

Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Emmi fait preuve de stabilité et de persévérance dans sa croissance

Lucerne, le 26 janvier 2022 - Emmi augmente son chiffre d'affaires annuel à CHF 3911,9 millions dans un environnement toujours volatil, marqué par la pandémie et la hausse des coûts de production. La bonne croissance de 5,6 %, ou 3,6 % sur le plan organique, confirme la poursuite conséquente du cap stratégique, avec un portefeuille de gammes et de pays diversifié, des concepts de marques différenciés ainsi qu'une grande force d'innovation et une organisation agile. Alors que les activités en Suisse ont connu, comme prévu, un léger recul, la forte dynamique sur les marchés étrangers ainsi que dans les niches stratégiques, comme celle des desserts, s'est poursuivie au second semestre. Des concepts de marques comme Emmi Caffè Latte et le fromage Kaltbach ont également pu s'affirmer encore plus. Le Conseil d'administration d'Emmi SA propose Werner Weiss et Hubert Muff – membres du Conseil d'administration de ZMP, l'actionnaire principal d'Emmi – pour succéder à Thomas Oehen et Franz Steiger, qui ne se représenteront pas lors de l'Assemblée générale du 7 avril 2022.

En bref

- Hausse organique du chiffre d'affaires de 3,6 % (2020: 1,9 %) supérieure aux propres attentes (de 2 % à 3 %); effets des acquisitions 2,3 %; effets de change -0,3 %
- Forte croissance organique du chiffre d'affaires dans les divisions Americas (9,6 %), Europe (5,2 %) et Global Trade (11,5 %) – Division Suisse légèrement meilleure que prévu (-2,2 %) malgré une baisse du chiffre d'affaires
- Développement dynamique dans la division Americas, en particulier dans le secteur des desserts aux Etats-Unis et sur les marchés de croissance du Brésil, du Mexique et de la Tunisie
- Forte croissance du chiffre d'affaires dans la division Europe alimentée par la grande innovation des spécialités de desserts italiennes et par des concepts de marques comme Emmi Caffè Latte et le fromage Kaltbach
- Développement des activités dans des niches stratégiques et acquisition aux Etats-Unis des activités d'Athenos dans le domaine de la feta pour renforcer le portefeuille de spécialités fromagères
- Développement durable: amélioration de la notation climatique du CDP par l'attribution de la note B, une note toujours supérieure à la moyenne de la branche agroalimentaire

2/9

Le 4 mars 2022 à 7 h 00, Emmi publiera ses résultats annuels détaillés pour 2021 ainsi que ses perspectives pour l'exercice en cours.

Chiffres-clés des chiffres d'affaires

en millions de CHF	Division Suisse	Division Americas	Division Europe	Division Global Trade	Groupe
Chiffre d'affaires 2021	1'649.8	1'478.7	662.0	121.4	3'911.9
Chiffre d'affaires 2020	1'686.2	1'281.8	630.7	107.4	3'706.1
Changement	-2.2 %	15.4 %	5.0 %	13.1 %	5.6 %
dont effets des acquisitions*	-	7.4 %	-1.7 %	1.6 %	2.3 %
dont effets de change	-	-1.6 %	1.5 %	-	-0.3 %
dont croissance organique du chiffre d'affaires	-2.2 %	9.6 %	5.2 %	11.5 %	3.6 %

*Les effets des acquisitions s'expliquent par les facteurs suivants:

Facteurs positifs:

- acquisition de Chäs Hütte Zollikon GmbH (Suisse, 29 juillet 2020);
- acquisition d'Emmi Dessert USA (anciennement groupe Indulge Desserts, Etats-Unis, 6 octobre 2020);
- acquisition des activités d'Athenos (Etats-Unis, 1er décembre 2021).

Facteur négatif:

- vente de Lácteos Caprinos S.A. (Espagne, 18 décembre 2020).

Des transferts internes de canaux de distribution de clients individuels ont par ailleurs entraîné des effets d'acquisition ou de désinvestissement dans les divisions Americas, Europe et Global Trade. Au niveau du groupe, ces transferts entre certaines divisions n'ont toutefois pas eu d'influence sur l'évolution organique du chiffre d'affaires.

