

Communiqué de presse

Résultats annuels 2015/16 du groupe Barry Callebaut

Efficacité de la «croissance intelligente», robuste cash flow disponible

- Volume des ventes en hausse de +2,2 %, du fait d'une performance supérieure à la moyenne de l'activité de chocolat (+7,6 %) et d'un abandon délibéré des contrats moins rentables dans les produits à base de cacao (-12,0 %)
- Chiffre d'affaires de CHF 6,7 milliards, en hausse de +8,8 % en monnaies locales (+7,0 % en CHF)
- Résultat opérationnel (EBIT) temporairement obéré, comme prévu, par les difficultés du marché des produits à base de cacao: +0,1 % en monnaies locales (-3,2 % en CHF); bénéfice net en baisse de -5,1 % en monnaies locales (-8,7 % en CHF)
- Robuste cash flow disponible à CHF 404,0 millions
- Objectifs à moyen terme¹ confirmés
- Le Dr. W. Andreas Jacobs quittera ses fonctions de Président du Conseil d'Administration ; Patrick De Maeseineire proposé pour prendre sa succession au poste de Président. Les autres membres du Conseil solliciteront un nouveau mandat d'un an.
- Proposition de versement aux actionnaires de CHF 15,50 par action; taux de distribution de 39 %

Zurich/Suisse, le 2 novembre 2016 – Antoine de Saint-Affrique, CEO du groupe Barry Callebaut, a déclaré: «Je suis heureux de constater que notre démarche axée sur une «croissance intelligente», c'est-à-dire une alliance équilibrée de croissance des volumes, rentabilité accrue et génération de cash flow disponible, commence à porter des fruits. Nous avons enregistré une forte croissance dans notre activité de chocolat dans toutes les régions, soutenue par nos trois principaux moteurs de croissance, et ce, en dépit de l'atonie du marché mondial des confiseries chocolatées². Dans le segment Global Cocoa, nous avons délibérément abandonné les contrats moins rentables. La bonne rentabilité de notre activité de chocolat a été atténuée par un marché difficile, comme attendu, pour les produits à base de cacao. Nous observons également les effets de la priorité accrue que nous accordons à la génération de cash flow disponible.»

Chiffres clés du Groupe

pour l'exercice		Variation en %		2015/16	2014/15
		en monnaies locales	in CHF		
Volume des ventes	Tonnes		2,2%	1 834 224	1 794 782
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8,8%	7,0%	6 676,8	6 241,9
Résultat brut	mio. CHF	4,4%	1,9%	863,2	846,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	0,1%	(3,2%)	401,7	414,8
EBIT par tonne	CHF	(2,0%)	(5,2%)	219,0	231,1
Résultat net	mio. CHF	(5,1%)	(8,7%)	219,0	239,9
Cash flow disponible	mio. CHF			404,0	21,8

¹ En moyenne pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18: croissance du volume de 4 à 6 % et hausse de l'EBIT supérieure à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

² Source: Nielsen: -1,7 % en volume pour la période de septembre 2015 à août 2016.

Pour l'exercice 2015/16 (clôture le 31 août 2016), le groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao, a enregistré une hausse de +2,2 % de son **volume des ventes**, à 1 834 224 tonnes. Dans un marché des confiseries chocolatées en recul de -1,7 %², la croissance du volume des ventes dans l'activité de chocolat – sur les deux segments Produits pour clients industriels et Gourmet – s'est révélée robuste, avec une hausse de +7,6 % des volumes. Les trois principaux moteurs de la croissance ont contribué à cette évolution positive; Gourmet & Spécialités en particulier s'est envolé de +12,4 %, mais l'externalisation et les marchés émergents ont également soutenu la progression des volumes du groupe. Dans le segment Global Cocoa, les contrats moins rentables ont été délibérément abandonnés, ce qui a entraîné un repli du volume de -12,0 % sur l'exercice complet. Le **chiffre d'affaires** a progressé de +8,8 % en monnaies locales (+7,0 % en CHF), à CHF 6 676,8 millions, grâce notamment à une meilleure gamme de produits et à une hausse globale des prix de vente pendant toute la durée de l'exercice³.

