

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Chiffres clés des ventes des trois premiers mois de l'exercice 2020/21

Début d'exercice résilient

- **Volume des ventes en baisse de -4,3 %, amélioration de la performance du chocolat (-1,8 %)**
- **Chiffre d'affaires de CHF 1 777,5 millions, en baisse de -3,5 % en monnaies locales (-11,2 % en CHF)**
- **Confiance pour les objectifs à moyen terme¹**

Zurich/Suisse, le 27 janvier 2021 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Nous avons le plaisir de faire état de résultats résilients au premier trimestre de l'exercice, dans un environnement encore difficile. L'amélioration globale de la performance du chocolat et la poursuite de la reprise dans le segment Gourmet montrent que nous continuons à renforcer la dynamique, trimestre après trimestre. »

Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois premiers mois de l'exercice, au 30 novembre	Variation en %		2020	2019
	en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	Tonnes	(4,3%)	560 354	585 620
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(3,5%)	1 777,5	2 000,8

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré, sur une base de comparaison élevée, un volume des ventes résilient de 560 354 tonnes, ce qui correspond à une baisse de -4,3 % au cours du premier trimestre de l'exercice 2020/21 (se terminant le 30 novembre 2020). Le volume des ventes de l'activité chocolat a continué de progresser, avec un léger recul de -1,8 % à 447 704 tonnes, en adéquation avec le marché mondial des confiseries chocolatées². Les moteurs de croissance clés que sont l'externalisation (+2,6 %) et les marchés émergents (+4,7 %, hors cacao) ont apporté une contribution positive et Gourmet & Spécialités a poursuivi sa reprise (-5,5 %). Le volume des ventes de Global Cocoa a enregistré une baisse de -13,1 % à 112 650 tonnes qui s'explique par la focalisation constante sur la « croissance intelligente ». **Le chiffre d'affaires** du premier trimestre s'élève à CHF 1 777,5 millions, soit une baisse de -3,5 % en monnaies locales (-11,2 % en CHF).

Perspectives – confiance dans la capacité à atteindre les objectifs à moyen terme

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré : « Bien que les marchés soient encore volatils, nous continuons de trouver de nouveaux moyens de faire des affaires et de saisir des opportunités, tout en maintenant une stricte discipline en matière de coûts. Nous constatons une reprise progressive, soutenue par notre focalisation constante sur la 'croissance intelligente', l'étendue de notre clientèle et notre force d'innovation. Ces atouts nous permettent d'être confiants dans notre capacité à atteindre nos objectifs à moyen terme ».

¹ En moyenne pour la période de 3 ans de 2020/21 à 2022/23 : croissance du volume de 5 à 7 % et EBIT supérieur à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus et considérant une reprise progressive après la pandémie de COVID-19 sans nouveau confinement majeur.

² Source : Nielsen, croissance du volume de -1,2 % hors commerce électronique – 25 pays, septembre à novembre 2020, données susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les données de Nielsen ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile et les achats impulsifs, fortement impactés par les mesures de confinement mises en place pour lutter contre le COVID-19.