Au cours de l'exercice 2021, Emmi a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 3911,9 millions (exercice précédent: CHF 3706,1 millions) et une croissance de 5,6 %. Ce résultat comprend une croissance organique de 3,6 %, des effets positifs d'acquisition de 2,3 % et des effets de change négatifs de -0,3 %. La croissance organique de 3,6 %, qui a légèrement dépassé les propres attentes d'Emmi (de 2 % à 3 %), est une performance forte compte tenu des incertitudes persistantes liées à la pandémie. Une fois de plus, l'équilibre du portefeuille de gammes et de pays ainsi que l'accent mis sur des niches intéressantes et des concepts de marques forts, associés à une grande force d'innovation, une organisation agile et un ancrage local dans la chaîne d'approvisionnement, ont fait leurs preuves.

Le marché suisse a accusé une baisse de son chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente, conformément aux propres attentes, et a enregistré un recul organique du chiffre d'affaires de 2,2 %. Après avoir connu une croissance organique de 1,4 % l'année précédente, le commerce de détail a largement renoué avec ses anciennes habitudes de consommation, y compris le tourisme alimentaire, en 2021. En outre, les activités dans le secteur de la restauration et avec les clients industriels sont restées fortement marquées par la pandémie et les chiffres d'affaires demeurent nettement inférieurs

3/9

au niveau d'avant la crise. En revanche, les activités internationales ont enregistré une large reprise. En particulier, les sociétés comptant une part plus importante de Food Service ont à nouveau affiché une croissance organique, après le recul enregistré l'année précédente. D'importants marchés de croissance comme le Brésil, le Mexique et la Tunisie ont également livré une forte contribution à la croissance organique de la division Americas (9,6 %). La bonne croissance organique de la division Europe (5,2 %) a en particulier été portée par la réjouissante évolution des ventes de spécialités de desserts italiennes à fort potentiel d'innovation, ainsi que par des concepts de marques comme Emmi Caffè Latte et le fromage Kaltbach.

Le secteur des desserts, qui constitue une niche stratégique, a également connu une évolution particulièrement réjouissante à l'échelle du groupe. La très bonne évolution du chiffre d'affaires n'a pas seulement concerné les sociétés italiennes, mais aussi Emmi Dessert USA, acquise l'année précédente. En ce qui concerne nos marques internationales, l'élan positif d'Emmi Caffè Latte s'est en outre poursuivi. Ainsi, sur le marché suisse comme sur tous les marchés étrangers, une nette croissance a pu être enregistrée grâce à des concepts de marques différenciés et à des innovations fortes. Les spécialités fromagères Kaltbach affinées en grotte continuent de jouir d'une popularité croissante, avec une croissance également forte sur la plupart des marchés.

Changements au niveau du Conseil d'administration

Dans le cadre d'un règlement de succession à long terme et comme annoncé en avril dernier, Thomas Oehen-Bühlmann, membre depuis 2009 et vice-président depuis 2012, et Franz Steiger, membre depuis 2015, ne se représenteront pas à l'élection au Conseil d'administration d'Emmi SA lors de l'Assemblée générale du 7 avril 2022. Grâce à leur expertise et à leur engagement, tous deux ont fortement contribué au développement stratégique et au succès de l'expansion internationale, au renforcement de la présence sur le marché suisse et au développement d'attrayantes activités de niche.

Avec la nomination de Werner Weiss et de Hubert Muff au Conseil d'administration, l'entreprise de transformation du lait manifeste sa volonté de poursuivre ses activités sur la voie du succès. Tous deux sont étroitement liés au secteur agricole et membres du comité directeur de l'actionnaire principal d'Emmi, l'Association des producteurs de lait de Suisse centrale (ZMP).

Le Conseil d'administration d'Emmi, qui s'engage à orienter l'entreprise vers le succès à long terme, est constitué de personnalités disposant d'une expertise et d'horizons diversifiés ainsi que d'une expérience nationale et internationale. Il se compose de trois représentants du secteur agricole, ainsi que de six membres aux compétences complémentaires, et compte actuellement quatre femmes et cinq hommes.