Le **résultat brut** a augmenté de +4,4 % en monnaies locales (+1,9 % en CHF), pour atteindre CHF 863,2 millions, grâce à une évolution robuste des marges dans l'activité de chocolat, le groupe ayant accordé une attention accrue aux marges, ainsi qu'aux gammes de produits et de clientèle, avec le soutien de la forte croissance enregistrée dans l'activité Gourmet & Spécialités. Ces effets positifs ont contrecarré l'impact négatif d'un ratio combiné de cacao historiquement bas.

Le **résultat opérationnel** (EBIT) est resté globalement stable en monnaies locales, à +0,1 % (-3,2 % en CHF), pour s'établir à CHF 401,7 millions. Comme attendu, la rentabilité cette année a été desservie par les difficultés du marché des produits à base de cacao, mais également par les coûts de restructuration de la présence manufacturière, ainsi que par un effet de conversion monétaire défavorable. Globalement, l'**EBIT par tonne** du groupe a reculé de -2,0 % en monnaies locales (-5,2 % en CHF).

Le **bénéfice net pour l'exercice** a reculé de -5,1 % en monnaies locales, à CHF 219,0 millions (-8,7 % en CHF). Cela traduit un taux d'imposition plus élevé et des frais exceptionnels liés à une nouvelle émission obligataire au printemps 2016.

Le **fonds de roulement net** a diminué de -10,2 %, passant de CHF 1529,7 millions pour l'exercice précédent à CHF 1374,2 millions. Cette évolution s'explique par la forte priorité accordée par le groupe à la réduction des stocks, associée à une disponibilité limitée des fèves de cacao.

Le **cash flow disponible**⁴ a considérablement augmenté, à CHF 404,0 millions, contre CHF 21,8 millions pour l'exercice précédent, en conséquence – entre autres – de la baisse du fonds de roulement et d'une plus grande discipline en matière d'investissements pour l'exercice, conformément à l'objectif de CHF 200 millions.

De ce fait, la **dette nette** s'établit à CHF 1452,8 millions, contre CHF 1728,0 millions pour l'exercice précédent, soit une baisse de -15,9 %.

Perspectives – Poursuite de la démarche axée sur une «croissance intelligente»

S'exprimant au sujet des perspectives, Antoine de Saint-Affrique, CEO, a déclaré: «Nous allons continuer de nous concentrer sur la mise en œuvre de notre stratégie de «croissance intelligente». La croissance des volumes nous donne une bonne visibilité et nous tablons sur une contribution positive du projet Cocoa Leadership à la rentabilité, d'autant que le marché des produits à base de cacao s'est quelque peu repris récemment. De ce fait, nous confirmons nos objectifs à trois ans:

² Source: Nielsen: -1,7 % en volume pour la période de septembre 2015 à août 2016.

³ Le groupe Barry Callebaut répercute les prix des matières premières sur ses clients dans la majorité de ses activités.

⁴ Cash flow disponible net provenant des activités opérationnelles /. Cash flow disponible net provenant des activités d'investissement

une hausse des volumes de 4 à 6 % en moyenne, et une croissance moyenne de l'EBIT supérieure à la hausse des volumes en monnaies locales⁵.»

