

Communiqué de presse

Large base de croissance pour Emmi

Lucerne, le 28 janvier 2021 – En 2020, Emmi a enregistré un chiffre d'affaires net de CHF 3706,1 millions et une croissance de 6,1 %, malgré les bouleversements qui ont agité la planète et une évolution monétaire négative. D'un point de vue organique, le chiffre d'affaires s'est étoffé de 1,9 %, confirmant la robustesse du modèle d'affaires d'Emmi, l'équilibre du portefeuille de produits et de pays et la capacité d'adaptation de l'organisation. Tandis que la contribution à la croissance provenait principalement du marché suisse au premier semestre 2020, les marchés étrangers ont affiché un développement positif durant la seconde moitié de l'année. Les concepts de marque Emmi Caffè Latte ou Kaltbach ont également progressé durant la crise. En Suisse, l'augmentation des importations de produits laitiers a eu un effet négatif pour Emmi.

En bref

- Le chiffre d'affaires du groupe, avec une hausse organique de 1,9 %, a dépassé les propres prévisions (de 0,5 % à 1,5 %); effets des acquisitions 8,7 %; effets de change -4,5 %
- Solide croissance du chiffre d'affaires en Suisse, malgré une évolution du marché des produits laitiers suisses en dessous de la moyenne sur le marché intérieur
- Dans la division Amériques, les marchés de croissance du Chili, du Brésil et de la Tunisie compensent le ralentissement des ventes dû au coronavirus sur le marché nord-américain
- Solide croissance du chiffre d'affaires sur des marchés clés européens grâce à des concepts de marques bien positionnés et une demande élevée de produits laitiers bio
- Renforcement dans les niches grâce aux acquisitions effectuées en 2019

Les objectifs de rendement communiqués en mars 2020 et confirmés en août demeurent valables. Emmi publiera le 2 mars 2021 les chiffres détaillés pour l'année 2020 ainsi que les perspectives pour l'exercice en cours.

Chiffres-clés des chiffres d'affaires

en millions de CHF	Division Suisse	Division Amériques	Division Europe	Division Global Trade	Groupe
Chiffre d'affaires 2020	1'686.2	1'281.8	630.7	107.4	3'706.1
Chiffre d'affaires 2019	1'675.0	1'114.7	592.8	111.5	3'494.0
Changement	0.7 %	15.0 %	6.4 %	-3.7 %	6.1 %
dont effets des acquisitions*	-0.7 %	25.3 %	6.3 %	-1.8 %	8.7 %
dont effets de change	-	-11.9 %	-4.3 %	-	-4.5 %
dont croissance organique du chiffre d'affaires	1.4 %	1.6 %	4.4 %	-1.9 %	1.9 %

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

Facteurs positifs:

- acquisition d'un site de production de fromage à pâte persillée (Etats-Unis, 28 février 2019);
- acquisition de Leeb Biomilch GmbH et Hale GmbH (Autriche, 8 octobre 2019);
- acquisition de Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A. (Brésil, 24 octobre 2019);
- acquisition de Pasticceria Quadrifoglio S.r.l. (Italie, 31 octobre 2019);
- fusion de Surlat et de Quillayes (Chili, 15 janvier 2020);
- acquisition de Chäs Hütte Zollikon GmbH (Suisse, 29 juillet 2020);
- acquisition du groupe Indulge Desserts (Etats-Unis, 6 octobre 2020).

Facteurs négatifs (cessions):

- vente d'Emmi Frisch-Service AG (Suisse, 3 avril 2019);
- vente de Lácteos Caprinos S.A. (Espagne, 18 décembre 2020).

Synthèse

En 2020, Emmi a enregistré un chiffre d'affaires net de CHF 3706,1 millions. La croissance de 6,1 % par rapport à l'exercice précédent (CHF 3494,0 millions) est le résultat cumulé d'une croissance organique de 1,9 %, de l'impact positif des acquisitions de 8,7 % et des effets de change négatifs de -4,5 %. La croissance organique de 1,9 % est supérieure à la fourchette comprise entre 0,5 % et 1,5 %, ajustée dans le cadre de la présentation des résultats semestriels, et peut être considérée comme positive, compte tenu globalement des conséquences légèrement négatives de la crise du coronavirus subies par Emmi.

Les tendances fortement influencées par la pandémie de coronavirus au premier semestre persistent également dans la seconde moitié de l'année. Le commerce de détail a globalement tiré son épingle du jeu, tandis que les activités du secteur Food Service, les produits de commodité et quelques-unes des branches de l'industrie alimentaire importantes pour Emmi étaient confrontées à des pertes massives.