Division Suisse: recul du commerce de détail en raison de la pandémie

Chiffre d'affaires par groupe de produits: division Suisse

en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2021	Chiffre d'affaires 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits laitiers	668.6	682.9	-2.1 %	-	-	-2.1 %
Fromages	416.2	434.2	-4.1 %	-	-	-4.1 %
Produits frais	339.2	341.3	-0.6 %	-	-	-0.6 %
Fromage frais	101.4	106.3	-4.6 %	-	-	-4.6 %
Poudres/concentrés	60.8	63.2	-3.8 %	-	-	-3.8 %
Autres produits/services	63.6	58.3	9.1 %	0.6 %	-	8.5 %
Total Suisse	1'649.8	1'686.2	-2.2 %	0.0%	-	-2.2 %

En 2021, la division Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1649,8 millions (exercice précédent: CHF 1686,2 millions), ce qui représente une baisse de 2,2 %. Le recul a donc été légèrement inférieur aux prévisions attendues pour le semestre (de -2,5 % à -3,5 %). En conséquence, la situation du chiffre d'affaires s'est améliorée par rapport au premier semestre, qui avait encore enregistré une baisse organique de 3,3 %. Le principal moteur de l'évolution négative du chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'année a été le commerce de détail. Comme on pouvait s'y attendre, celui-ci a perdu du chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent, qui avait été exceptionnel en raison des achats de précaution et de la fermeture des frontières. Mais les restrictions persistantes dans le secteur de la restauration, combinées à une évolution toujours modérée des activités avec les clients industriels, ont également freiné les ventes.

En revanche, Emmi Caffè Latte s'est de nouveau illustré sur une note favorable. Mais d'autres concepts de marques, comme Emmi Jogurtpur, ont également connu une évolution satisfaisante. De plus, l'augmentation du prix du lait, qui profite aux producteurs, a soutenu l'évolution du chiffre d'affaires. La part de la division Suisse dans le chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 42,2 % (exercice précédent: 45,5 %).

Le segment **Produits laitiers** (lait, crème, beurre) a enregistré une baisse organique du chiffre d'affaires de 2,1 %. Certes, l'évolution négative s'est atténuée au cours du second semestre, mais les effets négatifs ont tout de même prévalu sur l'ensemble de l'année. Parmi ceux-ci, on compte en premier lieu la normalisation de la demande dans le commerce de détail et les restrictions persistantes dans l'activité Food Service.

Le segment **Fromages** a également enregistré un net recul organique de 4,1 %. En premier lieu, ce recul concerne les fromages de variétés traditionnelles vendus dans le commerce de détail, qui avaient connu une croissance exceptionnellement élevée l'année précédente en raison de la pandémie. De même, les importations de fromage, qui ont à nouveau nettement augmenté, ont freiné l'évolution du chiffre d'affaires dans ce segment. En revanche, on peut se réjouir de constater que les

5/9

spécialités fromagères d'Emmi, comme le Kaltbach et le fromage à la crème Luzerner, ont continué à croître même dans ces conditions difficiles.

Le segment **Produits frais** a enregistré une baisse organique relativement faible de son chiffre d'affaires de 0,6 %. Le recul du chiffre d'affaires, notamment des yogourts (marques propres du commerce de détail) et des glaces, a pu être partiellement compensé par l'évolution toujours satisfaisante d'Emmi Caffè Latte ainsi que d'Emmi Energy Milk et d'Emmi Jogurtpur.

Alors que dans le segment **Fromage frais**, ce sont une nouvelle fois les activités du commerce de détail qui sont responsables du recul organique (4,6 %), la lenteur des activités avec les clients industriels, due en premier lieu à la pandémie, est la principale raison du recul (3,8 %) dans le segment **Poudres/concentrés**. Le segment **Autres produits/services** est le seul à avoir enregistré une croissance organique (8,5 %). Ce résultat remarquable s'explique par la dynamique positive des activités liées aux produits végans, où les produits de la marque végétane Beleaf, entre autres, ont progressé.