Étapes stratégiques clés franchies au cours de l'exercice 2015/16

- **«Expansion»:** expansion de la fabrique de chocolat en place sur la côte Ouest des États-Unis. Acquisition des activités de distribution automatique de FrieslandCampina Kievit en Allemagne, ce qui va propulser Barry Callebaut parmi les principaux fournisseurs de mélanges de poudre pour distributeurs automatiques de boissons. Divers nouveaux accords de long terme, par exemple avec Colian en Pologne et Romega en Roumanie. Entrée en service de la nouvelle usine de chocolat à Gresik (Indonésie).
- **«Innovation»:** Déjà plus de 200 sessions de co-création menées avec des clients pour appuyer leur innovation produits. Déploiement du nouveau concept Barry Callebaut Studio lors des principaux salons professionnels d'Europe et des États-Unis. Ouverture, à Mumbai et Moscou, de deux centres CHOCOLATE ACADEMY™ relocalisés. Inauguration de la Beverage Academy – première du genre – à Kageröd, en Suède. Accord de licence avec le producteur de compléments alimentaires Naturex concernant la commercialisation de l'allégation de santé approuvée par l'EFSA portant sur les extraits de cacao.
- **«Leadership en matière de coûts»:** Réorganisation de la présence manufacturière sur le cacao en Asie (Thaïlande et Malaisie), dans le cadre du projet Cocoa Leadership. Réussite de l'expansion du Shared Service Center (SSC) en Pologne.
- **«Production durable»:** Inclusion dans l'indice SXI 25 Sustainability qui réunit les entreprises cotées les plus durables de Suisse. Lancement de la gamme HORIZONS – des produits durables à base de cacao et de chocolat. Acquisition de Nyonkopa, société ghanéenne de négoce agréée. Introduction de Katchilè, outil novateur de géotraçabilité et de mesure des impacts des exploitations agricoles. Partenariats supplémentaires avec des clients tels que Tony's Chocolonely et Kim's Chocolates, pour une culture durable du cacao.

Autres faits nouveaux stratégiques

En mai 2016, Barry Callebaut a annoncé le placement réussi d'une émission de Notes senior à taux fixe (2,375 %) d'EUR 450 millions à 8 ans. Cette émission a été nettement sursouscrite, ce qui a permis au groupe de fixer un coupon historiquement bas, améliorant ainsi sensiblement sa flexibilité financière et son profil de liquidité.

Dans le prolongement du partenariat stratégique en place avec Mondelez International, Barry Callebaut a annoncé son intention d'acquérir et d'intégrer dans son réseau le site de production de chocolat de Mondelez International à Hal (Belgique), en septembre 2016. Cette transaction inclut également un accord de long terme portant sur la fourniture à Mondelez International de 30 000 tonnes supplémentaires de chocolat liquide par an. La transaction devrait être conclue d'ici fin décembre 2016, une fois les consultations du comité d'entreprise terminées.

Performance par région / segment

Région EMEA – Forte croissance des segments Produits pour clients industriels et Gourmet

Le marché européen des confiseries chocolatées a reculé de -1,2 %⁶, mais certains signes pointent vers un redressement, ce qui confirme donc la reprise globale de la consommation.

Le volume des ventes de la Région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) a augmenté de +6,6 % à 814 236 tonnes.

En Europe occidentale, le volume des ventes a fortement progressé dans les segments Produits pour clients industriels et Gourmet. Les boissons ont enregistré une croissance de plus de 33 %, grâce à l'intégration de FrieslandCampina Kievit.

⁵ En moyenne pour la période de trois ans de 2015/16 à 2017/18: croissance du volume de 4 à 6 % et hausse de l'EBIT supérieure à la croissance du volume en monnaies locales, sous réserve d'événements majeurs imprévus.

⁶ Source: Nielsen, septembre 2015 – août 2016.

Pour la zone EEMEA (Europe de l'est, Moyen-Orient, Afrique), le volume des ventes auprès des clients industriels a sensiblement augmenté, en dépit d'une conjoncture difficile. Le segment Gourmet a lui aussi fortement progressé, avec une hausse des ventes de la marque gourmet Callebaut®.

Le chiffre d'affaires a progressé de +9,7 % en monnaies locales (+6,8 % en CHF), à CHF 2739,0 millions, sous l'impulsion d'une hausse des prix des matières premières et de la vente de produits à plus forte valeur. Là encore, grâce au lancement de nouveaux produits, à de nouveaux conditionnements, et à l'entrée sur de nouveaux segments tels que les boissons chocolatées, le pôle Gourmet & Spécialités a enregistré une solide croissance en volume, surperformant ainsi le marché des services alimentaires.

Le résultat opérationnel (EBIT) pour la région a augmenté de +4,4 % en monnaies locales (-0,1 % en CHF), à CHF 289,5 millions, dopé par une gamme de produits robuste et une hausse des ventes des spécialités et des produits de décorations, à forte marge.

Région Amériques – Une performance qui ne faiblit pas

Les marchés des confiseries chocolatées de la région Amériques affichent un recul de 3,0 %⁶.

