

## Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

### Un résultat global respectable en 2022

## Emmi poursuit sa croissance conformément à ses priorités stratégiques et fait preuve de robustesse

Lucerne, le 1er mars 2023 – Emmi poursuit sa croissance dans un environnement exigeant et réalise un chiffre d'affaires record de CHF 4230,0 millions. La croissance organique de 7,0 %, largement étayée, repose sur la mise en œuvre conséquente de la stratégie et des positions différenciées sur le marché, grâce à des concepts de marques innovants et un portefeuille diversifié en termes de pays et de produits. L'évolution positive du chiffre d'affaires est due au dynamisme persistant des marchés étrangers, des niches stratégiques et des concepts de marques tels qu'Emmi Caffè Latte, ainsi qu'à la vigueur du marché intérieur suisse. De nouveaux progrès dans la transformation du portefeuille, l'accélération des programmes d'efficacité et une augmentation responsables des prix de vente ont limité l'impact de la hausse massive des coûts des intrants sur l'évolution des bénéfices. Le résultat corrigé, au niveau de l'EBIT, de CHF 266,1 millions et la marge bénéficiaire nette corrigée de 4,6 % se situent dans la fourchette communiquée. Pour l'exercice 2023, Emmi table sur une croissance organique du chiffre d'affaires de 3 % à 4 %, un résultat au niveau de l'EBIT compris entre CHF 275 millions et CHF 295 millions et une marge bénéficiaire nette de 4,5 % à 5,0 %.

- Croissance organique du chiffre d'affaires de 7,0 % (exercice précédent: 3,6 %), effets des acquisitions +2,1 %, effets de change -1,0 %
- Croissance organique dans les divisions Americas 13,1 %, Europe 6,7 % et Suisse 2,9 %
- Correction exceptionnelle de la valeur des actifs immobilisés de la société Gläserne Molkerei de CHF 13,1 millions en raison de changements structurels du marché
- EBIT corrigé de CHF 266,1 millions (exercice précédent: CHF 284,1 millions), marge d'EBIT corrigée de 6,3 % (exercice précédent: 7,3 %)
- Bénéfice net corrigé CHF 194,3 millions (exercice précédent: 216,7 millions), marge bénéficiaire nette corrigée 4,6 % (exercice précédent: 5,5 %)
- Nouveaux progrès dans la transformation du portefeuille avec l'intégration des activités d'Athenos dans le domaine des spécialités fromagères (États-Unis) et la vente annoncée de la participation dans Ambrosi (Italie)
- Durabilité: lancement de l'initiative sectorielle «KlimaStaR Milch» en Suisse et adhésion à l'initiative internationale «Pathways to Dairy Net Zero»
- Proposition d'augmentation du dividende à CHF 14,50 par action (exercice précédent: CHF 14,00) avec un taux de distribution corrigé de 40 % (exercice précédent: 35 %)
- Perspectives pour 2023: croissance organique du chiffre d'affaires de 3 % à 4 % et EBIT attendu entre CHF 275 millions et CHF 295 millions

«Grâce à la robustesse de notre modèle d'affaires et, surtout, au formidable engagement de nos équipes, nous pouvons nous réjouir d'un résultat global respectable malgré une année difficile pour tous, avec une nette amélioration au second semestre, et faire état de nouveaux progrès dans la mise en œuvre systématique de notre stratégie», a déclaré Ricarda Demarmels, CEO du groupe Emmi.

2/6

## Un résultat annuel respectable avec un chiffre d'affaires record

Au cours de l'exercice 2022, Emmi a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 4230,0 millions (exercice précédent: CHF 3911,9 millions), dépassant ainsi pour la première fois le seuil des CHF 4 milliards. La croissance du chiffre d'affaires de 8,1 % (exercice précédent: 5,6 %) comprend une croissance organique de 7,0 %, des effets positifs d'acquisition de 2,1 % et des effets de change négatifs de 1,0 %. La croissance organique portée par les prix est supérieure aux propres attentes d'Emmi (5 % à 6 %). S'appuyant sur une large présence géographique, un portefeuille équilibré de marques, de catégories et de clients ainsi que sur une stratégie habile, Emmi a réussi à faire face à un environnement volatil et fortement inflationniste ainsi qu'à défendre ses volumes. Des informations détaillées sur l'évolution du chiffre d'affaires sont également disponibles dans le [communiqué de presse du 25 janvier 2023](#).

