ont été soutenus par davantage d'opérations de couverture à court terme de l'industrie et par une demande constante dans le marché.

⁶ Les chiffres figurant sous «Global Cocoa» 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

Calendrier de l'exercice 2013/14 (du 1^{er} septembre 2013 au 31 août 2014):

Résultats semestriels 2013/14 (communiqué & conférence)	3 avril 2014, Zurich
Chiffre-clés des ventes des 9 premiers mois 2013/14 (communiqué)	3 juillet 2014
Résultats annuels 2013/14 (communiqué & conférence)	6 novembre 2014, Zurich
Assemblée générale annuelle 2013/14	10 décembre 2014, Zurich

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 4,9 milliards (EUR 4,0 milliards / USD 5,2 milliards) environ pour l'exercice 2012/2013, Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de l'achat et de la transformation des fèves de cacao à la production du chocolat le plus fin, comprenant 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 8500 personnes. Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants aux artisans et utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs, les pâtisseries, les hôteliers, les restaurateurs ou les traiteurs. Pour les besoins spécifiques de ces clients, le Groupe dispose des deux marques mondiales Callebaut® et Cacao Barry®.

Par son programme «Cocoa Horizon», Barry Callebaut s'engage pour une production durable de cacao, contribuant ainsi à assurer l'approvisionnement futur en cacao et à 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 2013/14 – sur activités poursuivies

		Variations en %			
		en monnaies locales	en CHF	3 mois au 30 nov. 2013	3 mois au 30 nov. 2012
Chiffres-clés – pour l'ensemble des activités					
Volume des ventes	tonnes		19,5	463'996	388'160
Chiffre d'affaires	mio CHF	22,4	21,4	1'515,3	1'248,4
Chiffres-clés – à périmètre constant					
Volume des ventes	tonnes		4,6	406'163	388'160
Chiffre d'affaires	mio CHF	6,4	5,5	1'317,5	1'248,4
Par Régions – pour l'ensemble des activités					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		1,5	204'075	201'006
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,0	11,5	696,6	624,6
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		10,3	115'753	104'898
Chiffre d'affaires	mio CHF	9,0	5,9	317,6	300,0
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		7,4	16'648	15'502
Chiffre d'affaires	mio CHF	10,2	3,0	62,7	60,9
Global Cocoa					
Volume des ventes	tonnes		91,0	127'520	66'754
Chiffre d'affaires	mio CHF	70,0	66,8	438,4	262,9
Par groupes de produits – pour l'ensemble des activités					
Volume des ventes	tonnes		19,5	463'996	388'160
Produits à base de cacao	tonnes		91,0	127'520	66'754
Produits clients industriels	tonnes		3,9	288'808	277'946
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		9,7	47'668	43'460
Chiffre d'affaires	mio CHF	22,4	21,4	1'515,3	1'248,4
Produits à base de cacao	mio CHF	70,0	66,8	438,4	262,9
Produits clients industriels	mio CHF	9,9	9,3	840,6	768,9
Produits Gourmet & Spécialités	mio CHF	9,2	9,1	236,3	216,6