3/8

La croissance organique du chiffre d'affaires au premier et au second semestre est quasiment identique. En y regardant de plus près, on constate des différences géographiques notables. Ainsi, les conséquences de la crise du coronavirus favorables en termes de ventes ont prédominé dans les activités suisses d'Emmi au premier semestre, tandis qu'au second, les facteurs défavorables se sont multipliés et la hausse persistante des importations de produits laitiers s'est accentuée de manière disproportionnée. En revanche, des marchés de croissance importants comme le Chili et la Tunisie se sont rétablis et la robustesse des activités en Europe a significativement contribué à la croissance du chiffre d'affaires du groupe.

La stratégie d'Emmi a montré sa résistance en 2020, notamment au travers de l'effet compensatoire de la diversification géographique. Parallèlement, les efforts de longue haleine investis dans certains concepts de marque ont eux aussi porté leurs fruits. Emmi Caffè Latte, par exemple, a poursuivi sur la voie de la croissance, en dépit de conditions moins favorables et les spécialités fromagères suisses, en particulier Kaltbach, ont soutenu la croissance dans toutes les divisions. Les récentes acquisitions ont renforcé la position d'Emmi sur les bons marchés et dans les bonnes niches.

Division Suisse: bonne croissance organique malgré la pression des importations et le confinement dans le secteur de la restauration

Chiffre d'affaires par groupes de produits: division Suisse						
en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2020	Chiffre d'affaires 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits laitiers	682.9	686.6	-0.5 %	-0.4 %	-	-0.1 %
Fromages	434.2	427.1	1.7 %	-0.7 %	-	2.4 %
Produits frais	341.3	336.0	1.6 %	-0.4 %	-	2.0 %
Fromage frais	106.3	102.5	3.7 %	-1.9 %	-	5.6 %
Poudres/concentrés	63.2	60.0	5.3 %	-	-	5.3 %
Autres produits/services	58.3	62.8	-7.1 %	-5.7 %	-	-1.4 %
Total Suisse	1'686.2	1'675.0	0.7 %	-0.7 %	-	1.4 %

La division Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1686,2 millions en 2020 (exercice précédent: CHF 1675,0 millions). Cela correspond à une augmentation de 0,7 %. Corrigée des effets des acquisitions (principalement la vente d'Emmi Frisch-Service AG à Transgourmet), il en a résulté, avec une croissance de 1,4 %, une croissance organique du chiffre d'affaires correspondant aux propres attentes (de 1 % à 2 %). Les perspectives pour le second semestre, formulées avec un optimisme prudent malgré des résultats réjouissants au premier semestre 2020, se sont révélées réalistes compte tenu des conséquences partiellement négatives des

4/8

mesures de lutte contre le coronavirus. Après un été solide en termes de ventes, le chiffre d'affaires dans la restauration et la consommation hors du domicile, mais aussi auprès de certains clients industriels a subi une pression partiellement massive. De plus, face à la concurrence étrangère latente, les produits laitiers suisses ont cédé des parts de marché en 2020. Ainsi, la surconsommation de produits laitiers dans le commerce de détail a largement été couverte par des importations, car les consommateurs, malgré la disparition temporaire du tourisme d'achat, ont privilégié les produits importés.

Le chiffre d'affaires du plus grand segment, à savoir les **produits laitiers** (lait, crème, beurre), a enregistré un léger recul de la croissance organique de 0,1 %. Cela s'est produit alors que ce segment était encore nettement bénéficiaire au premier semestre, suite aux renforcements records des ventes dans le commerce de détail lié au coronavirus et grâce à un effet positif du prix du lait. Au second semestre, on a assisté non seulement à la normalisation de la demande dans le commerce de détail, mais également aux répercussions des mesures sanitaires dans le secteur Food Service et sur les activités avec les clients industriels.

Dans le segment **Fromage**, les moteurs de la croissance organique réjouissante de 2,4 % ont été les ventes accrues de Gruyère AOP et de solides concepts de marque tels que Kaltbach, fromage à la crème LUZERNER, Scharfer Maxx ou Le Petit Chevrier. La nette augmentation des importations de fromage durant la période sous revue a eu un effet inhibiteur.

Dans le segment des **produits frais** (organique: 2,0 %), ce sont avant tout Emmi Caffè Latte et Emmi Energy Milk qui ont bien évolué. Cela étant, ces deux concepts de produits prêt-à-consommer ont été légèrement ralentis par la limitation des déplacements (p. ex. enseignement à distance dans les universités) au second semestre, en raison du coronavirus. Cependant, les ventes de yogourts et de glaces ont pu contribuer à la croissance.

