

Communiqué de presse

Groupe Barry Callebaut – Ventes pour le 1^{er} trimestre de l'exercice 2014/15

Un début d'exercice nettement supérieur à la croissance du marché mondial

- Volume des ventes en hausse de 0,2 % sur un marché mondial en recul de 1,8 %¹; chiffre d'affaires en progression de 15,1 %
- Principaux moteurs de croissance : redémarrage de la région clé d'Europe occidentale, activités Produits Gourmet & Spécialités (+3,8 %) et Asie-Pacifique (+9,3 %)
- Confirmation des objectifs financiers à moyen terme², sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires

Zurich/Suisse, le 21 janvier 2015 – Juergen Steinemann, CEO du Groupe Barry Callebaut, a déclaré : « Comme prévu, nous avons connu un début d'exercice plutôt lent, mais notre croissance a été très supérieure à celle du marché. Je suis satisfait que notre plus grande région, l'Europe occidentale, ait renoué avec la croissance, tirant parti des investissements réalisés l'an dernier en vue de renforcer nos capacités. Nous continuons de mettre l'accent sur l'amélioration de nos marges. Nous avons achevé l'intégration des activités acquises dans le cacao et nous nous employons désormais à consolider notre position de leader mondial de l'achat et de la transformation du cacao en optimisant notre gamme intégrée de services et de produits à l'intention de nos clients. »

Chiffres clés des ventes du Groupe pour le 1^{er} trimestre de l'exercice 2014/15

		Variation en %		3 mois au 30 nov. 2014	3 mois au 30 nov. 2013
		en monnaies locales	en CHF		
Volume des ventes	tonnes		0,2	465'046	463'996
Chiffre d'affaires	mio. CHF	15,8	15,1	1'743,6	1'515,3

Le Groupe Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a enregistré une hausse de son volume des ventes de 0,2 %, à 465'046 tonnes durant les trois premiers mois de l'exercice 2014/15 (se terminant le 30 novembre 2014). La croissance des volumes a été alimentée par la région clé d'Europe occidentale, les activités Produits Gourmet & Spécialités (+3,8 %) et la région Asie-Pacifique (+9,3 %). Cette évolution positive a été réalisée dans un environnement de marché globalement difficile : sur la période considérée, le marché mondial des confiseries chocolatées a, en effet, continué de ralentir, les volumes fléchissant de 1,8 %.¹

L'accent que nous continuons de mettre sur une meilleure segmentation de la clientèle et sur une amélioration de notre gamme de produits a porté ses fruits, notre marge globale sur les produits chocolatisés enregistrant une progression réjouissante.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 15,1 % à CHF 1'743,6 millions sous l'impulsion d'une hausse des prix des fèves de cacao, conjuguée à une gamme de produits plus favorable.

¹ Source: Nielsen, septembre 2014 – novembre 2014.

² À compter de la consolidation des activités acquises dans le cacao: 6-8 % de croissance moyenne par année du volume et EBIT par tonne rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne), sauf imprévus majeurs et sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires.

Impact de la décision de la Banque nationale suisse d'abolir le taux de change plancher du franc suisse pour un euro

Le groupe Barry Callebaut exerce 99% de ses activités hors de Suisse et n'est donc pas significativement exposé au franc suisse sur le plan opérationnel. Par ailleurs, le Groupe sécurise son entière exposition provenant des transactions opérationnelles et financières. Cependant, l'entreprise établit ses comptes annuels en francs suisses. Par conséquent, il pourrait y avoir un impact des fluctuations monétaires sur les chiffres annoncés.

Perspectives – Rebond de la croissance des volumes, maintien de la priorité accordée aux marges

A propos de l'avenir, Juergen Steinemann, CEO, a déclaré: « Nous avons un solide portefeuille de nouveaux volumes en perspective au second semestre dans nos trois segments de croissance, à savoir les marchés émergents, l'externalisation et Gourmet. Nous sommes également en bonne voie pour améliorer encore davantage nos marges sur les produits chocolatés. Malgré la situation des devises actuellement volatile, les données fondamentales de notre société ne sont pas affectées. Sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires, nous confirmons nos objectifs à moyen terme³. »