Barry Callebaut a encore une fois dégagé une performance solide dans la région Amériques. Le volume des ventes a progressé de +8,8 %, en dépit du marché sous-jacent difficile.

La forte croissance de l'activité Produits pour clients industriels en Amérique du Nord a été tirée par les Comptes nationaux, avec une contribution positive de l'accord de long terme conclu avec World's Finest® Chocolate. Dans le segment Gourmet, les volumes des ventes ont sensiblement surperformé par rapport au marché, affichant une croissance à deux chiffres, grâce notamment aux nouveaux produits et à la progression des parts de marché.

En Amérique du Sud, Barry Callebaut a enregistré une hausse à deux chiffres des volumes – sur le segment des Produits pour clients industriels comme dans l'activité Gourmet.

Dans l'ensemble, le chiffre d'affaires de la région Amériques a augmenté de +5,5 % en monnaies locales (+7,6 % en CHF) et s'établit à CHF 1622,9 millions.

Le résultat opérationnel (EBIT) a nettement augmenté, de +12,0 % en monnaies locales (+12,6 % en CHF), s'établissant à CHF 147,2 millions, grâce à une gamme de produits favorable et des performances particulièrement fortes de l'activité Gourmet.

Région Asie-Pacifique – Une croissance solide du chiffre d'affaires et du résultat net

Dans un contexte de faiblesse du marché du chocolat en Asie-Pacifique (-0,1 %⁶), le volume des ventes de Barry Callebaut dans la région a augmenté de +10,8 %, à 76 443 tonnes.

Les Produits pour clients industriels et le segment Gourmet ont tous deux affiché une croissance à deux chiffres, l'activité Gourmet étant soutenue par les marques aussi bien mondiales que locales.

En outre, la dynamique de croissance continue de s'accélérer en Chine et en Inde.

Le chiffre d'affaires de la région affiche une progression de +10,8 % en monnaies locales (+13,7 % en CHF) à CHF 306,8 millions, grâce à une gamme de produits favorable et au prix élevé des fèves de cacao.

Le résultat opérationnel (EBIT) a progressé de +17,9 % en monnaies locales (+19,7 % en CHF) à CHF 32,2 millions, grâce à l'accent mis sur la croissance des activités à forte marge.

Global Cocoa – Abandon délibéré des contrats moins rentables; priorité à la croissance interne dans le chocolat

Le volume des ventes à des clients tiers a reculé de -12,0 %, à 436 537 tonnes, du fait de l'abandon délibéré de contrats moins rentables dans le cacao, pour contrecarrer un marché difficile sur les produits à base de cacao, tout en privilégiant une demande interne plus élevée pour soutenir l'activité de chocolat très dynamique.

Le chiffre d'affaires a augmenté de +10,1 % en monnaies locales (+5,7 % en CHF), à CHF 2008,1 millions.

Comme prévu en novembre 2015, le contexte difficile sur le marché des produits à base de cacao, ainsi que la faiblesse historique du ratio combiné de cacao ont lourdement pesé sur la rentabilité, entraînant un résultat opérationnel (EBIT) de CHF 17,7 millions, soit un repli de -60,3 % en

monnaies locales (-62,5 % en CHF). Barry Callebaut continue d'adapter son modèle d'affaires par le biais de son projet pluriannuel Cocoa Leadership, enregistrant un bon progrès au cours de l'exercice sous revue.

Évolution des prix des matières premières

La récolte 2015/16 de **cacao** accuse un recul par rapport à l'année précédente, du fait de la faiblesse des rendements en Côte d'Ivoire et au Brésil notamment. Le négoce sur le marché de Londres a été volatil, regagnant quelque 27 % après le plus-bas observé début février 2016, pour retrouver un cours supérieur à GBP 2500 en juin – niveau que l'on n'avait plus vu depuis les années 70. Cette hausse était en grande partie due à des effets de change. Le référendum sur le Brexit a entraîné une dépréciation de 12 % de la livre sterling face au dollar américain. La demande globale est restée relativement atone, mais cela n'a pas entièrement compensé le recul de l'offre. C'est pourquoi, en définitive, la saison a terminé sur un déficit considérable.