Division Americas: un élan à large portée

Chiffre d'affaires par groupe de produits: division Americas

en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2021	Chiffre d'affaires 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	573.3	527.1	8.8 %	1.1 %	-1.4 %	9.1 %
Produits laitiers	381.8	353.4	8.0 %	-	-1.7 %	9.7 %
Produits frais	329.0	226.1	45.5 %	39.8 %	-1.4 %	7.1 %
Fromage frais	72.6	62.3	16.6 %	-	-6.7 %	23.3 %
Poudres/concentrés	32.2	21.1	52.7 %	-	-10.9 %	63.6 %
Autres produits/services	89.8	91.8	-2.1 %	-0.4 %	1.0 %	-2.7 %
Total Americas	1'478.7	1'281.8	15.4 %	7.4 %	-1.6 %	9.6 %

La division Americas comprend les sociétés du groupe Emmi aux Etats-Unis, en Espagne (sans Lácteos Caprinos), en Tunisie, au Brésil, au Chili, en France, au Mexique et au Canada.

Dans la division Americas, le chiffre d'affaires est passé à CHF 1478,7 millions, contre CHF 1281,8 millions l'exercice précédent. La croissance totale de 15,4 % est due, d'une part, à l'acquisition d'Emmi Dessert USA et des activités d'Athenos dans le domaine du fromage feta et, d'autre part, à la forte croissance organique de 9,6 %. Les effets de change négatifs sont principalement dus à la dépréciation du réal brésilien et du dollar américain.

L'évolution, qui s'est légèrement ralentie par rapport au semestre, a néanmoins dépassé les propres attentes (de 7 % à 9 %). Outre les marchés de croissance que sont le Brésil, le Mexique et la Tunisie, ce sont surtout les sociétés américaines, et notamment Emmi Dessert USA, acquise l'année précédente, qui ont enregistré une nette progression. La contribution de la division Americas au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 37,8 % (exercice précédent: 34,6 %).

6/9

Le segment **Fromages** a enregistré une croissance organique de 9,1 %, ce qui reflète en premier lieu la reprise des activités de Food Service après la baisse du chiffre d'affaires due à la pandémie l'année précédente. Une grande partie de la croissance provient des Etats-Unis, où les ventes de fromages produits localement et de fromages importés de Suisse, comme Kaltbach, ont progressé. En outre, une croissance a également été enregistrée au Canada (entre autres avec Kaltbach), au Mexique, en France et au Brésil.

Pour les **Produits laitiers**, la Tunisie est le grand moteur de la croissance organique de 9,7 % grâce à l'atténuation de la pénurie de lait et à une évolution positive des prix. Le Brésil, où la mise en service d'un nouveau site de production de lait UHT a eu un effet positif sur l'évolution du chiffre d'affaires, a également apporté une contribution essentielle.

Le segment **Produits frais** a enregistré une croissance organique de 7,1 %. Les principales contributions positives proviennent d'Emmi Dessert USA, acquise l'année précédente, du Brésil avec ses yogourts et de la France avec ses spécialités de desserts italiennes. Par ailleurs, la poursuite de la croissance d'Emmi Caffè Latte en Espagne et en France est tout à fait remarquable.

Le segment **Fromage frais** (organique: 23,3 %) reflète principalement la croissance au Brésil et la reprise des activités commerciales de Mexideli. La forte croissance organique de 63,6 % dans le segment **Poudres/concentrés** résulte de la mise en service d'un nouveau site de production de poudre de lait au Brésil. Dans le segment **Autres produits/services**, le recul organique de 2,7 % est principalement dû aux activités liées aux licences d'importation aux Etats-Unis, tandis que les activités de produits commerciaux de Mexideli ont enregistré une croissance significative suite à la reprise dans le secteur Food Service.