La stratégie claire, axée sur une croissance durable et rentable, des activités de marque et de niche attrayantes, de même qu'une organisation agile et ancrée localement ont constitué une base stable permettant une croissance saine et un résultat global respectable se situant dans la fourchette attendue, avec des améliorations notables au second semestre. Le **bénéfice brut** augmente de CHF 53,2 millions pour atteindre CHF 1483,1 millions (exercice précédent: CHF 1429,9 millions). La croissance organique et l'intégration progressive de l'activité feta d'Athenos, leader sur le marché clé des États-Unis, ont contribué positivement à ce résultat. En revanche, les effets globalement négatifs des cours de change et l'augmentation des coûts des intrants, due à l'inflation et renforcée par la guerre en Ukraine, ont eu un impact négatif sur la marge bénéficiaire brute de 35,1 % (exercice précédent: 36,6 %). Cette évolution a été atténuée par l'accélération des programmes d'efficacité et par une augmentation responsable des prix de vente au cours du second semestre.

Après déduction des frais de personnel de CHF 556,5 millions (exercice précédent: CHF 534,8 millions), des autres frais d'exploitation de CHF 556,3 millions (exercice précédent: CHF 509,5 millions), le **résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)** de CHF 379,3 millions est en baisse de CHF 15,4 millions par rapport à l'année précédente. La forte augmentation des coûts de logistique, d'énergie et de matériel d'exploitation due à l'inflation n'a pu être que partiellement compensée. Par conséquent, la **marge d'EBITDA** passe de 10,1 % l'année précédente à 9,0 %.

Le marché des produits laitiers biologiques en Allemagne est particulièrement touché par l'influence de l'inflation sur le climat de consommation et la baisse du pouvoir d'achat qui en découle, ce qui entraîne des changements structurels sur le marché. Cette évolution pèse sur la marche des affaires de la société Gläserne Molkerei et entraîne un ajustement de valeur extraordinaire de CHF 13,1 millions. En raison notamment de cette situation, les **dépréciations et amortissements** augmentent de CHF 15,7 millions pour atteindre CHF 126,4 millions. Le **résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)**, corrigé de l'ajustement de valeur mentionné, diminue de CHF 18,0 millions pour atteindre CHF 266,1 millions. La **marge d'EBIT** corrigée s'élève à 6,3 % (exercice précédent: 7,3 %).

Le **bénéfice net** corrigé s'élève à CHF 194,3 millions (exercice précédent: CHF 216,7 millions). La **marge bénéficiaire nette** corrigée s'élève à 4,6 % (exercice précédent: 5,5 %).

3/6

## Chiffres-clés

en millions de CHF	2022	2022 corrigés*	2021
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>4230</b>		3912
Évolution du chiffre d'affaires en %	8,1		5,6
Croissance organique du chiffre d'affaires en %	7,0		3,6
Effets des acquisitions** en %	2,1		2,3
Effets de change en %	-1,0		-0,3
<b>Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)</b>	<b>253,0</b>	<b>266,1</b>	284,1
en % du chiffre d'affaires net	6,0	6,3	7,3
<b>Bénéfice net</b>	<b>182,5</b>	<b>194,3</b>	216,7
en % du chiffre d'affaires net	4,3	4,6	5,5
<b>Investissements dans des actifs immobilisés (sans acquisitions)</b>	<b>206,2</b>		152,6
en % du chiffre d'affaires net	4,9		3,9
<b>Personnel (sur la base du temps plein) au 31.12.</b>	<b>9368</b>		9230

\* L'effet d'ajustement au cours de l'exercice se rapporte à une correction exceptionnelle de la valeur des actifs immobilisés de la société Gläserne Molkerei. Il s'élève à CHF 13,1 millions au niveau de l'EBIT et à CHF 11,8 millions au niveau du bénéfice net. Aucun effet exceptionnel important l'année précédente.

\*\* Les effets des acquisitions sur le chiffre d'affaires s'expliquent par l'acquisition des activités d'Athenos (États-Unis, 1er décembre 2021).

## Une croissance largement étayée

Les activités à l'étranger ont conservé leur forte dynamique avec des taux de croissance organique de 13,1 % dans la division Americas et de 6,7 % dans la division Europe. Les marchés en croissance du Brésil, du Mexique et du Chili, mais aussi des États-Unis et de l'Espagne, ont notamment enregistré une nette progression. Le succès des concepts de marques ainsi que le regain de dynamisme dans le secteur des services alimentaires et de la clientèle industrielle ont également permis une évolution réjouissante des activités sur le marché national suisse, avec une croissance organique de 2,9 %.

