



# Communiqué de presse

## Barry Callebaut: ventes des trois premiers mois de l'exercice 2010/11 Bon départ dans un marché en voie de rétablissement

- Volume des ventes en progression de 5,6%
- Chiffre d'affaires en hausse de 14,2% en monnaies locales (+4,9% en CHF)
- Croissance emmenée par Gourmet & Spécialités et les marchés émergents ainsi que par les produits à base de cacao

### Chiffres-clés des ventes du Groupe au premier trimestre de l'exercice 2010/11

		Variation (en %)	Trois mois au 30 nov. 2010	Trois mois au 30 nov. 2009
Volume des ventes	Tonnes	5,6%	383'222	362'973
Chiffre d'affaires	mio. CHF	4,9%	1'521,8	1'450,2
	en monnaies locales	14,2%		

Zurich/Suisse, le 12 janvier 2011 – Barry Callebaut AG, le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, a annoncé aujourd'hui les chiffres-clés de ses ventes pour les trois premiers mois de l'exercice 2010/11 clos le 30 novembre 2010. Le volume des ventes a augmenté considérablement, soit de 5,6% à 383'222 tonnes grâce aux Produits de Gourmet & Spécialités ainsi qu'à la bonne performance des marchés émergents et des produits à base de cacao. Le chiffre d'affaires a enregistré une hausse importante de 14,2% en monnaies locales. Toutefois, des taux de change défavorables, en particulier le raffermissement du franc suisse par rapport à l'euro et au dollar, ont eu un impact sur le chiffre d'affaires exprimé en francs suisses, qui est la monnaie de présentation, ramenant cette hausse à 4,9%, soit CHF 1'521,8 millions.

Juergen B. Steinemann, CEO de Barry Callebaut, a déclaré: «Comme attendu, la croissance générale de l'économie a poursuivi son accélération, mais de manière inégale selon les régions. En effet, alors que les marchés émergents ont affiché une fois de plus des taux de croissance attractifs de leurs PIB, l'environnement économique de l'Europe occidentale et de l'Amérique du Nord a montré une image certes contrastée mais une amélioration dans l'ensemble. Dans ces circonstances et malgré les effets négatifs importants des changes, nous avons pu réaliser une bonne progression des volumes et du chiffre d'affaires. Nous sommes particulièrement satisfaits de la croissance des activités de Gourmet, de la performance des marchés émergents comme l'Europe de l'Est et l'Asie-Pacifique ainsi des bonnes ventes de nos produits à base de cacao aux clients du monde entier. Nous sommes convaincus que grâce à la stratégie, que nous avons récemment affinée, nous allons continuer de surperformer de manière significative le marché mondial du chocolat et aurons la capacité de réaliser nos objectifs financiers étendus<sup>1</sup>.»

### Performance des ventes par région au premier trimestre de l'exercice 2010/11

#### Région Europe

Globalement, la reprise économique en Europe occidentale s'accélère. Les économies d'Europe de l'Est réalisent une bonne performance, en particulier la Russie a montré les premiers signes de rétablissement<sup>2</sup>. Le volume des ventes de la Région Europe a crû de 3,0%

<sup>1</sup> Objectifs de croissance à quatre ans pour la période 2009/10-2012/13: volume des ventes 6-8%, EBIT en monnaies locales au moins en ligne avec la croissance du volume, sauf imprévu majeur.

<sup>2</sup> Source: Global Economic Outlook Summary, J.P. Morgan, 10 décembre 2010.



# Communiqué de presse

---

à 222'708 tonnes, principalement sous l'effet de taux de croissance à deux chiffres de Produits pour clients industriels en Europe orientale. Produits Gourmet & Spécialités a également accompli une bonne performance en volumes dans toute la Région. Le segment des boulangeries n'a pas bougé, tandis que les ventes HORECA (hôtellerie, restauration et traiteurs) sont repartiées à la hausse. Les produits haut de gamme ont bénéficié d'une demande accrue. Globalement, le chiffre d'affaires a progressé de 7,5% en monnaies locales. Par contre, exprimé en francs suisses, il a baissé de 4,5% à CHF 876,3 millions, en raison de la fermeté de la monnaie helvétique par rapport à l'euro.

## **Région Amériques**

Le contexte économique de cette région s'est amélioré. Cependant, les taux élevés du chômage notamment aux Etats-Unis, ont entravé les dépenses des consommateurs. Si les pays d'Amérique latine ont continué d'afficher une forte hausse de leur PIB, l'inflation a suivi le mouvement. Dans un environnement hautement compétitif, la Région Amériques a réussi à accroître ses ventes en volume de 2,0% à 78'368 tonnes. En Amérique du Nord, les activités de Produits pour clients industriels ont été soutenues par la bonne performance des clients entreprises. En monnaies locales, le chiffre d'affaires a fortement progressé, soit de 11,9%, mais il a été impacté par des taux de change défavorables. En francs suisses, sa progression s'est chiffrée à 7.9% en s'élevant à CHF 268,2 millions.