Division Europe: les concepts de marques et les spécialités de desserts sont les moteurs de croissance

Chiffre d'affaires par groupe de produits: division Europe

en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2021	Chiffre d'affaires 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits frais	329.4	289.6	13.7 %	-0.7 %	1.8 %	12.6 %
Fromages	128.5	129.2	-0.5 %	-1.3 %	1.1 %	-0.3 %
Produits laitiers	94.8	99.0	-4.3 %	-2.6 %	0.9 %	-2.6 %
Fromage frais	37.5	40.8	-8.1 %	-10.9 %	0.9 %	1.9 %
Poudres/concentrés	37.3	44.4	-16.0 %	-	0.8 %	-16.8 %
Autres produits/services	34.5	27.7	24.3 %	-	1.3 %	23.0 %
Total Europe	662.0	630.7	5.0 %	-1.7 %	1.5 %	5.2 %

La division Europe comprend les sociétés du groupe Emmi en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, en Autriche ainsi que Lácteos Caprinos en Espagne (vente au 18 décembre 2020).

7/9

La division Europe a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 662,0 millions, ce qui correspond à une croissance de 5,0 % par rapport à l'exercice précédent (CHF 630,7 millions). En termes organiques, c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions, il en a résulté une forte croissance du chiffre d'affaires, se montant à 5,2 %. Cette croissance s'est heureusement encore accélérée au second semestre, dépassant ainsi légèrement les propres prévisions pour l'ensemble de l'année (de 3 % à 5 %), qui avaient été revues en cours de semestre.

Les moteurs de croissance de la division Europe restent les spécialités de desserts italiennes à fort potentiel d'innovation ainsi qu'Emmi Caffè Latte, ce qui s'est traduit par une forte croissance dans le segment Produits frais. Les effets négatifs des acquisitions concernent, outre la vente de Lacteos Caprinos en Espagne en décembre 2020, les transferts de canaux de distribution de certains clients vers les divisions Americas et Global Trade. La part de la division Europe dans le chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 16,9 % (exercice précédent: 17,0 %).

Le segment **Produits frais**, le plus important en termes de chiffre d'affaires, a enregistré une croissance organique très satisfaisante de 12,6 %. Les moteurs de la croissance ont été, d'une part, les spécialités de desserts italiennes et, d'autre part, Emmi Caffè Latte, qui a enregistré une nette croissance sur tous les marchés européens.

Des ventes plus faibles de fromages de variétés suisses et de fondue, notamment aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne et en Italie, ont entraîné un léger recul organique de 0,3 % dans le segment **Fromages**. Kaltbach a en revanche connu une évolution positive, enregistrant une croissance sur tous les marchés européens.

Le recul organique du chiffre d'affaires de 2,6 % dans le segment **Produits laitiers** est imputable à la baisse du chiffre d'affaires de la société Gläserne Molkerei elle-même en Allemagne. L'année précédente, la demande avait encore fortement augmenté, pandémie oblige, mais elle s'est à nouveau normalisée au cours de l'exercice écoulé.

Le segment **Fromage frais** a enregistré une croissance organique de 1,9 %, reflétant une reprise partielle des ventes de fromage de chèvre frais chez Bettinehoeve aux Pays-Bas, après la chute de l'année précédente (part élevée du chiffre d'affaires du secteur Food Service). Le chiffre d'affaires généré par **Poudres/concentrés** a connu une baisse organique significative de 16,8 %, principalement due à l'activité de poudre de lait de chèvre aux Pays-Bas, où les défis de la logistique outre-mer ont eu un impact négatif sur l'évolution des ventes. La croissance organique de 23,0 % dans le segment **Autres produits/services** provient principalement de l'augmentation des ventes de produits végans. Outre une croissance remarquable des activités existantes avec des produits végans en Autriche et en Allemagne, le lancement de la marque végane Beleaf a également contribué à la croissance organique.