La croissance a une nouvelle fois été portée par les activités de niche stratégiques, en particulier le café prêt à boire de la marque phare Emmi Caffè Latte. Celle-ci a continué à progresser sur tous les marchés européens, y compris en Suisse. Le secteur des desserts haut de gamme a également connu une croissance dynamique soutenue, avec des créations de desserts italiens novatrices, fabriquées par le réseau d'Emmi dans des manufactures spécialisées en Italie et aux États-Unis et distribuées à l'international. Parmi les alternatives laitières à base de plantes, les marques véganes Beleaf en Suisse et Begetal en Espagne ont continué à s'implanter.

Le commerce des spécialités fromagères n'a pas retrouvé tout à fait les records atteints les années précédentes en raison de la pandémie. En particulier dans le secteur des produits de comptoir en Europe, un secteur important pour Emmi, la retenue des consommateurs dans de nombreux pays se fait remarquer et est renforcée par le renchérissement de l'offre dû à la forte valorisation du franc suisse.

En revanche, l'intégration progressive de la gamme de spécialités à base de feta d'Athenos, leader aux États-Unis, a permis à Emmi de renforcer sa position sur ce marché étranger fondamental. Dans le cadre de la transformation de son portefeuille, Emmi a également annoncé la vente de sa

4/6

participation minoritaire dans le spécialiste italien du fromage Ambrosi SpA, qui ne constituait plus une priorité stratégique.

### **Modèle d'affaires responsable**

Axée sur son modèle de durabilité et suivant la voie vers une empreinte nette nulle, Emmi a réalisé de nouveaux progrès en matière de décarbonisation de l'approvisionnement énergétique. L'augmentation des volumes d'électricité renouvelable, des installations photovoltaïques et du chauffage urbain ainsi que l'intensification des mesures visant à réduire les émissions ont permis de diminuer les émissions de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2) de 10 % par rapport à l'année précédente. La mise en service d'une installation solaire thermique pionnière à Langnau, un projet de système écologique comprenant une centrale à bois initié avec différents partenaires ou une installation photovoltaïque mise en place sur le toit de la fromagerie de Quillayes Surlat au Chili sont autant d'exemples représentatifs de l'engagement du groupe dans ce domaine.

Enfin, Emmi a participé au lancement de l'initiative sectorielle «KlimaStaR Milch» en Suisse et a adhéré à l'initiative internationale «Pathways to Dairy Net Zero». En association avec plus de 100 acteurs issus du secteur privé, public et scientifique, ce projet vise à accélérer le développement de méthodes éprouvées pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dans la production laitière.

### **Continuité de la stratégie, renouvellement de la Direction et proposition d'augmentation du dividende**

Comme annoncé, Ricarda Demarmels assume la fonction de nouvelle CEO du groupe Emmi depuis le début de l'année. Avec ce changement, Emmi garantit une continuité dans la Direction et l'orientation stratégique. Le Conseil d'administration remercie Urs Riedener, le précédent CEO, pour l'excellent travail accompli au cours des quelque 15 dernières années. «Urs Riedener a mené Emmi sur la voie du succès dans une nouvelle ère», a déclaré Konrad Graber, président du Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration d'Emmi SA confirme la nomination d'Urs Riedener à sa présidence et à la succession de Konrad Graber, qui ne se représentera pas lors de l'Assemblée générale du 13 avril 2023. Il nomme en même temps Nadja Lang pour succéder à Alexandra Post Quillet, qui ne se représentera pas (voir [communiqué de presse du 25 janvier 2023](#)).

Thomas Morf, Chief Marketing Officer et membre de la Direction du groupe, quittera l'entreprise. Emmi communiquera en temps voulu sur son successeur. Le Conseil d'administration et la Direction du groupe tiennent à remercier Thomas Morf pour sa performance et sa contribution précieuse au développement du groupe Emmi au cours des cinq dernières années.

Compte tenu du solide positionnement et des bonnes perspectives, mais aussi dans un souci de continuité de la politique de distribution et de l'évolution des dividendes, le Conseil d'administration propose en outre une augmentation du dividende de 3,6 %, à CHF 14,50 (exercice précédent: CHF 14,00) par action.

