



Communiqué de presse

Barry Callebaut – ventes pour les neuf premiers mois de l'exercice 2012/13 Maintien de la forte croissance du volume

- Volume des ventes en progression de 8,2%
- Croissance alimentée par des partenariats stratégiques, les marchés émergents ainsi que par Gourmet
- Succès de l'acquisition du secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods
- Confirmation des objectifs à moyen terme¹

Juergen Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Nous sommes satisfaits d'avoir de nouveau enregistré, au cours des neuf premiers mois, une croissance aussi forte dans tous les secteurs, d'autant plus que le contexte général est resté ardu sur le marché de l'Europe occidentale. Les principaux moteurs de la croissance ont été nos partenariats stratégiques, les marchés émergents et les activités de Gourmet. Après avoir terminé l'acquisition du secteur d'activité du cacao de Petra Foods, nous nous concentrons maintenant sur son intégration après avoir effectué tous les préparatifs nécessaires au cours des six mois écoulés.»

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2012/13 – sur activités poursuivies

		Variation en %			
		en monnaies locales	en CHF	9 mois au 31 mai 2013	9 mois au 31 mai 2012 ²
Volume des ventes	tonnes		8,2	1'112'309	1'028'237
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(1,3)	(0,5)	3'540,7	3'557,3

Zurich/Suisse, le 4 juillet 2013 – Barry Callebaut – le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – a réalisé au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2012/13 (se terminant le 31 mai 2013), une forte hausse du **volume de ses ventes** avec une augmentation de 8,2% du volume à 1'112'309 tonnes. Cette croissance s'est même accélérée à 8,9% au cours des trois derniers mois. Ce faisant, Barry Callebaut a nettement surpassé celle du marché mondial du chocolat dont la progression s'est chiffrée à 1,9%.³

Toutes les régions ont enregistré, sur la période considérée, une croissance, largement soutenue par les accords de sous-traitance à long terme et par les partenariats stratégiques ainsi que par les Produits Gourmet & Spécialités. Les marchés émergents, en particulier la région EEMOA (Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique) et l'Amérique latine, ont continué d'afficher une bonne performance.

En raison du modèle du coût majoré appliqué par Barry Callebaut, la baisse de la moyenne des prix des matières premières, par rapport à la période comparable de l'exercice précédent, s'est traduite par une diminution du **chiffre d'affaires**⁴ de -1,3% en monnaies locales (-0,5% en CHF) à CHF 3'540,7 millions.

¹ A la date de la consolidation des activités de cacao de Petra Foods: croissance moyenne du volume de 6-8% par année et rétablissement de l'EBIT par tonne au niveau d'avant l'acquisition jusqu'en 2015/16 – sauf imprévus majeurs.

² Chiffres retraités en raison de la cession des activités liées à la consommation.

³ Source: Nielsen de septembre 2012 à mai 2013.

⁴ Barry Callebaut répercute les prix des matières premières sur ses clients dans 80% des cas.



Communiqué de presse

Perspectives – processus d'intégration lancé avec succès, confirmation des objectifs à moyen terme

La croissance continue de Barry Callebaut est le résultat de l'application systématique de sa stratégie à long terme. Après avoir conclu l'acquisition du secteur d'activité du cacao de Petra Foods, Barry Callebaut se concentre maintenant à la fois sur leur intégration et sur l'amélioration de la marge du Groupe. Juergen Steinemann, CEO, à propos des perspectives : «Compte tenu de notre position de leader du marché et de la visibilité de nos activités, nous sommes convaincus de pouvoir réaliser nos objectifs à moyen terme¹.»

Développements stratégiques – clôture avec succès de l'acquisition du secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods

Le 30 juin 2013, Barry Callebaut a clos avec succès l'acquisition du secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods Ltd., Singapour. La signature du contrat avait été annoncée le 12 décembre 2012. Puis, un groupe de travail conjoint a élaboré un master plan de l'intégration qui est maintenant mis en œuvre. La combinaison des deux activités complémentaires fait de Barry Callebaut le plus grand fabricant du monde de produits à base de cacao et de chocolat. Celui-ci emploie désormais plus de 8'000 personnes et réalisera, par an, un volume de ventes estimé à 1,6 million de tonnes et un chiffre d'affaires de l'ordre de CHF 6 milliards (EUR 4,9 milliards / USD 6,4 milliards). Le réseau des sites de production s'étendra à cinquante usines sur quatre continents. En juin, Barry Callebaut a financé le prix d'achat, qui sera environ USD 860 millions (sous réserve d'ajustements finaux après la conclusion), en plaçant pour USD 400 millions de senior notes à 5,5% échéant en 2023 et en émettant pour USD 300 millions d'actions nominatives. Le solde sera financé par l'utilisation partielle d'un crédit-relais de banque existant.

Performance par régions et segments

Région Europe – Poursuite d'une croissance solide dans un contexte de marché difficile

En Europe, le volume des ventes a poursuivi sa robuste croissance avec une augmentation de 5,7% à 554'284 tonnes. L'Europe occidentale a enregistré, une fois de plus, une très bonne performance face à un environnement de marché toujours ardu. Les activités Produits Gourmet & Spécialités ont affiché une très forte croissance au troisième trimestre de l'exercice. Dans la région EEMOA, les ventes en volume ont réalisé une progression à deux chiffres, tant dans les activités de Produits pour clients industriels que dans Gourmet. La performance de la Russie a été particulièrement bonne.