Le ratio combiné de cacao, à un plus-bas historique durant l'exercice du fait d'une offre nettement excédentaire, associée à une faible demande et au cours élevé des fèves de cacao, s'est repris récemment, même si les régions n'enregistrent pas toutes la même amélioration.

Au terme de cinq années de tendance baissière, le marché mondial du **sucre** s'est fortement redressé, atteignant son niveau le plus haut depuis 2012. Cela s'explique par un déficit mondial et par une position nette longue record des hedge funds. Les prix en Europe ont eux aussi trouvé un nouvel élan, grâce au niveau historiquement bas des stocks européens et aux cours du sucre favorables sur le marché mondial.

En début de l'exercice, les prix de la **poudre de lait** ont progressé, du fait des craintes de sécheresse et d'une demande un peu plus forte sur le marché mondial. En amont du second semestre, les prix ont commencé à s'affaïsser à des plus-bas records, la production étant de très loin supérieure à la demande. Depuis peu, ils affichent un mieux, la faiblesse des prix du lait à l'achat aux exploitants se traduisant par des taux d'abattage élevés et une réduction rapide des volumes de production.

Propositions à l'Assemblée générale annuelle

Changements dans la composition du Conseil d'Administration

Le Dr. W. Andreas Jacobs ne sollicitera pas de nouveau mandat lors de l'Assemblée Générale des actionnaires 2016 et quittera, à cette occasion, le poste de Président du Conseil d'Administration de Barry Callebaut après de longues années couronnées de succès à la tête du Groupe. Andreas Jacobs a d'abord été élu au Conseil d'Administration en décembre 2003, puis est devenu Président en 2005. Le Conseil d'Administration, la Direction et tous les collaborateurs remercient très chaleureusement Andreas Jacobs pour sa vision et son fort leadership qui ont fait de Barry Callebaut ce que l'entreprise est aujourd'hui.

Le Conseil d'Administration propose la nomination de Patrick De Maeseneire au poste de Président. Patrick De Maeseneire – Directeur Général de Barry Callebaut de 2002 à 2009 – a été Directeur Général de Jacobs Holdings AG, l'actionnaire majoritaire de Barry Callebaut, depuis novembre 2015 et Vice-Président du Conseil d'Administration de Barry Callebaut depuis décembre 2015.

Les autres membres du Conseil solliciteront le renouvellement de leur mandat pour un an.

Versement aux actionnaires

Le Conseil d'administration proposera, lors de l'Assemblée générale ordinaire du 7 décembre 2016, le versement aux actionnaires de CHF 15,50 par action, ce qui représente un taux de distribution plus élevé, à 39 % du bénéfice net. Cette proposition prévoit que le paiement sera effectué par versement d'un dividende pour partie prélevé sur les réserves constituées à partir des apports en capitaux (CHF 4,19 par action) et pour partie sous forme d'un remboursement du capital par le biais d'une réduction de la valeur nominale (CHF 11,31 par action). La distribution

de ces fonds aux actionnaires ne sera pas soumise à l'impôt anticipé et, pour les personnes imposées en Suisse et détenant des actions à titre privé, à l'impôt sur le revenu. Le dividende sera versé aux actionnaires le 2 mars 2017, sous réserve d'approbation par l'Assemblée générale annuelle des actionnaires.

Pour plus d'informations, consulter les publications suivantes à compter d'aujourd'hui:

- Annual Report 2015/16 (micro-)website: annual-report.barry-callebaut.com
- [Annual Report 2015/16 \(PDF\)](#)
- [Short Report 2015/16 \(English\)](#)
- [Short Report 2015/16 \(German\)](#)
- Tous les résultats et publications se trouvent également sur le [site web de Barry Callebaut](#)

Les documents mentionnés ci-dessus sont disponibles en anglais et allemand.