Étapes stratégiques clés durant les trois premiers mois de l'exercice 2014/15

- En décembre 2014, Barry Callebaut a officiellement inauguré sa septième usine en Amérique latine, à Santiago du Chili, confirmant l'engagement d'« **Expansion** » du Groupe sur les marchés émergents du chocolat à croissance rapide. Afin de répondre à une hausse de la demande de la part des clients et de se donner les moyens de poursuivre sa croissance dans la région, Barry Callebaut est en train d'agrandir son usine de chocolat brésilienne à Extrema. Par ailleurs, en vue de promouvoir l'activité Gourmet au Moyen-Orient, le Groupe a construit son 17^e centre CHOCOLATE ACADEMY™ à Dubaï, qui a officiellement ouvert ses portes aujourd'hui.
- « **Innovation** »: En réponse à la demande croissante de produits chocolatés dans les climats plus chauds, Barry Callebaut a lancé de nouvelles recettes de chocolats dotées d'une meilleure résistance thermique. Tout en préservant le goût, l'applicabilité et la maniabilité, ces chocolats ont un point de fusion qui est supérieur de 4° Celsius à la normale.
- En novembre, Barry Callebaut a posé la première pierre de l'agrandissement de sa fabrique de chocolat à Lodz, en Pologne. Au cours des deux prochaines années, le Groupe construira son deuxième grand centre de production en Europe, renforçant encore davantage sa position de « **Leader des coûts** ».
- « **Cacao durable** »: Barry Callebaut participe activement à la mise en œuvre de « CocoaAction », la stratégie inédite du secteur menée par la World Cocoa Foundation (WCF) pour moderniser le secteur du cacao.

Performance par région / segment

Région Europe – Reprise de l'Europe occidentale, situation difficile en Russie

Dans la région Europe, le volume total des ventes a augmenté de 0,8 %, à 205'660 tonnes.⁴

En Europe occidentale, le volume des ventes de Barry Callebaut s'est inscrit en hausse après la mise en place de nouvelles capacités, le Groupe continuant de mettre l'accent sur l'augmentation des marges sur les produits. La croissance a été alimentée par les Produits pour Clients Industriels et

³ À compter de la consolidation des activités acquises dans le cacao: 6-8 % de croissance moyenne par année du volume et EBIT par tonne rétabli en 2015/16 au niveau d'avant l'acquisition (CHF 256 par tonne), sauf imprévus majeurs et sous réserve de l'impact des fluctuations monétaires.

⁴ Les marchés européens du chocolat se sont repliés de 2,0 %. Source: Nielsen, septembre 2014 – novembre 2014.

l'activité Boissons. Le pôle Gourmet a réalisé, pour sa part, une performance similaire à celle de l'an dernier.

En revanche, la région EEMEA a été touchée par la situation politique et économique difficile en Russie, qui a pesé sur l'activité Produits pour clients industriels. Quant au pôle Gourmet, il a enregistré de solides résultats sous l'impulsion notamment de la marque mondiale Callebaut®. Le chiffre d'affaires global de la région Europe a progressé de 9,5 % à CHF 762,8 millions, grâce à une gamme de produits plus favorable et à une hausse des prix des fèves de cacao.

Région Amériques – Forte croissance en Amérique du Sud et dans les comptes régionaux de l'ALENA

La croissance des volumes dans la région Amériques a progressé de 0,2 %, à 115'930 tonnes.⁵ Au sein de l'ALENA, les prix au détail ont augmenté dans le secteur de la confiserie en raison d'une hausse des cours des fèves de cacao, ce qui a freiné temporairement la consommation et entraîné une baisse de la demande. Compensant cette diminution, la croissance des volumes a été alimentée par les comptes régionaux de Barry Callebaut au sein de l'ALENA (clients locaux) et par les activités en Amérique du Sud, qui a une fois encore enregistré une solide expansion à deux chiffres, tant dans le segment des Clients Industriels que dans celui des Produits Gourmet & Spécialités.

Le chiffre d'affaires de la région a progressé de 22 % à CHF 387,5 millions, grâce à la hausse des prix des fèves de cacao ainsi qu'à une gamme de produits plus favorable et aux effets de change.

Région Asie-Pacifique – Dynamique de croissance maintenue, accélération de l'activité Gourmet

En Asie-Pacifique, le volume des ventes du Groupe a confirmé sa trajectoire positive, augmentant de 9,3 % à 18'195 tonnes.⁶

L'activité des Clients Industriels a enregistré une forte hausse des volumes. Le segment Produits Gourmet & Spécialités a bénéficié d'une accélération sous l'impulsion des deux marques mondiales, Callebaut® et Cacao Barry®, affichant une croissance à deux chiffres.

Le chiffre d'affaires global a progressé de 20,7 % à CHF 75,7 millions, grâce à la croissance positive des volumes, à une gamme de produits plus favorable et à une hausse des prix des fèves de cacao.

Global Cocoa⁷ – Produits à base de cacao utilisés essentiellement pour les besoins internes

Dans le segment Global Cocoa, le volume des ventes a diminué de 1,8 %, à 125 261 tonnes, les produits à base de cacao (liqueur, beurre et poudre de cacao) étant principalement utilisés pour les besoins de transformation internes au lieu d'être vendus à des tiers, en raison des conditions de marché toujours difficiles.