La hausse du chiffre d'affaires de la Région a atteint 4,4% en monnaies locales (+5,0% en CHF) à CHF 1'748,0 millions.

Région Amériques – Continuation de la forte croissance du volume

La Région Amériques a continué de croître à un taux à deux chiffres: exprimées en volume, les ventes ont grimpé de 17,1% à 308'492 tonnes. En Amérique du Nord, cette forte progression a été soutenue par les grands comptes des activités de Produits pour clients industriels et de Gourmet grâce à l'amélioration constante du secteur de la restauration aux Etats-Unis. En Amérique du Sud, l'augmentation s'est aussi inscrite à deux chiffres, sous l'influence des ventes de Gourmet. Le chiffre d'affaires de la Région a progressé de 4,2% en monnaies locales (+ 6,7% en CHF) à CHF 863,4 millions, subissant l'effet d'une baisse des prix moyens des matières premières par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Région Asie-Pacifique – Excellente performance de Gourmet

En Asie-Pacifique, Barry Callebaut a réalisé globalement une hausse de 5,4% à 44'791 tonnes. Tandis que la bonne croissance des activités de Produits pour clients industriels est due à la fois



Communiqué de presse

aux clients stratégiques et aux clients locaux, les activités de Produits Gourmet & Spécialités ont crû à un taux à deux chiffres, grâce aux ventes de la marque mondiale Callebaut®.

Au total, le chiffre d'affaires a diminué de 2,8% en monnaies locales (-2,5% en CHF) à CHF 168,7 millions, en raison de la réduction des prix des matières premières.

Approvisionnement global & Cacao⁵ – Impact de la baisse des prix de la poudre de cacao sur le chiffre d'affaires

Le segment Approvisionnement global & Cacao a accru le volume de ses ventes de 3,5% à 204'742 tonnes. Une demande interne plus élevée pour la poudre de cacao a limité les ventes à des tiers. Les prix du marché et de vente de la poudre de cacao ont été sensiblement inférieurs à ceux des neuf premiers mois de l'exercice précédent. Ce qui a eu pour conséquence une diminution du chiffre d'affaires de 16,4% en monnaies locales (-16,5% en CHF) à CHF 760,6 millions.

Evolution des prix des matières premières

Ces trois derniers mois, le **cacao** a continué de se négocier dans une fourchette allant de GBP 1'400 à 1'600 la tonne. Une bonne récolte de mi-saison 2012/13 et les ventes à terme de 2013/14 combinées à des fonds constituant des positions longues ont entraîné des prix relativement stables.

Les prix du **sucre** ont continué de baisser sur le marché mondial grâce aux surplus qui n'ont pas encore été résorbés. Dans l'UE, des mesures spéciales (quotas d'importation et reclassement) ont certes stabilisé les prix, mais à des niveaux plutôt élevés.

En raison d'une sécheresse en Nouvelle-Zélande, le premier fournisseur de produits laitiers du monde, les prix du marché du **lait en poudre** ont flambé avant de se stabiliser à des niveaux historiquement élevés.

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

Résultats de l'exercice 2012/13 (communiqué et conférence)	7 novembre 2013, Zurich
Assemblée générale annuelle 2012/2013	11 décembre 2013, Zurich

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, 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, qui comprend les fourrages, les décorations et les pâtes à glacer en chocolat. Avec le secteur Cocoa Ingredients Division de Petra Foods qu'il a récemment acquis, Barry Callebaut réalise un chiffre d'affaires annuel estimé de CHF 6 milliards (EUR 4,9 milliards / USD 6,4 milliards), exploite une cinquantaine de sites de production dans le monde, vend ses produits dans plus de 100 pays et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 8000 personnes.

Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants industriels 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®.

⁵ 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

Contacts:

Pour les 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
Head of Media Relations
Barry Callebaut SA
Tél. +41 43 204 04 58
raphael_wermuth@barry-callebaut.com



Communiqué de presse

Chiffres-clés des ventes du Groupe pour les neuf premiers mois de l'exercice 2012/13 – sur activités poursuivies

		Variation en %			
		en monnaies locales	en CHF	9 mois au 31 mai 2013	9 mois au 31 mai 2012 ⁶
Groupe					
Volume des ventes	tonnes		8,2	1'112'309	1'028'237
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(1,3)	(0,5)	3'540,7	3'557,3
Par régions					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		5,7	554'284	524'345
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,4	5,0	1'748,0	1'664,2
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		17,1	308'492	263'515
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,2	6,7	863,4	809,0
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		5,4	44'791	42'514
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(2,8)	(2,5)	168,7	173,0
Approvisionnement global & Cacao					
Volume des ventes	tonnes		3,5	204'742	197'863
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(16,4)	(16,5)	760,6	911,1
Par groupes de produits					
Volume des ventes	tonnes		8,2	1'112'309	1'028'237
Produits à base de cacao	tonnes		3,5	204'742	197'863
Produits pour clients industriels	tonnes		9,4	784'844	717'309
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		8,5	122'723	113'065
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(1,3)	(0,5)	3'540,7	3'557,3
Produits à base de cacao	mio. CHF	(16,4)	(16,5)	760,6	911,1
Produits pour clients industriels	mio. CHF	3,3	4,6	2'177,7	2'081,8
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	5,9	6,7	602,4	564,4

⁶ Chiffres retraités en raison de la cession des activités liées à la consommation.