## **Région Asie-Pacifique**

Les conditions générales de l'économie poursuivent leur amélioration. L'économie chinoise continue de croître autour de 9%, mais elle est accompagnée d'une forte inflation. La Région Asie-Pacifique a bénéficié d'un contexte économique globalement favorable, lui permettant d'augmenter le volume de ses ventes de 9,2% à 13'582 tonnes. Le principal moteur de cette croissance a été Chocolat pour clients. La Chine a aussi affiché une bonne croissance. Produits Gourmet & Spécialités a enregistré une demande importante tant pour les marques européennes de qualité que pour les marques locales. La croissance du chiffre d'affaires a atteint deux chiffres, respectivement 19,1% en monnaies locales et 18,2% en monnaie de présentation, terminant à CHF 62,3 millions.

## **Approvisionnement global & Cacao<sup>3</sup>**

Les prix du cacao sur le marché à terme ont évolué, durant la période sous revue, dans une fourchette comprise entre GBP 1'850 et 1'950 la tonne, en baisse par rapport aux sommets historiques atteints au dernier trimestre de l'exercice 2009/10. Néanmoins, les prix du cacao demeurent à des niveaux moyens élevés sur le long terme et très volatils au jour le jour. Les prix du sucre sur le marché mondial se sont envolés pour atteindre des records en raison du troisième déficit consécutif de la production. Bien que réglementé par l'UE, le prix du sucre dans cette région où Barry Callebaut s'approvisionne en majorité a aussi augmenté de manière importante. Les prix du lait en poudre, tant sur le marché mondial qu'en Europe, ont augmenté au début de la période considérée. Puis ils ont été corrigés à la baisse pour ensuite remonter sous la pression d'une hausse de la demande; ils devraient maintenant se stabiliser à leur moyenne historique.

Le segment Approvisionnement global & Cacao a considérablement accru le volume des produits à base de cacao vendus à des tiers, en hausse de 19,2% à 68'564 tonnes. Cette hausse a été soutenue par l'accroissement des ventes de produits semi-finis et des livraisons de fèves de cacao à des clients du monde entier, particulièrement en Europe et en Asie-Pacifique. Sous l'effet d'une augmentation des prix du cacao en poudre, le chiffre d'affaires d'Approvisionnement global & Cacao s'est élevé à CHF 315,0 millions, ce qui correspond à

---

<sup>3</sup> Les chiffres publiés sous « Approvisionnement global & Cacao » comprennent toutes les ventes de produits à base de cacao vendus à des tiers dans toutes les régions tandis que les chiffres indiqués dans chacune des régions se réfèrent à l'ensemble des ventes de chocolat.



# Communiqué de presse

une progression respectivement de 42,3% en monnaies locales et de 36,0% en francs suisses. L'amélioration du ratio combiné du cacao (à terme) constatée au trimestre précédent s'est poursuivie.

## Développement par groupe de produits au premier trimestre de l'exercice 2010/11

### Produits à base de cacao

Voir « Approvisionnement global & Cacao »

### Produits pour clients industriels

Le volume des ventes des Produits pour clients industriels a augmenté de 4,0% à 241'354 tonnes. Toutes les régions ont enregistré une croissance, avec des taux importants à deux chiffres dans les marchés émergents. Il y a eu une augmentation de la demande de pâtes à glacer et de fourrages ainsi que de produits spécialisés dans les affaires avec les clients industriels. Des taux de change défavorables ont eu un impact important sur le chiffre d'affaires. Celui-ci a crû en effet de 12,4% en monnaies locales mais de 2,6% en francs suisses, à CHF 791,3 millions.

### Produits Gourmet & Spécialités

Le groupe de Produits Gourmet & Spécialités a enregistré une hausse de 6,0% du volume de ses ventes à 39'218 tonnes, grâce principalement à l'Europe orientale et occidentale ainsi qu'à la zone Asie-Pacifique. Les marques mondiales de Gourmet en particulier ont bien progressé, contribuant à l'accroissement des volumes. Le chiffre d'affaires en monnaies locales a réalisé une augmentation importante de 13,1%. Mais celle-ci a été ramenée à 3,8% en francs suisses, suite à des taux de change défavorables, pour se chiffrer à CHF 211,4 millions.

