



# Communiqué de presse

## Barry Callebaut: ventes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2011/12 Réalisation d'une robuste croissance des ventes

- Volume des ventes en progression de 6,6%; chiffre d'affaires en hausse de 8,4% en monnaies locales (+2,3% en CHF)
- Net surpassement du marché mondial du chocolat
- Contribution de toutes les régions à la croissance, grâce à des gains de parts de marché et à des partenariats stratégiques

### Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2011/12 – sur activités poursuivies

		Variation en %		Neuf mois au 31 mai 2012	Neuf mois au 31 mai 2011 <sup>1</sup>
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
Volume des ventes	tonnes		6,6	1'037'313	972'802
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8,4	2,3	3'593,1	3'513,3

Zurich/Suisse, le 5 juillet 2012 – Avec une hausse du volume des ventes de 6,6% à 1'037'313 tonnes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2011/12, Barry Callebaut SA, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a nettement surperformé le marché mondial du chocolat.<sup>2</sup> Au cours des trois derniers mois, le volume des ventes a progressé de 6,5%, conservant le taux de croissance enregistré au premier semestre. L'expansion du troisième trimestre a été soutenue par les activités de Produits pour clients industriels, grâce à des gains de parts de marché et à la mise en œuvre d'accords de partenariats à long terme. Au cours des neuf premiers mois, toutes les régions ont affiché des taux de croissance positifs, entraînés par Produits pour clients industriels tant dans les Amériques que dans les marchés émergents. Produits Gourmet & Spécialités a réalisé une bonne performance dans toutes les régions, sauf dans les marchés difficiles d'Europe occidentale, où la division Boissons a aussi souffert d'une baisse des volumes. Le chiffre d'affaires a augmenté de 8,4% en monnaies locales à CHF 3'593,1 millions (+2,3% en CHF).

Juergen Steinemann, CEO of Barry Callebaut, a déclaré: «Etant donné le marché âprement disputé d'Europe occidentale, nous avons tout lieu d'être satisfaits de la croissance globalement forte enregistrée dans toutes les régions et dans tous les groupes de produits. Notre projet «Spring», qui passe en revue la totalité des structures et processus en lien avec nos clients en Europe de l'Ouest, et «Cocoa Horizons», notre projet supplémentaire dans le domaine de la durabilité, ainsi que les accords récents de partenariats à long terme sont tous en bonne voie.»

### Région Europe – Produits pour clients industriels et l'Europe orientale dopent la croissance

En Europe, le marché de la confiserie industrielle a augmenté de 1,7%.<sup>2</sup> En progressant de 3,7%, Barry Callebaut a surperformé le marché avec une croissance en volume atteignant 531'439 tonnes. En Europe occidentale, le principal moteur de la croissance a été Produits pour clients industriels où la société a enregistré une hausse de la demande de spécialités en chocolat. Produits Gourmet & Spécialités a affiché une bonne croissance en Europe du

<sup>1</sup> En raison de l'abandon de Produits pour les consommateurs Europe, certains comparatifs ont été recalculés pour se conformer à la présentation actuelle.

<sup>2</sup> Source: Nielsen de septembre 2011 à avril 2012 (croissance en volume). Stagnation du marché mondial du chocolat (+0,2%).



# Communiqué de presse

Nord mais globalement, la progression de cette région a été entravée par la situation économique de l'Europe du Sud. En Europe orientale, Barry Callebaut a poursuivi sa croissance à deux chiffres à la fois dans Produits pour clients industriels et dans Gourmet. L'augmentation du chiffre d'affaires de la Région a atteint 4,0% en monnaies locales (-3,4% en CHF) à CHF 1'695,8 millions.

## **Région Amérique – Forte croissance dans tous les groupes de produits**

Une fois de plus, la Région Amériques a été la plus vigoureuse en terme de croissance en volume. En effet, le volume des ventes a grimpé de 15,0% à 264'500 tonnes, en comparaison d'un marché du chocolat qui a baissé de 4,0% aux Etats-Unis.<sup>3</sup> En Amérique du Nord, les clients internationaux et nationaux de Produits pour clients industriels ont connu une hausse à deux chiffres, soutenue par une augmentation des sous-traitances et par des gains de parts de marché. Gourmet a également conservé son taux de croissance à deux chiffres, grâce notamment à une augmentation des points de distribution et aux premiers signes d'un rétablissement de ce marché. Le Mexique et l'Amérique du Sud ont continué sur leur lancée, réalisant une forte progression par rapport à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires de la Région a augmenté de 13,8% en monnaies locales (+9,4% en CHF) à CHF 810,2 millions.

## **Région Asie-Pacifique – Accélération de la croissance en volume**

En Asie, tandis que le marché du chocolat progressait de 6,3%<sup>4</sup>, Barry Callebaut a fortement accéléré le volume de ses ventes dans la Région, soit de 12,3% à 43'620 tonnes. Produits pour clients industriels a enregistré une croissance à deux chiffres dans tous les pays, soutenue aussi bien par les clients stratégiques que nationaux. Produits Gourmet & Spécialités a aussi affiché un bon développement tant de ses marques mondiales que locales. Barry Callebaut achève l'extension de ses capacités de production de chocolat à Kuala Lumpur et à Singapour. Le chiffre d'affaires de cette Région a grimpé de 6,9% en monnaies locales (+4,1 % en CHF) à CHF 176,8 millions.