L'évolution réjouissante du **fromage frais** (organique: 5,6 %) est principalement due à l'engouement marqué des consommateurs suisses pour la mozzarella.

La contribution de la division Suisse au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 45,5 % (exercice précédent: 47,9 %).

Division Amériques: les défis liés au coronavirus ralentissent la croissance de l'activité Food Service

Chiffre d'affaires par groupes de produits: division Amériques						
en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2020	Chiffre d'affaires 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	527.1	493.7	6.8 %	17.4 %	-9.7 %	-0.9 %
Produits laitiers	353.4	283.3	24.8 %	26.7 %	-14.2 %	12.3 %
Produits frais	226.1	202.9	11.5 %	20.6 %	-6.4 %	-2.7 %
Fromage frais	62.3	25.9	139.9 %	203.8 %	-66.6 %	2.7 %
Poudres/concentrés	21.1	7.8	172.1 %	194.5 %	-60.8 %	38.4 %
Autres produits/services	91.8	101.1	-9.1 %	10.9 %	-10.0 %	-10.0 %
Total Amériques	1'281.8	1'114.7	15.0 %	25.3 %	-11.9 %	1.6 %

La division Amériques englobe les sociétés du groupe aux Etats-Unis, en Espagne (sans Lacteos Caprinos), au Chili, au Brésil, en Tunisie, en France, au Mexique et au Canada.

En 2020, la division Amériques a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1281,8 millions (exercice précédent: CHF 1114,7 millions). L'augmentation de 15,0 % s'explique avant tout par les effets des acquisitions. Les effets de change fortement négatifs sont d'abord attribuables aux monnaies d'Amérique centrale et latine, mais également au dollar américain et à l'euro. Compte tenu de ces effets, la croissance organique s'élève à 1,6 %. Ce faisant, les chiffres d'affaires de la division la plus fortement impactée par la crise du coronavirus en raison de la part élevée du domaine Food Service se sont nettement rétablis et les prévisions ajustées vers le bas à mi-2020 (de -2 % à 0 %) ont pu être dépassées.

Dans le segment **Fromages**, les limitations liées au coronavirus telles que la fermeture des commerces, des rayons des fromages à la coupe et des restaurants ont entraîné un repli du chiffre d'affaires organique de 0,9 %. L'augmentation dans ce contexte des exportations de fromage de la Suisse vers les Etats-Unis est extrêmement réjouissante.

Coronavirus oblige, le Chili et la Tunisie ont été les principaux responsables de l'augmentation très nette de la demande de produits de base, ce qui a positivement rejailli sur le segment des **produits laitiers** (organique: 12,3 %) et a, par ailleurs, entraîné des pertes dans le segment des **produits frais** (organique: -2,7 %). Ici, les contributions positives en provenance, par exemple, du Brésil (entrée dans l'activité des yogourts) n'ont pas entièrement permis de compenser le recul du chiffre d'affaires en Californie et en Espagne. Il est réjouissant de constater que les ventes d'Emmi Caffè Latte ont augmenté, même dans un pays aussi impacté par la crise sanitaire que l'était l'Espagne.

6/8

Dans le segment du **fromage frais** (organique: 2,7 %), la croissance au Brésil et auprès de Redwood Hill en Californie a permis de compenser les pertes liées au coronavirus enregistrée dans l'activité de détail de Mexideli.

La contribution de la division Amériques au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 34,6 % (exercice précédent: 31,9 %).

Division Europe: les produits de marque et le bio alimentent la croissance du chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires par groupes de produits: division Europe						
en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2020	Chiffre d'affaires 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits frais	289.6	271.5	6.7 %	7.7 %	-4.5 %	3.5 %
Fromages	129.2	121.0	6.7 %	1.9 %	-4.2 %	9.0 %
Produits laitiers	99.0	92.9	6.6 %	2.8 %	-4.2 %	8.0 %
Poudres/concentrés	44.4	42.9	3.6 %	0.1 %	-4.0 %	7.5 %
Fromage frais	40.8	53.4	-23.6 %	-2.7 %	-3.0 %	-17.9 %
Autres produits/services	27.7	11.1	148.8 %	113.9 %	-9.6 %	44.5 %
Total Europe	630.7	592.8	6.4 %	6.3 %	-4.3 %	4.4 %

La division Europe englobe les sociétés du groupe en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne, en Autriche, Lacteos Caprinos en Espagne (vente le 18 décembre 2020) et en Belgique.