Étapes stratégiques clés durant les trois premiers mois de l'exercice 2020/21

- **Expansion** : le Groupe a approfondi sa présence en Chine en novembre 2020 avec l'inauguration d'un centre CHOCOLATE ACADEMY™ à Shenzhen, le troisième en Chine et le 23e dans le monde. À travers l'inspiration, l'enseignement et le soutien personnalisé, le centre CHOCOLATE ACADEMY™ de Shenzhen viendra renforcer la collaboration avec les artisans, les chefs pâtisseries, les boulangers et les traiteurs en Chine méridionale.
En novembre 2020, La Morella Nuts a ouvert un centre d'expertise internationale pour les noix à Reus, en Espagne. Ce centre vise à développer l'expertise en matière de goût et de texture, d'approvisionnement et de durabilité, ainsi que la connaissance des possibilités d'application. En outre, La Morella Nuts a annoncé la poursuite de son expansion en Europe, en Asie-Pacifique et en Amérique du Nord, et a lancé une gamme de noix de spécialité destinés aux boissons à base de plantes, snacks et friandises glacées, ciblant les marques et les artisans. À travers cette gamme, La Morella Nuts tire parti de la demande croissante des consommateurs pour des produits gourmands plus sains et à base de plantes.
- **Durabilité** : Barry Callebaut a publié en décembre 2020 son quatrième Rapport d'activité Forever Chocolate, qui précise les progrès accomplis pour faire en sorte que la production de chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025. Le Groupe est parvenu à diminuer de 8,1 % ses émissions de carbone au cours de l'exercice 2019/20, réduisant son empreinte carbone mondiale (scopes 1, 2 et 3) à 7,8 millions de tonnes de eqCO_2 (équivalents dioxyde de carbone). Barry Callebaut a formé près de 100 000 producteurs de cacao en les sensibilisant au problème du travail des enfants et a augmenté le nombre de producteurs cartographiés avec des données géographiques et socio-économiques à plus de 180 000. Le Groupe a également distribué plus de 2,0 millions de jeunes plants de cacao et 1,6 millions d'arbres d'ombrage. Le rapport complet est disponible [ici](#).
En novembre 2020, des dirigeants d'entreprises et du secteur public ont rejoint Barry Callebaut pour signer la première charte de production durable de noix de coco (Sustainable Coconut Charter). Cette charte vise à améliorer les conditions de vie des cultivateurs, réduire l'empreinte carbone de la production de noix de coco et stimuler l'offre afin de répondre à la demande mondiale croissante de produits à base de noix de coco.
De plus, en novembre 2020, Barry Callebaut a annoncé un projet, le premier du secteur, qui convertira les sous-produits du cacao en biocharbon dans l'une de ses usines européennes. Comparable au charbon de bois, le biocharbon peut être utilisé pour produire de l'énergie, réduire les déchets et stocker du carbone de manière permanente. L'utilisation de coques de cacao pour produire du biocharbon aidera Barry Callebaut à atteindre son objectif Forever Chocolate consistant à présenter un bilan carbone positif d'ici à 2025.
En décembre 2020, pour la deuxième année consécutive, Barry Callebaut a reçu la note A- du Carbon Disclosure Project (CDP) pour ses efforts déployés en 2019 pour réduire son empreinte carbone.

Performance par région/segment

Région EMEA – Résilience des volumes compte tenu des nouveaux confinements

Le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) s'inscrit en baisse de -6,7 % à 251 554 tonnes. L'évolution du volume a été résiliente compte tenu des nouveaux confinements imposés dans les grands marchés européens³ à la fin du premier trimestre de l'exercice. Le segment Clients industriels a été affecté par une diminution des activités saisonnières, ce qui a conduit à un recul se situant dans la partie moyenne de la plage à un chiffre. Au sein de l'activité Gourmet et Spécialités, la dynamique des volumes s'est encore améliorée, en

³ Source : Nielsen. La croissance des volumes sur la période de septembre à novembre 2020 a été de +0,4 % en EMEA. Les données sont susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les chiffres Nielsen de la croissance du marché des confiseries de chocolat n'incluent pas le commerce électronique et ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile et les achats impulsifs.

particulier en Europe de l'Est, avec une baisse des volumes se situant dans la partie inférieure de la plage à deux chiffres. Le chiffre d'affaires s'inscrit en baisse de -4,6 % en monnaies locales (-8,3 % en CHF) à CHF 775,1 millions. Afin de se préparer à la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne, le Groupe a pris toutes les mesures nécessaires pour continuer à garantir des niveaux de service élevés pour ses clients britanniques.

Région Amériques – Poursuite de la dynamique positive

La dynamique positive s'est poursuivie dans la région Amériques, avec une hausse du volume des ventes de +6,0 % à 162 070 tonnes, surpassant nettement le marché régional des confiseries chocolatées, qui enregistre un recul³. La croissance des volumes a été portée tant par le segment Clients industriels que par l'activité Gourmet. En Amérique du Nord, en particulier, les grands comptes du segment Clients industriels ont affiché une croissance à deux chiffres. Au sein du segment Gourmet & Spécialités, la croissance globale des volumes est redevenue positive. Le chiffre d'affaires a progressé de +5,2 % en monnaies locales (-5,6 % en CHF) à CHF 471,5 millions.