### Produits pour les consommateurs

Dans un marché globalement plat, le volume des ventes de Produits pour les consommateurs a diminué de 6,5% à 34'086 tonnes au premier trimestre de l'exercice en cours. Hors Allemagne, les ventes ont affiché de bons taux de croissance, en particulier en Europe de l'Est ainsi qu'en Suisse, dans les Îles britanniques et en Espagne. Les barres et produits saisonniers ont réalisé une bonne performance, mais les tablettes ont été mises sous pression par les actions promotionnelles importantes sur les prix. Dans l'ensemble, les marques ont gagné des parts de marché au détriment des labels privés. Le chiffre d'affaires de ce groupe de produits a atteint CHF 204,1 millions, en baisse de 6,0% en monnaies locales et de 16,1% en francs suisses à cause d'effets de change importants.

## Calendrier financier de l'exercice 2010/11 (du 1<sup>er</sup> septembre 2010 au 31 août 2011)

Résultats du premier semestre 2010/11 (communiqué / conférence de presse)	1 <sup>er</sup> avril 2011, Zurich
Chiffres clés des neuf premiers mois 2010/11 (communiqué de presse)	30 juin 2011
Résultats de l'exercice 2010/11 (communiqué / conférence de presse)	10 novembre 2011, Zurich
Assemblée générale annuelle 2010/11	8 décembre 2011, Zurich

\*\*\*



# Communiqué de presse

---

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

*Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 5,2 milliards/EUR 3,6 milliards/USD 4,9 milliards environ pour l'exercice 2009/10, le Groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de la fève de cacao au produit fini le plus fin. Présent dans 26 pays, Barry Callebaut possède plus de 40 sites de productions et emploie environ 7 500 personnes. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat tels que les chocolatiers, les confiseurs et les pâtisseries, ainsi qu'à ceux de la grande distribution. Barry Callebaut est le leader mondial de l'innovation dans les produits à base de cacao et de chocolat. Il fournit aussi une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, des processus de fabrication, de la formation et du marketing. Le Groupe s'engage activement dans des initiatives et des projets contribuant à établir une chaîne d'approvisionnement du cacao plus durable.*

\*\*\*

**Contacts**

**Pour investisseurs et analystes financiers:**

Evelyn Nassar  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut SA  
Tél. +41 43 204 04 23  
[evelyn\\_nassar@barry-callebaut.com](mailto:evelyn_nassar@barry-callebaut.com)

**Pour les médias:**

Raphael Wermuth  
External Communications Manager  
Barry Callebaut SA  
Tél. +41 43 204 04 58  
[raphael\\_wermuth@barry-callebaut.com](mailto:raphael_wermuth@barry-callebaut.com)



# Communiqué de presse

**Chiffres-clés des ventes du Groupe Barry Callebaut au premier trimestre de l'exercice 2010/2011**  
(non audités)

		Variation en %		Trois mois au 30 nov. 2010	Trois mois au 30 nov. 2009
		en monnaies locales	en monnaie de présentation		
<b>Groupe</b>					
Volume des ventes	Tonnes		5,6	383'222	362'973
Chiffre d'affaires	mio. CHF	14,2	4,9	1'521,8	1'450,2
<b>Par Région</b>					
<b>Europe</b>					
Volume des ventes	Tonnes		3,0	222'708	216'217
Chiffre d'affaires	mio. CHF	7,5	(4,5)	876,3	917,4
<b>Amériques</b>					
Volume des ventes	Tonnes		2,0	78'368	76'816
Chiffre d'affaires	mio. CHF	11,9	7,9	268,2	248,5
<b>Asie-Pacifique</b>					
Volume des ventes	Tonnes		9,2	13'582	12'440
Chiffre d'affaires	mio. CHF	19,1	18,2	62,3	52,7
<b>Approvisionnement global &amp; Cacao</b>					
Volume des ventes	Tonnes		19,2	68'564	57'500
Chiffre d'affaires	mio. CHF	42,3	36,0	315,0	231,6
<b>Par groupe de produits</b>					
<b>Produits à base de cacao</b>					
Volume des ventes	Tonnes		19,2	68'564	57'500
Chiffre d'affaires	mio. CHF	42,3	36,0	315,0	231,6
<b>Produits pour clients industriels</b>					
Volume des ventes	Tonnes		4,0	241'354	232'022 <sup>4</sup>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	12,4	2,6	791,3	771,5 <sup>4</sup>
<b>Produits Gourmet &amp; Spécialités</b>					
Volume des ventes	Tonnes		6,0	39'218	36'953
Chiffre d'affaires	mio. CHF	13,1	3,8	211,4	203,7
<b>Produits pour les consommateurs</b>					
Volume des ventes	Tonnes		(6,5)	34'086	36'453 <sup>4</sup>
Chiffre d'affaires	mio. CHF	(6,0)	(16,1)	204,1	243,4 <sup>4</sup>

<sup>4</sup> Chiffres retraités pour se conformer à la présentation courante. Ces ajustements se réfèrent au transfert de certains volumes de Produits pour les consommateurs à Produits pour clients industriels dans le cadre de l'exercice de «carve-out».