Conférences pour médias et analystes/investisseurs institutionnels de Barry Callebaut

Date: mercredi 2 novembre 2016

Lieu: siège principal de Barry Callebaut, Chocolate Academy™ center, Pfingstweidstrasse 60, 8005 Zurich/Suisse

Horaire: **Médias:** de 9 h 30 à 10 h 30 HEC

Analystes/investisseurs institutionnels: de 11 h 30 à environ 13 h 00 HEC

(suivi d'un déjeuner léger)

Il est possible de suivre les conférences par téléphone ou webcast audio. Tous les détails pour y accéder se trouvent sur le site du groupe Barry Callebaut (via les liens suivants):

[Médias](#)

[Analystes](#)

Calendrier de l'exercice 2016/17 (1^{er} septembre 2016 – 31 août 2017):

Assemblée générale annuelle 2015/16	7 décembre 2016
Chiffres clés des ventes des 3 premiers mois 2016/17	25 janvier 2017
Résultats semestriels 2016/17	12 avril 2017
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2016/17	13 juillet 2017
Résultats annuels 2016/17	8 novembre 2017
Assemblée générale annuelle 2016/17	13 décembre 2017

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,7 milliards (EUR 6,1 milliards / USD 6,8 milliards) environ pour l'exercice 2015/16, 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 50 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de près de 10'000 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 deux marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont Callebaut® et Cacao Barry®.

Le groupe Barry Callebaut s'engage à la production durable de cacao afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons et son objectif de façonner un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.

Contact**médias:**

Bjoern Emde
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone: +41 43 204 03 26
bjoern_emde @barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers:

Evelyn Nassar
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Téléphone: +41 43 204 04 23
evelyn_nassar@barry-callebaut.com

Chiffres clés du Groupe

pour l'exercice		Variation en %		2015/16	2014/15
		en monnaies locales	in CHF		
Chiffres clés					
Volume des ventes	Tonnes		2,2%	1 834 224	1 794 782
Chiffre d'affaires	mio. CHF	8,8%	7,0%	6 676,8	6 241,9
Résultat brut	mio. CHF	4,4%	1,9%	863,2	846,8
EBITDA	mio. CHF	2,7%	(0,3%)	539,4	540,8
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	0,1%	(3,2%)	401,7	414,8
EBIT par tonne	CHF	(2,0%)	(5,2%)	219,0	231,1
Résultat net pour la période	mio. CHF	(5,1%)	(8,7%)	219,0	239,9
Cash flow disponible	mio. CHF			404,0	21,8
Par région					
EMEA					
Volume des ventes	Tonnes		6,6%	814 236	763 646
Chiffre d'affaires	mio. CHF	9,7%	6,8%	2 739,0	2 563,7
EBITDA	mio. CHF	5,4%	1,1%	334,2	330,5
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	4,4%	(0,1%)	289,5	289,7
Amériques					
Volume des ventes	Tonnes		8,8%	507 008	466 063
Chiffre d'affaires	mio. CHF	5,5%	7,6%	1 622,9	1 507,9
EBITDA	mio. CHF	14,7%	15,0%	176,6	153,6
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	12,0%	12,6%	147,2	130,7
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	Tonnes		10,8%	76 443	68 984
Chiffre d'affaires	mio. CHF	10,8%	13,7%	306,8	269,8
EBITDA	mio. CHF	15,8%	17,8%	39,9	33,9
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	17,9%	19,7%	32,2	26,9
Global Cocoa					
Volume des ventes	Tonnes		(12,0%)	436 537	496 089
Chiffre d'affaires	mio. CHF	10,1%	5,7%	2 008,1	1 900,5
EBITDA	mio. CHF	(27,0%)	(28,9%)	71,3	100,3
Résultat opérationnel (EBIT)	mio. CHF	(60,3%)	(62,5%)	17,7	47,2
Par groupe de produits					
Volume des ventes				1 834 224	1 794 782
Produits à base de cacao	Tonnes		(12,0%)	436 537	496 089
Produits pour clients industriels	Tonnes		6,8%	1 192 907	1 116 513
Produits Gourmet & Spécialités	Tonnes		12,4%	204 780	182 180
Chiffre d'affaires				6 676,8	6 241,9
Produits à base de cacao	mio. CHF	10,1%	5,7%	2 008,1	1 900,5
Produits pour clients industriels	mio. CHF	7,2%	6,6%	3 673,5	3 444,7
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	12,4%	11,0%	995,2	896,7