Région Asie-Pacifique – Croissance soutenue sur une base de comparaison élevée

Sur une base de comparaison élevée à deux chiffres l'année précédente, la région Asie-Pacifique a généré une croissance soutenue, le volume progressant de +1,8 % à 34 080 tonnes, surpassant nettement le marché régional des confiseries chocolatées⁴. La croissance du segment Clients industriels a été alimentée principalement par les grands clients. L'intégration de GKC Foods en Australie se déroule comme prévu. Elle renforcera la position du Groupe sur le marché du chocolat industriel et lui permettra de tirer parti de son activité à valeur ajoutée Gourmet & Spécialités en Australie et en Nouvelle-Zélande. L'ouverture d'un centre CHOCOLATE ACADEMY™ à Shenzhen (Chine) créera d'autres opportunités pour le segment Gourmet dans la Région. Le chiffre d'affaires a progressé de +1,4 % en monnaies locales (-4,8 % en CHF) à CHF 106,9 millions.

Global Cocoa – Focalisation sur la « croissance intelligente »

Le volume des ventes de Global Cocoa s'inscrit en baisse de -13,1 % à 112 650 tonnes, sur une base de comparaison élevée. Ce recul reflète en outre la focalisation du Groupe sur la « croissance intelligente », équilibrant de manière proactive le volume et le profit et favorisant une mise en œuvre disciplinée du différentiel de revenus (Living Income Differential, LID). Le LID a été constamment appliqué aux achats de fèves effectués par le Groupe en Côte d'Ivoire et au Ghana. Le chiffre d'affaires a diminué de -10,9 % en monnaies locales (-22,0 % en CHF) à CHF 424,0 millions, ce recul étant en partie imputable à des prix des fèves de cacao inférieurs.

Évolution des prix des principales matières premières

Au cours du premier trimestre de l'exercice 2020/21, les⁵ prix des **fèves de cacao** sur le marché à terme ont fluctué entre GBP 1 608 et GBP 1 869 la tonne, avant de clôturer à GBP 1 869 la tonne le 30 novembre 2020. Les prix des fèves de cacao ont diminué en moyenne de -7,2 % par rapport au même trimestre de l'exercice précédent. Les perspectives pour l'offre et la demande de fèves au niveau mondial indiquent un excédent important.

Les prix **mondiaux du sucre** ont augmenté en moyenne de +14,3 % du fait de la demande accrue de la Chine et de l'absence d'exportations indiennes. En Europe, les prix du sucre ont baissé en moyenne de -3,9 % par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent.

Les prix des produits laitiers ont baissé en moyenne de -8,7 % par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent, en raison d'une hausse de l'offre de lait. Le marché des produits laitiers se remet encore de la chute des prix provoquée par les confinements liés au COVID-19 au troisième trimestre 2019/20.

⁴ Source : Nielsen. La croissance des volumes sur la période de septembre à novembre 2020 a été de -1,0 % en Amériques et de -12,2 % en Asie-Pacifique. Les données sont susceptibles d'ajustement afin de respecter la période sous revue de Barry Callebaut. Les chiffres Nielsen de la croissance du marché des confiseries de chocolat n'incluent pas le commerce électronique et ne reflètent que partiellement la consommation hors du domicile et les achats impulsifs.

⁵ Source : Prix du marché à terme de Londres pour la 2e position, de septembre à novembre 2020. Les prix du marché à terme excluent le différentiel de revenus (Living Income Differential, LID) et les différentiels nationaux.

Calendrier financier de l'exercice 2020/21 (1er septembre 2020 – 31 août 2021) :

Résultats semestriels 2020/21	22 avril 2021
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2020/21	15 juillet 2021
Résultats annuels 2020/21	10 novembre 2021
Assemblée générale annuelle 2020/21	8 décembre 2021

À propos du groupe Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com) :

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,9 milliards (EUR 6,4 milliards / USD 7,1 milliards) environ pour l'exercice 2019/20, le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao 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. Le Groupe exploite plus de 60 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de plus de 12 000 collaborateurs.

