

# Communiqué de presse

Annonce ad hoc conformément à l'art. 53 RC

Groupe Barry Callebaut – Chiffres clés des ventes des trois premiers mois de l'exercice 2021/22

## Solide croissance des volumes

- **Augmentation du volume des ventes de +8,9%, portée par une solide activité chocolat (+9,6 %)**
- **Chiffre d'affaires de CHF 2 032,2 millions, en hausse de +14,0% en monnaies locales (+14,3% en CHF)**
- **Sur la bonne voie pour atteindre les objectifs à moyen terme<sup>1</sup>**

Zurich (Suisse), le 26 janvier 2022 – Peter Boone, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré : « J'ai le plaisir d'annoncer une solide croissance du volume sur les trois premiers mois du nouvel exercice. La croissance du volume de chocolat a été particulièrement forte, surpassant le marché mondial des confiseries chocolatées. Parallèlement, Global Cocoa a retrouvé une croissance positive dans un environnement de marché toujours exigeant ».

### Chiffres clés des ventes du Groupe

pour les trois mois de l'exercice fiscale jusqu'au 30 novembre			2021	2020
	Variation en %			
		en monnaies locales	en CHF	
Volume des ventes	Tonnes	8,9 %	610 048	560 354
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,0 %	2 032,2	1 777,5

Le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré une solide croissance du **volume de ses ventes** de +8,9% pour atteindre 610 048 tonnes au cours des trois premiers mois de l'exercice 2021/22 (se terminant le 30 novembre 2021). Malgré une base de comparaison faible, ce volume est nettement supérieur au volume atteint par le Groupe avant la pandémie de COVID-19<sup>2</sup> au cours de l'exercice 2019/20. La croissance organique du volume s'établit à +8,1 % pour la période sous revue, si l'on exclut la consolidation, pour la première fois, d'Europe Chocolate Company (ECC) à compter de septembre 2021. L'activité chocolat affiche une croissance du volume particulièrement solide (+9,6 %), surpassant le marché mondial des confiseries chocolatées (+3,1 %) <sup>3</sup>. Toutes les régions et tous les principaux moteurs de croissance ont contribué à ces solides résultats : Gourmet & Spécialités (+33,8 %), les marchés émergents (+11,0 %) et l'externalisation (+4,5 %). Global Cocoa a fait état d'une croissance positive des volumes de +6,0% dans des conditions de marché toujours exigeantes. Le **chiffre d'affaires** s'élève à CHF 2 032,2 millions, en hausse de +14,0% en monnaies locale (+14,3% en CHF) pour les premiers trois mois sous revue. Cette progression a été affectée par le contexte inflationniste général, que Barry Callebaut gère à l'aide de sa tarification cost-plus pour la majeure partie de son activité.

### Perspectives – sur la bonne voie pour atteindre les objectifs à moyen terme

S'exprimant au sujet des perspectives, Peter Boone, CEO, a déclaré : « La solidité de notre équipe et notre modèle économique affiné nous permettent d'être confiants dans notre capacité à atteindre nos objectifs à moyen terme. Nous sommes bien placés pour poursuivre notre croissance dans un

<sup>1</sup> En moyenne pour la période de trois 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.

<sup>2</sup> Volume des ventes pour la période de 3 mois 2019/20 : 585 620 tonnes.

<sup>3</sup> Source : Nielsen, croissance du volume hors commerce électronique – 25 pays, septembre à octobre 2021, 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.

marché mondial qui, conformément aux attentes, subit toujours les répercussions du COVID-19, notamment des goulots d'étranglement au sein de la chaîne d'approvisionnement et l'impact d'un marché du cacao déséquilibré ».