### **Perspectives positives pour 2023 dans un environnement volatil**

Pour 2023, les perspectives restent empreintes d'incertitudes conjoncturelles, voire de risques de récession. Emmi continuera à faire preuve d'anticipation, à répondre à la pression constante sur les coûts par une intensification des mesures de productivité et des hausses responsables des prix de vente, et à poursuivre résolument ses efforts constants de développement stratégique.

Pour l'exercice 2023, Emmi table sur une croissance organique du chiffre d'affaires de 3 % à 4 % à l'échelle du groupe. En Suisse, l'augmentation organique du chiffre d'affaires devrait atteindre 1 % à 2 % malgré la pression persistante des importations. À l'échelle internationale, Emmi prévoit, dans un contexte difficile marqué par une tendance à la récession, une croissance du chiffre d'affaires soutenue par les prix de 6 % à 8 % pour la division Americas et de 3 % à 5 % pour la division Europe.

Pour préserver sa base de revenus dans un contexte marqué par la probable évolution négative des coûts des intrants, Emmi poursuivra avec rigueur ses initiatives visant à accroître sa rentabilité et appliquera les hausses de prix de vente de manière responsable. Malgré une pression toujours élevée sur les coûts, le fabricant de produits laitiers haut de gamme vise un résultat au niveau de l'EBIT compris entre CHF 275 millions et 295 millions et une marge bénéficiaire nette de 4,5 % à 5,0 %. Emmi confirme par ailleurs ses objectifs à moyen terme en matière de croissance organique du chiffre d'affaires, de marge bénéficiaire nette, de retour sur capitaux investis et de taux de distribution.

### **Prévisions pour 2023**

- Croissance organique du chiffre d'affaires du groupe: 3 % à 4 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Suisse: 1 % à 2 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Americas: 6 % à 8 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Europe: 3 % à 5 %
- EBIT: CHF 275 à 295 millions
- Marge bénéficiaire nette: 4,5 % à 5,0 %

### **Prévisions à moyen terme**

- Croissance organique du chiffre d'affaires du groupe: 2 % à 3 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Suisse: 0 % à 1 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Americas: 4 % à 6 %
- Croissance organique du chiffre d'affaires de la division Europe: 1 % à 3 %
- Marge bénéficiaire nette: 5,5 % à 6,0 %
- Retour sur investissement (ROIC): tendance à l'amélioration
- Taux de redistribution: 35 % à 45 %\*\*\*

Emmi publiera ses résultats semestriels 2023 le 18 août 2023 à 7 h 00.

6/6

### **Matériel à télécharger et informations complémentaires**

- [Rapport d'activité et rapport succinct 2022 en ligne](#)
- [Indicateurs alternatifs de performance](#)
- [Présentation du résultat de l'exercice 2022](#)
- [Communiqué de presse sur le chiffre d'affaires annuel 2022 \(25 janvier 2023\)](#)
- [Emmi Media Corner](#)
- [CV de Ricarda Demarmels](#)

### **Contacts**

#### **Médias**

Simone Burgener, porte-parole des médias | [media@emmi.com](mailto:media@emmi.com)

#### **Investisseurs et analystes**

Ricarda Demarmels, CEO | [ir@emmi.com](mailto:ir@emmi.com)

### **À propos d'Emmi**

Emmi est le premier fabricant de produits laitiers de haute qualité en Suisse. Son histoire remonte à 1907 lorsqu'elle a été fondée par des coopératives de producteurs de lait de la région de Lucerne. Grâce à une stratégie ciblée, des produits innovants et des concepts de marques établis au-delà des frontières suisses tels qu'Emmi Caffè Latte ou le fromage Kaltbach, Emmi est devenue un groupe d'entreprises international coté en bourse (EMMN) avec une forte présence locale dans 14 pays.

Le modèle commercial d'Emmi repose traditionnellement sur une approche respectueuse de la nature, des animaux et des êtres humains. Emmi garantit ainsi les meilleurs moments laitiers, aujourd'hui, mais aussi pour les générations futures et contribue également à la création de valeur dans les régions rurales. L'entreprise commercialise ses produits de grande qualité dans près de 60 pays et les fabrique dans plus de 50 sites de production propres, répartis dans onze pays. Avec plus de 9 000 collaboratrices et collaborateurs, dont environ 70 % travaillent hors de Suisse, le groupe Emmi a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de CHF 4,2 milliards.