Le chiffre d'affaires a progressé de 18,1 % à CHF 517,6 millions, reflétant la hausse des prix des fèves de cacao.

L'intégration des activités acquises dans le cacao est achevée. Le Groupe Barry Callebaut s'attache maintenant à consolider sa position de leader mondial de la transformation du cacao (broyage et pressage) et de l'achat (achat des fèves), optimisant sa gamme intégrée de services et de produits.

Évolution des prix sur les principaux marchés au comptant des matières premières

Après avoir atteint son point le plus haut en 3 ans en septembre, à GBP 2 112, les cours du cacao sur les marchés à terme ont chuté à GBP 1 896 à la fin novembre. Les prévisions d'une bonne

⁵ Les marchés du chocolat des Amériques se sont repliés de 2,0 %. Source: Nielsen, septembre 2014 – novembre 2014.

⁶ Les marchés du chocolat d'Asie-Pacifique ont progressé de 0,8 %. Source: Nielsen, septembre 2014 – novembre 2014.

⁷ Les chiffres figurant sous « Global Cocoa » comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao à des tiers dans toutes les régions, alors que les chiffres présentés pour les régions respectives comprennent toutes les ventes de chocolat.

récolte en raison de conditions météorologiques favorables en Afrique de l'Ouest, ainsi que l'atténuation des craintes relatives à une possible épidémie d'Ebola dans les deux grands pays producteurs de cacao, la Côte d'Ivoire et le Ghana, se sont traduites par une baisse des prix. Le marché mondial du **sucre** a connu une brève reprise au début du mois d'octobre, mais dans l'ensemble, les prix ont continué de chuter en raison des solides excédents des campagnes précédentes et de la constitution par les fonds d'une position à découvert. Les cours européens du sucre ont continué de baisser du fait du niveau élevé des stocks.

Les prix des produits laitiers ont continué de se replier sous l'effet d'une production laitière mondiale toujours robuste; les prix du **lait en poudre** ont, quant à eux, frôlé leur niveau le plus bas depuis cinq ans. La baisse de la demande chinoise et l'interdiction russe des produits européens ont entraîné d'importants excédents sur le marché, pesant encore davantage sur les prix.

Calendrier de l'exercice 2014/15 (1^{er} septembre 2014 – 31 août 2015)

Résultats semestriels 2014/15 (communiqué et conférence)	1 ^{er} avril 2015
Chiffres clés des ventes des 9 premiers mois 2014/15 (communiqué)	8 juillet 2015
Résultats annuels 2014/15 (communiqué et conférence)	4 novembre 2015
Assemblée générale annuelle 2014/15	9 décembre 2015

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 5,9 milliards (EUR 4,8 milliards / USD 6,5 milliards) environ pour l'exercice 2013/14, 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 plus de 9 300 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 par le biais de son initiative « Cocoa Horizons » afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs.

Contacts

pour les médias:

Raphael Wermuth
Head of Media Relations
Barry Callebaut SA
Téléphone: +41 43 204 04 58
raphael_wermuth@barry-callebaut.com

pour les investisseurs et les analystes financiers:

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

Chiffres clés des ventes du Groupe pour les trois premiers mois de l'exercice 2014/15

	Variation en %		3 mois au 30 nov. 2014	3 mois au 30 nov. 2013	
	en monnaies locales	en CHF			
Chiffres clés					
Volume des ventes	tonnes		0,2	465'046	463'996
Chiffre d'affaires	mio. CHF	15,8	15,1	1'743,6	1'515,3
Par région					
Europe					
Volume des ventes	tonnes		0,8	205'660	204'075
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12,7	9,5	762,8	696,6
Amériques					
Volume des ventes	tonnes		0,2	115'930	115'753
Chiffre d'affaires	mio. CHF	17,7	22,0	387,5	317,6
Asie-Pacifique					
Volume des ventes	tonnes		9,3	18'195	16'648
Chiffre d'affaires	mio. CHF	21,2	20,7	75,7	62,7
Global Cocoa					
Volume des ventes	tonnes		(1,8)	125'261	127'520
Chiffre d'affaires	mio. CHF	18,5	18,1	517,6	438,4
Par groupe de produits					
Volume des ventes	tonnes		0,2	465'046	463'996
Produits à base de cacao	tonnes		(1,8)	125'261	127'520
Produits pour Clients Industriels	tonnes		0,5	290'309	288'808
Produits Gourmet & Spécialités	tonnes		3,8	49'476	47'668
Chiffre d'affaires	mio. CHF	15,8	15,1	1'743,6	1'515,3
Produits à base de cacao	mio. CHF	18,5	18,1	517,6	438,4
Produits pour Clients Industriels	mio. CHF	15,2	14,5	962,5	840,6
Produits Gourmet & Spécialités	mio. CHF	12,9	11,5	263,5	236,3