### Étapes stratégiques

- **Expansion** : Barry Callebaut a renforcé sa position en Amérique latine. Après le lancement réussi de sa marque mondiale de décorations Mona Lisa au Brésil, le plus grand marché de décorations en Amérique latine, Mona Lisa a poursuivi son expansion géographique en pénétrant au Mexique, son 50e marché, en novembre 2021. Mona Lisa propose une gamme complète de décorations de haute qualité fabriquées exclusivement à partir de cacao provenant de sources durables et tire parti de la demande croissante pour des produits gourmands visuellement attrayants. En octobre 2021, Godiva Japan a été le premier à lancer le chocolat WholeFruit dans son Atelier de Godiva, présentant des applications allant des tablettes au chocolat chaud. Le Japon est l'un des sept pays sélectionnés pour le premier lancement du chocolat WholeFruit de Cacao Barry.
- **Innovation** : pour accroître encore la visibilité de sa marque Gourmet Cacao Barry, Barry Callebaut a innové en parrainant la série « School of Chocolate », diffusée sur Netflix depuis novembre 2021 et qui rencontre un franc succès. En décembre 2021, la marque de cacao de Barry Callebaut Bensdorp a inauguré le Masters of Cacao Excellence Center rénové à Louviers, France. Ce centre accueille des clients venus du monde entier qui souhaitent approfondir leur savoir-faire en matière de cacao, afin d'explorer la souplesse de cet ingrédient et de créer de nouvelles applications.
- **Production durable** : Barry Callebaut a publié en décembre 2021 son cinquième Rapport d'activité Forever Chocolate, marquant la mi-parcours de son plan visant à faire en sorte que le chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025. Ce rapport montre que le groupe amplifie ses activités et noue des partenariats en faveur du changement, met en œuvre des projets novateurs, soutient des communautés exploitant le cacao et obtient des résultats quantifiables sur le terrain. Depuis 2016, le Groupe a réduit son intensité carbone par tonne de produit d'un peu plus de -17 %. Barry Callebaut a en outre cartographié l'emplacement géographique et la surface de 394 305 plantations de cacao actives (+42 %), couvrant 66 % de sa chaîne d'approvisionnement directe. Ses systèmes de surveillance et de remédiation du travail des enfants couvrent à présent 237 groupes de producteurs (+110 %) comptant 220 878 producteurs, en Côte d'Ivoire, au Ghana et au Cameroun. De plus, 43 % des produits vendus par Barry Callebaut au cours de l'exercice 2020/21 contenaient du cacao ou du chocolat 100 % durable. Le rapport complet est disponible [ici](#).  
En décembre 2021 également, sur près de 12 000 entreprises notées par le Carbon Disclosure Project (CDP), Barry Callebaut a fait partie des 24 entreprises hautement performantes seulement à être classées sur la prestigieuse « A List » de cet organisme. Le Groupe s'est non seulement classé pendant quatre années consécutives parmi les leaders mondiaux en matière climatique, obtenant un score de « A- », mais il figure à présent sur la « A List » parmi les entreprises leaders pour leur action et leur transparence en matière de déforestation. Le processus annuel de divulgation et de notation du CDP est largement reconnu comme la référence absolue en matière de transparence environnementale des entreprises.

### Performance par région/segment

#### Région EMEA – Excellent départ pour le nouvel exercice

Le volume des ventes de la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) s'inscrit en hausse de +13,8% pour atteindre 286 296 tonnes pour les trois mois sous revue. La croissance organique du volume s'établit à +12,6 %, si l'on exclut la consolidation, pour la première fois, d'ECC à compter de septembre 2021. Malgré une base de comparaison faible, la solide croissance du volume

enregistrée au premier trimestre a nettement surpassé le marché mondial des confiseries chocolatées (0,0 %)⁴. Dans le segment Clients industriels, les volumes ont encore accéléré leur progression pour atteindre une croissance proche de deux chiffres pour les trois premiers mois de l'exercice. L'accélération est principalement attribuable à une dynamique positive persistante en Europe de l'Est, où les contrats d'externalisation démarrent. La solide reprise des volumes du segment Gourmet & Spécialités s'est poursuivie dans l'ensemble de la région. Le chiffre d'affaires de la région s'élève à CHF 921,5 millions, en hausse de +19,4% en monnaies locales (+18,9% en CHF).

### Région Amériques – Croissance des volumes positive soutenue

Au cours des trois premiers mois de l'exercice 2021/22, la croissance positive des volumes s'est poursuivie dans la région Amériques, avec une progression de +1,7 % pour atteindre 164 860 tonnes. Ce résultat, inférieur à celui du marché régional des confiseries chocolatées (+5,4 %)⁴, a été obtenu sur une base de comparaison élevée, la croissance du Groupe dans la région ayant été plus résiliente tout au long de la pandémie de COVID-19. Le volume du segment Clients industriels est resté à peu près stable après une forte progression. Dans le segment Gourmet & Spécialités, la solide croissance des volumes s'est poursuivie dans l'ensemble de la région. Le chiffre d'affaires s'établit à CHF 521,1 millions, en hausse de +9,0% en monnaies locales (+10,5% en CHF).