Division Global Trade: d'excellentes exportations

Chiffre d'affaires par groupe de produits: Global Trade

en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2021	Chiffre d'affaires 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	55.2	48.8	13.0 %	3.4 %	-	9.6 %
Produits frais	34.8	35.9	-3.0 %	-	-	-3.0 %
Poudres/concentrés	26.6	18.5	43.8 %	-	-	43.8 %
Produits laitiers	2.5	2.6	-2.3 %	-	-	-2.3 %
Autres produits/services	2.3	1.6	43.8 %	-	-	43.8 %
Total Global Trade	121.4	107.4	13.1 %	1.6 %	-	11.5 %

La division Global Trade représente principalement les ventes directes depuis la Suisse à des clients qui se trouvent dans des pays où Emmi ne possède pas de sociétés propres. Il s'agit entre autres des marchés asiatiques et d'Europe de l'Est, de la plupart des pays sud-américains et de la péninsule arabique. La part de la division Global Trade au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 3,1 % (exercice précédent: 2,9 %).

Le chiffre d'affaires de la division Global Trade s'est élevé à CHF 121,4 millions, contre CHF 107,4 millions l'année précédente, ce qui correspond à une croissance de 13,1 % (organiquement 11,5 %). Le segment **Fromages** a enregistré une croissance organique de 9,6 %, notamment grâce à l'excellent développement de Kaltbach. Les restrictions persistantes en matière de voyages ont freiné le développement du chiffre d'affaires dans le segment **Produits frais**, ce qui a entraîné une baisse organique du chiffre d'affaires de 3,0 %. L'augmentation dans le segment **Poudres/concentrés** reflète l'augmentation des exportations de lait écrémé en poudre.

Perspectives

Malgré des taux d'inflation nettement plus élevés dans le monde entier et une forte augmentation des coûts de production, les prévisions de revenus de mars 2021, confirmées en août, restent aujourd'hui valables. Emmi table actuellement sur un résultat d'exploitation au niveau de l'EBIT et sur une marge bénéficiaire nette se situant au milieu de la fourchette visée.

Le 4 mars 2022 à 07 h 00, Emmi publiera ses résultats annuels détaillés pour 2021 ainsi que ses perspectives pour l'exercice en cours.

9/9

Matériel à télécharger et informations complémentaires

- [Communiqué de presse sur les résultats semestriels 2021](#)
- [Rapports et présentations](#)
- [Indicateurs alternatifs de performance \(APM\)](#)
- [Supports visuels généraux sur Emmi](#)
- [Photo de Werner Weiss](#)
- [Photo de Hubert Muff](#)

Contacts

Analystes	Investor Relations ir@emmi.com
Médias	Markus Abt, Head Corporate Communications media@emmi.com

A propos d'Emmi

Emmi est le premier groupe laitier de Suisse. La société a été fondée en 1907 par 62 coopératives laitières de la région de Lucerne. Au cours des 20 dernières années, Emmi s'est développée pour devenir un groupe d'entreprises international coté en Bourse. Elle mène depuis de nombreuses années une stratégie fructueuse basée sur trois piliers: la consolidation de sa position sur le marché intérieur suisse, la croissance à l'étranger et la maîtrise des coûts. L'histoire de l'entreprise témoigne du sens aigu des responsabilités dont Emmi fait preuve vis-à-vis des personnes, des animaux et de l'environnement.

Emmi élabore en Suisse une gamme complète de produits laitiers portant ses marques propres ou les marques de ses clients, dont Emmi Caffè Latte et Kaltbach, les champions de l'exportation. Dans certains pays, Emmi fabrique localement des produits qui sont généralement des spécialités. La société transforme du lait de vache ainsi que du lait de chèvre et de brebis.

En Suisse, le groupe Emmi compte 25 sites de production. A l'étranger, l'entreprise possède des filiales dans quatorze pays et des sites de production dans huit d'entre eux. Elle exporte ses produits depuis la Suisse dans près de 60 pays. Outre le marché intérieur suisse, les marchés principaux d'Emmi sont l'Europe occidentale et le continent américain. Sur un chiffre d'affaires annuel de 3,9 milliards de francs suisses, réalisé pour plus de 10 % avec des produits bio, un peu plus de 40 % sont réalisés en Suisse et le reste à l'international. Emmi emploie plus de 9000 personnes dans le monde, dont environ 70 % sur des sites hors de Suisse.