La division Europe a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 630,7 millions, ce qui représente une croissance de 6,4 % par rapport à l'année précédente (CHF 592,8 millions). Organiquement, c'est-à-dire après correction des effets des acquisitions et des effets de change, il en résulte une forte croissance de 4,4 %. La croissance organique a ainsi à nouveau nettement augmenté au second semestre, dépassant les propres prévisions (de 1 % à 3 %).

Dans le segment générateur des plus grosses ventes, **les produits frais**, les plus importants moteurs de la croissance ont été Emmi Caffè Latte en Grande-Bretagne, Autriche et Allemagne, les spécialités de desserts italiens et les yogourts Onken (organique: 3,5 %).

Des chiffres d'affaires nettement plus élevés avec Kaltbach, la fondue et des spécialités de fromages suisses aux Pays-Bas, en Allemagne et en Grande-Bretagne ont généré une solide croissance organique du segment des **fromages** (organique: 9,0 %).

7/8

La croissance des **produits laitiers** (organique: 8,0 %) est en premier lieu le résultat de l'augmentation de la demande, coronavirus oblige, des produits laitiers bio de qualité élevée de la Gläsernen Molkerei en Allemagne.

La contribution de la division Europe au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 17,0 % (exercice précédent: 17,0 %).

Division Global Trade: les activités en Asie pâtissent de la crise du coronavirus

Chiffre d'affaires par groupes de produits: Global Trade						
en millions de CHF	Chiffre d'affaires 2020	Chiffre d'affaires 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	48.8	51.0	-4.1 %	-4.0 %	-	-0.1 %
Produits frais	35.9	38.4	-6.6 %	-	-	-6.6 %
Poudres/concentrés	18.5	16.6	11.1 %	-	-	11.1 %
Produits laitiers	2.6	3.4	-24.1 %	-	-	-24.1 %
Fromage frais	-	0.1	-100.0 %	-	-	-100.0 %
Autres produits/services	1.6	2.0	-22.6 %	-	-	-22.6 %
Total Global Trade	107.4	111.5	-3.7 %	-1.8 %	-	-1.9 %

La division Global Trade comprend principalement les ventes directes depuis la Suisse à des clients sur les marchés dans lesquels 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.

Le chiffre d'affaires de la division Global Trade s'est établi à CHF 107,4 millions en 2020 contre CHF 111,5 millions l'année précédente. La contraction du chiffre d'affaires organique s'est élevée à 1,9 %. Celle-ci s'explique en premier lieu par le bas niveau d'occupation des hôtels et la faible fréquentation des aéroports en raison du coronavirus. Ces limitations sur les marchés asiatiques ont frappé de plein fouet les **produits frais** (yogourts et yogourts à boire). Le segment des **fromages** a pu finalement se maintenir, car la baisse des ventes de fondues a pratiquement été compensée par la croissance de Kaltbach. La hausse dans le segment des **poudres et concentrés** reflète la progression des exportations, permettant d'écouler les excédents de lait écrémé en poudre.

La contribution de la division Global Trade au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 2,9 % (exercice précédent: 3,2 %).

8/8

Perspectives

Emmi s'en tient aux prévisions de bénéfices communiquées en mars 2020 et confirmées en août pour l'année 2020. Le bénéfice détaillé et les perspectives liées à l'évolution du chiffre d'affaires et du bénéfice pour l'année 2021 seront communiqués par Emmi le mardi 2 mars 2021.

Matériel à télécharger et informations complémentaires

Communiqué de presse sur le résultat du premier semestre 2020:

<https://group.emmi.com/che/fr/medias-investisseurs/communiques/rapport-semestriel-2020-emmi-resiste-a-la-crise>

Rapports et présentations: <https://report.emmi.com/en/download-center-2/>

Indicateurs alternatifs de performance: <https://report.emmi.com/en/download-center-2/>

Supports visuels généraux sur Emmi: <http://mediabox.emmi.ch>

Contacts

Analystes	Ariane Scherzinger, Assistant to the CFO (coordination des demandes) T +41 58 227 27 20, ir@emmi.com
Médias	Sibylle Umiker, Corporate Communications, porte-parole T +41 58 227 50 66, media@emmi.com

A propos d'Emmi

Emmi est l'un des principaux groupes laitiers 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 (EMMN). Emmi 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. Les principes de l'entreprise témoignent 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 les champions de l'exportation Emmi Caffè Latte et Kaltbach. 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. Le chiffre d'affaires de 3,7 milliards de francs suisses, réalisé pour plus de 10 % avec des produits bio, se répartit pour moitié en Suisse et pour moitié à l'international. Aujourd'hui, près des deux tiers des plus de 8700 collaborateurs d'Emmi travaillent sur des sites hors de Suisse.