### Région Asie-Pacifique – Accélération de la croissance des volumes

Dans la région Asie-Pacifique, la dynamique de croissance s'est encore accentuée de +15,9% pour s'établir à 39 506 tonnes, par rapport à une base de comparaison faible et parallèlement au marché des confiseries chocolatées sous-jacent (+18,8 %)⁴. La croissance des volumes du segment Clients industriels s'est accélérée pour atteindre un chiffre légèrement au-dessus de 10 %, soutenue par les principaux marchés que sont l'Inde et le Japon. Les volumes du segment Gourmet & Spécialités ont poursuivi leur trajectoire de croissance à deux chiffres. Le chiffre d'affaires s'établit à CHF 132,7 millions, en hausse de +23,6% en monnaies locales (+24,1% en CHF).

### Global Cocoa – Retour d'une croissance positive dans des conditions de marché difficiles

Après une faible progression au cours de l'exercice précédent, le volume des ventes de Global Cocoa a renoué avec une croissance positive de +6,0% pour atteindre 119 386 tonnes. Le chiffre d'affaires a augmenté de +7,2% en monnaies locales (+7,8% en CHF) pour s'établir à CHF 456,9 millions. Les répercussions du COVID-19, à savoir un marché du cacao déséquilibré et des goulots d'étranglement dans la chaîne d'approvisionnement, ont continué de créer des conditions difficiles.

### Évolution des prix des principales matières premières

Au cours du premier trimestre de l'exercice 2021/22, les prix sur le marché à terme⁵ des **fèves de cacao** ont fluctué entre GBP 1 648 et GBP 1 888 la tonne, avant de clôturer à GBP 1 648 la tonne le 30 novembre 2021. Les prix des fèves de cacao ont augmenté en moyenne de +2,1 % par rapport au même trimestre de l'exercice précédent. Les prévisions quant à l'offre et à la demande de fèves au niveau mondial pour 2021/22 ont été modifiées, passant d'un excédent à un déficit, en raison des inquiétudes au sujet de la récolte au Ghana et des perspectives de quantités record de fèves broyées.

Les prix du **sucre** en Europe ont augmenté en moyenne de +28,8 % au cours de la période sous revue, ce qui s'explique principalement par une récolte médiocre et des stocks historiquement bas. Les prix mondiaux du sucre ont augmenté en moyenne de +31,3 % du fait d'une récolte nettement plus faible au Brésil tandis que la demande restait forte. La hausse a été amplifiée par les prix élevés de l'énergie et le niveau record des coûts de transport.

⁴ Source : Nielsen croissance du volume hors commerce électronique – 25 pays, septembre à octobre 2021, 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.

⁵ Source : prix du marché à terme de Londres pour la 2<sup>e</sup> position, de septembre à novembre 2021. Les prix du marché à terme excluent le différentiel de revenus (Living Income Differential, LID) et les différentiels nationaux.

Les prix des **produits laitiers** ont augmenté en moyenne de +36,0 % au cours des trois premiers mois de l'exercice 2021/22. La demande est restée vigoureuse, mais le principal facteur de la flambée des prix a été la diminution brutale de l'offre mondiale de lait, tandis que l'inflation croissante pèse sur les bénéfices des producteurs.

<b>Calendrier financier de l'exercice 2021/22 (1er septembre 2021 – 31 août 2022) :</b>	
Résultats semestriels 2021/22	13 avril 2022
Capital Markets Day	11/12 mai 2022
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2021/22	20 juillet, 2022
Résultats annuels 2021/22	2 novembre 2022
Assemblée générale annuelle 2021/22	14 décembre 2022

**À propos du groupe Barry Callebaut ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 7,2 milliards (EUR 6,6 milliards / USD 7,9 milliards) environ pour l'exercice 2020/21, 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 12 500 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](#)<sup>®</sup> et [Cacao Barry](#)<sup>®</sup>, [Carma](#)<sup>®</sup> et la marque de décorations, [Mona Lisa](#)<sup>®</sup>.