## **Approvisionnement global & Cacao<sup>5</sup> – Croître avec ses partenaires stratégiques**

Au cours des mois écoulés, les prix du cacao ont fluctué dans une bande étroite comprise entre 1'450 et 1'550 GBP la tonne, avec peu d'activité. S'agissant des récoltes et de l'évolution des prix à l'avenir, la situation s'éclaircira après la fin de la saison des pluies. Le marché mondial du sucre a subi une forte correction, en descendant à son plus bas niveau sur vingt mois. Par contre, les prix du sucre dans l'UE ont augmenté en raison d'un déficit structurel et des mesures prises par l'UE pour soutenir le marché. Les prix du marché du lait se sont stabilisés après une baisse continue, due à une très bonne production dans le monde entier, et ont récemment commencé à remonter légèrement.

Le segment Approvisionnement global & Cacao a accru le volume de ses ventes de 3,3% à 197'754 tonnes, entraîné par la croissance des partenaires stratégiques de la société. Barry Callebaut a continué d'investir dans ses capacités de broyage dans toutes les régions afin d'être prêt à répondre aux besoins découlant des accords de partenariat à long terme signés récemment. Le chiffre d'affaires du segment a réalisé une forte hausse de 13,0% en monnaies locales (+7,4% en CHF) à CHF 910,3 millions sous l'impact d'une élévation du

<sup>3</sup> Source: Nielsen de septembre 2011 à avril 2012 (croissance en volume), estimations de Barry Callebaut incluses.

<sup>4</sup> Source: Nielsen de septembre 2011 à avril 2012 (croissance en volume).

<sup>5</sup> 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

prix moyen de la poudre de cacao.

## **Autres développements / faits marquants**

Dans le cadre de l'expansion de ses capacités en Amérique du Nord, Barry Callebaut a signé, début juin, un accord pour racheter les actifs de l'usine de Chatham, Ontario, Canada, appartenant à Batory Industries Company, ajoutant ainsi de nouvelles capacités de production de chocolat et de pâtes à glacer dans le Midwest. La société a également renouvelé et prolongé un accord de livraison à long terme avec la société japonaise Morinaga. Cet accord prévoit la construction d'une nouvelle usine de chocolat et de pâtes à glacer près de Tokyo.

## **Perspectives – Confirmation des objectifs de croissance**

S'exprimant au sujet des perspectives, Juergen Steinemann a déclaré: «Durant cet exercice, nous réalisons de lourds investissements dans le monde entier non seulement dans les capacités supplémentaires de production mais encore dans les fonctions d'assistance pour faire face à la croissance attendue. Globalement, nous sommes confiants dans la réalisation de nos objectifs financiers à moyen terme<sup>6</sup> malgré un environnement de marché ardu en Europe occidentale.»

\*\*\*

## **Calendrier de l'exercice 2011/12 (1<sup>er</sup> septembre 2011 - 31 août 2012)**

Résultats de l'exercice 2011/12 (communiqué et conférence)	7 novembre 2012, Zurich
Assemblée générale annuelle 2011/2012	5 décembre 2012, Zurich

\*\*\*

## **Barry Callebaut ([www.barry-callebaut.com](http://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 au 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 de vie des planteurs.*

\*\*\*

<sup>6</sup> 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

---

## **Contacts**

### **Pour les investisseurs et analystes financiers:**

Evelyn Nassar

Head of Investor Relations

Barry Callebaut AG

Tél. +41 43 204 04 23

[evelyn\\_nassar@barry-callebaut.com](mailto:evelyn_nassar@barry-callebaut.com)

### **Pour les médias:**

Raphael Wermuth

External Communications Manager

Barry Callebaut AG

Tél. +41 43 204 04 58

[raphael\\_wermuth@barry-callebaut.com](mailto:raphael_wermuth@barry-callebaut.com)



# Communiqué de presse

## Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2011/12 – sur activités poursuivies

		Variation en %		Neuf mois au 31 mai 2012	Neuf mois au 31 mai 2011 <sup>7</sup>
		en monnaies locales	En monnaie de présentation		
<b><u>Groupe</u></b>					
Volume des ventes	tonnes		6,6	<b>1'037'313</b>	972'802
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8,4	2,3	<b>3'593,1</b>	3'513,3
<b><u>Par régions</u></b>					
<b>Europe</b>					
Volume des ventes	tonnes		3,7	<b>531'439</b>	512'498
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,0	(3,4)	<b>1'695,8</b>	1'755,3
<b>Amériques</b>					
Volume des ventes	tonnes		15,0	<b>264,500</b>	230'015
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,8	9,4	<b>810,2</b>	740,6
<b>Asie-Pacifique</b>					
Volume des ventes	tonnes		12,3	<b>43'620</b>	38'826
Chiffre d'affaires	mio. CHF	6,9	4,1	<b>176,8</b>	169,9
<b>Approvisionnement global &amp; Cacao</b>					
Volume des ventes	tonnes		3,3	<b>197'754</b>	191'463
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,0	7,4	<b>910,3</b>	847,5
<b><u>Par groupes de produits</u></b>					
<b>Volume des ventes</b>					
Produits à base de cacao	tonnes		3,3	<b>197'754</b>	191'463
Produits clients industriels	tonnes		8,2	<b>727'532</b>	672'552
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		3,0	<b>112'027</b>	108'787
<b>Chiffre d'affaires</b>					
Produits à base de cacao	mio. CHF	13,0	7,4	<b>910,3</b>	847,5
Produits pour clients industriels	mio. CHF	7,4	1,0	<b>2'126,7</b>	2'105,5
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	5,2	(0,7)	<b>556,1</b>	560,3

<sup>7</sup> En raison de l'abandon de Produits pour les consommateurs Europe, certains comparatifs ont été recalculés pour se conformer à la présentation actuelle.