Le groupe 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. Les marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont [Callebaut](#)[®] et [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] et la marque de décorations, [Mona Lisa](#)[®].

Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire du chocolat durable la norme d'ici 2025 afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la [Fondation Cocoa Horizons](#) dans son objectif de façonner un futur du cacao et du chocolat ancré dans la durabilité.

Suivez le groupe Barry Callebaut: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [Flickr](#)**Contact****Médias :**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone : +41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers :

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone : +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Chiffres clés des ventes du Groupe

				2020	2019
pour les trois mois de l'exercice fiscale jusqu'au 30 novembre					
		Variation en %			
		en monnaies locales	en CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		(4,3%)	560 354	585 620
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(3,5%)	(11,2%)	1 777,5	2 000,8
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		(6,7%)	251 554	269 636
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(4,6%)	(8,3%)	775,1	845,6
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		6,0%	162 070	152 843
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,2%	(5,6%)	471,5	499,4
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		1,8%	34 080	33 486
Chiffre d'affaires	mio. CHF	1,4%	(4,8%)	106,9	112,3
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(13,1%)	112 650	129 655
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(10,9%)	(22,0%)	424,0	543,5
Par groupe de produits					
Volume des ventes	Tonnes			560 354	585 620
Produits à base de cacao	Tonnes		(13,1%)	112 650	129 655
Produits pour clients industriels	Tonnes		(1,2%)	384 753	389 356 ⁶
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		(5,5%)	62 951	66 609 ⁶
Chiffre d'affaires	mio. CHF			1 777,5	2 000,8
Produits à base de cacao	mio. CHF	(10,9%)	(22,0%)	424,0	543,5
Produits pour clients industriels	mio. CHF	0,4%	(5,8%)	1 072,4	1 139,0 ⁶
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	(4,9%)	(11,7%)	281,1	318,3 ⁶

⁶ Certains clients Gourmet & Spécialités ont été transférés vers le segment Clients industriels dans le but de leur offrir un meilleur service. Cette réaffectation mineure a représenté moins de 1 % des volumes et du chiffre d'affaires du segment Gourmet & Spécialités sur l'exercice 2019/20. Veuillez vous reporter à l'annexe en page 6 pour connaître l'ensemble des détails.

Annexe : Réallocation entre groupes de produits⁷

Exercice 2020/21		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
Volume des ventes					
3 mois	Tonnes	112 650	384 753	62 951	560 354
Semestre	Tonnes	-	-	-	-
9 mois	Tonnes	-	-	-	-
Exercice	Tonnes	-	-	-	-
Chiffre d'affaires					
3 mois	mio. CHF	424,0	1 072,4	281,1	1 777,5
Semestre	mio. CHF	-	-	-	-
9 mois	mio. CHF	-	-	-	-
Exercice	mio. CHF	-	-	-	-
Exercice 2019/20		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
Volume des ventes					
3 mois	Tonnes	129 655	389 356	66 609	585 620
Semestre	Tonnes	242 315	731 943	129 470	1 103 728
9 mois	Tonnes	342 663	1 062 510	163 705	1 568 878
Exercice	Tonnes	457 386	1 429 549	209 047	2 095 982
Chiffre d'affaires					
3 mois	mio. CHF	543,5	1 139,0	318,3	2 000,8
Semestre	mio. CHF	1 023,5	2 129,3	609,0	3 761,8
9 mois	mio. CHF	1 406,2	3 076,7	757,3	5 240,2
Exercice	mio. CHF	1 817,6	4 118,6	956,9	6 893,1

⁷ Certains clients Gourmet & Spécialités ont été transférés vers le segment Clients industriels dans le but de leur offrir un meilleur service. Cette réaffectation mineure a représenté moins de 1 % des volumes et du chiffre d'affaires du segment Gourmet & Spécialités sur l'exercice 2019/20. Le tableau présente les chiffres trimestriels ajustés pour l'exercice 2019/20.