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](mailto: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](mailto:claudia_pedretti@barry-callebaut.com)

## Chiffres clés des ventes du Groupe<sup>6</sup>

pour les trois mois de l'exercice fiscale jusqu'au 30 novembre			2021	2020	
	Variation en %				
		en monnaies locales	en CHF		
<b>Chiffres clés</b>					
Volume des ventes	Tonnes		8,9 %	610 048	560 354
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,0 %	14,3 %	2 032,2	1 777,5
<b>Par région</b>					
<b>EMEA</b>					
Volume des ventes	Tonnes		13,8 %	286 296	251 554
Chiffre d'affaires	mio. CHF	19,4 %	18,9 %	921,5	775,1
<b>Amériques</b>					
Volume des ventes	Tonnes		1,7 %	164 860	162 070
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,0 %	10,5 %	521,1	471,5
<b>Asie-Pacifique</b>					
Volume des ventes	Tonnes		15,9 %	39 506	34 080
Chiffre d'affaires	mio. CHF	23,6 %	24,1 %	132,7	106,9
<b>Global Cocoa</b>					
Volume des ventes	Tonnes		6,0 %	119 386	112 650
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,2 %	7,8 %	456,9	424,0
<b>Par groupe de produits</b>					
<b>Volume des ventes</b>	<b>Tonnes</b>			<b>610 048</b>	<b>560 354</b>
Produits à base de cacao	Tonnes		6,0 %	119 386	112 650
Produits pour clients industriels	Tonnes		5,7 %	407 349	385,420 <sup>7</sup>
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		33,8 %	83 313	62,284 <sup>7</sup>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>mio. CHF</b>			<b>2 032,2</b>	<b>1 777,5</b>
Produits à base de cacao	mio. CHF	7,2 %	7,8 %	456,9	424,0
Produits pour clients industriels	mio. CHF	9,8 %	10,2 %	1 183,3	1,074.3 <sup>7</sup>
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	40,2 %	40,4 %	392,0	279.2 <sup>7</sup>

<sup>6</sup> Certains clients Gourmet & Spécialités ont été transférés vers le segment Clients industriels dans le but de leur offrir un meilleur service. Cette réallocation mineure a représenté environ 1 % des volumes et du chiffre d'affaires du segment Gourmet & Spécialités sur l'exercice 2020/21. Le tableau présente les chiffres trimestriels ajustés. Veuillez vous référer à l'annexe de la page 6 pour plus de détails pour l'exercice 2020/21.

Annexe : réallocation entre groupes de produits<sup>7</sup>

Exercice 2021/22		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
<b>Volume des ventes</b>					
3 mois	Tonnes	119 386	407 349	83 313	<b>610 048</b>
Semestre	Tonnes	–	–	–	–
9 mois	Tonnes	–	–	–	–
Année complète	Tonnes	–	–	–	–
<b>Chiffre d'affaires</b>					
3 mois	mio. CHF	456,9	1 183,3	392,0	<b>2 032,2</b>
Semestre	mio. CHF	–	–	–	–
9 mois	mio. CHF	–	–	–	–
Année complète	mio. CHF	–	–	–	–
Exercice 2020/21		Produits à base de cacao	Produits pour clients industriels	Produits Gourmet & Spécialités	Groupe
<b>Volume des ventes</b>					
3 mois	Tonnes	112 650	385 420	62 284	<b>560 354</b>
Semestre	Tonnes	219 153	731 780	120 670	<b>1 071 603</b>
9 mois	Tonnes	327 891	1 111 406	183 182	<b>1 622 479</b>
Année complète	Tonnes	445 719	1 501 285	244 568	<b>2 191 572</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>					
3 mois	mio. CHF	424,0	1 074,3	279,2	<b>1 777,5</b>
Semestre	mio. CHF	893,7	2 043,3	544,5	<b>3 481,5</b>
9 mois	mio. CHF	1 362,0	3 150,8	839,3	<b>5 352,1</b>
Année complète	mio. CHF	1 804,8	4 281,1	1 121,7	<b>7 207,6</b>

<sup>7</sup> Certains clients Gourmet & Spécialités ont été transférés vers le segment Clients industriels dans le but de leur offrir un meilleur service. Cette réallocation mineure a représenté environ 1 % des volumes et du chiffre d'affaires du segment Gourmet & Spécialités sur l'exercice 2020/21. Le tableau présente les chiffres trimestriels ajustés pour l'exercice 2020/21.