

Communiqué de presse

Résultat du premier semestre 2020

Emmi résiste à la crise

Lucerne, le 26 août 2020 – Emmi augmente son chiffre d'affaires de 6,6 % à CHF 1773,5 millions au premier semestre malgré la crise du coronavirus. La solide activité Retail sur le marché suisse, les concepts de marque importants comme Emmi Caffè Latte ainsi que les activités dans des niches stratégiques ont contribué à la croissance organique de 2,0 %. La baisse de l'activité de Food Service liée au coronavirus a fortement impacté le chiffre d'affaires de la division Amériques notamment. En ce qui concerne l'EBIT, le résultat a progressé de 6,4 % à CHF 112,0 millions, tandis que le bénéfice net a baissé de 6,5 % à CHF 81,3 millions. Malgré les importantes incertitudes, Emmi reste assez optimiste pour le résultat de l'exercice complet.

L'essentiel en bref

- Augmentation de 6,6 % du chiffre d'affaires, croissance organique de 2,0 %, effets des acquisitions de 9,5 %, effets de change de -4,9 %
- La marge bénéficiaire brute a baissé en raison du coronavirus, passant de 36,4 % à 36,1 %
- L'EBIT s'est établi à CHF 112,0 millions, en hausse de 6,4 % par rapport à l'année précédente, la marge EBIT est restée stable à 6,3 %
- Le bénéfice net a baissé de 6,5 % à CHF 81,3 millions, principalement en raison d'un taux d'imposition plus élevé attendu, de charges financières et de participations minoritaires plus élevées ; marge bénéficiaire nette de 4,6 %
- La part de lait fabriqué et transformé en Suisse selon la norme de durabilité Swissmilk Green atteint 87 %

«Notre modèle d'affaires basé sur un portefeuille de produits et de pays diversifiés, des marques fortes et une organisation souple a fait ses preuves, même dans des conditions difficiles. Je suis très heureux de l'engagement sans faille de nos collaborateurs pour garantir notre capacité de livraison en tout temps, ce qui nous a permis d'enregistrer une croissance même dans un environnement très difficile», a déclaré Urs Riedener, CEO du groupe Emmi.

Dans le domaine du développement durable, Emmi se concentre depuis 2016, avec des objectifs contraignants, sur les quatre thèmes que sont le gaspillage, les gaz à effet de serre, les collaborateurs et le lait durable. Des progrès ont pu être réalisés dans ce domaine au premier semestre 2020. Emmi transforme déjà 87 % de lait fabriqué selon la norme Swissmilk Green, répondant ainsi à la

demande croissante des consommateurs et des clients. L'entreprise est en bonne voie dans la réduction des gaz à effet de serre puisqu'elle a réduit ses émissions de 23 % à l'échelle du groupe par rapport à l'année de base 2014. Dans la réduction des déchets, elle doit encore poursuivre ses efforts, même si une réduction de 18 % a été atteinte dans le gaspillage alimentaire.

Principaux chiffres

Montants en millions de CHF	1er semestre 2020	1er semestre 2019
Chiffre d'affaires net	1'774	1'663
dont division Suisse	829	811
dont division Amériques	599	518
dont division Europe	292	280
dont division Global Trade	54	54
Variation du chiffre d'affaires en %	6.6	-0.7
Effets des acquisitions en %	9.5	-0.9
Effets de change en %	-4.9	-1.4
Croissance organique en %	2.0	1.6
EBIT	112.0	105.3*
en % du chiffre d'affaires net	6.3	6.3*
Bénéfice net	81.3	87.0*
en % du chiffre d'affaires net	4.6	5.2*

* Les valeurs de l'année précédente ont été adaptées compte tenu des changements des principes de consolidation et d'évaluation du goodwill

Les effets globalement positifs des **acquisitions** de 9,5 % s'expliquent par les **facteurs** suivants:

Impact positif:

- Acquisition d'un site de production de fromages 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 avec Quillayes (Chili, 15 janvier 2020)

Impact négatif:

- Vente d'Emmi Frisch-Service AG (Suisse, 3 avril 2019)

Des réorganisations internes de canaux de distribution de clients individuels ont par ailleurs entraîné des effets d'acquisition ou de désinvestissement dans les divisions Amériques, Europe et Global Trade. Ces déplacements entre divisions n'ont toutefois pas eu d'effets sur le groupe.

Détails sur l'évolution du chiffre d'affaires et du bénéfice

Chiffre d'affaires de la division Suisse: La crise renforce les ventes dans le commerce de détail

	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Chiffre d'affaires 1er sem. 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Croissance organique
Produits laitiers	343,1	335,4	2,3 %	-0,8 %	3,1 %
Fromages	199,7	193,8	3,0 %	-1,6 %	4,6 %
Produits frais	172,0	167,0	3,0 %	-0,7 %	3,7 %
Fromage frais	55,3	53,0	4,2 %	-3,7 %	7,9 %
Poudres/concentrés	31,6	29,4	7,6 %	-	7,6 %
Autres produits et services	27,1	31,9	-15,0 %	-12,1 %	-2,9 %
Total Suisse	828,8	810,5	2,2 %	-1,6 %	3,8 %

La division Suisse a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 828,8 millions, en hausse de 2,2 % par rapport à l'année précédente (CHF 810,5 millions). Corrigée du chiffre d'affaires manquant lié à la vente de Emmi Frisch-Service AG, la croissance organique s'est établie à 3,8 %, un niveau particulièrement élevé. Celle-ci est donc aussi nettement supérieure aux prévisions de 0 % à 1 % publiées par Emmi pour l'exercice complet. Cela est essentiellement imputable à une solide activité de détail en réponse à la demande accrue de produits laitiers suisses et à l'arrêt provisoire du tourisme d'achat. L'évolution du prix du lait a également soutenu la croissance organique.

L'évolution de la demande a été constatée dans tous les segments importants de la division. Les produits laitiers sont des incontournables de la table du petit déjeuner, la crème, le beurre et le fromage râpé sont volontiers utilisés pour cuisiner ou, lorsque le temps manque, une salade caprese avec de la mozzarella ou un plateau de fromages est une valeur sûre. Il semble que les variétés de fromage traditionnelles et les spécialités fromagères comme Kaltbach, le fromage à la crème Luzerner, «Der Scharfe Maxx» et Le Petit Chevrier ont été les plus plébiscitées. L'évolution positive du chiffre d'affaires d'Emmi Caffè Latte est particulièrement remarquable. Malgré la tendance négative au niveau mondial pour les produits prêt-à-consommer qui ont été fortement sous pression en raison de la forte limitation des déplacements pendant le confinement, les chiffres d'affaires réalisés avec les cafés au lait froids ont augmenté. D'une part, les consommatrices et consommateurs se sont souvent accordé une petite douceur pendant la crise lorsqu'ils étaient en télétravail. D'autre part, la météo clémente a poussé les gens à sortir et il n'était pas rare de les croiser avec un Emmi Caffè Latte dans la main.

Chiffre d'affaires division Amériques: La baisse de l'activité de Food Service freine l'évolution du chiffre d'affaires

	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Chiffre d'affaires 1er sem. 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	235,1	217,2	8,2 %	21,4 %	-9,1 %	-4,1 %
Produits laitiers	175,0	138,0	26,9 %	35,2 %	-15,6 %	7,3 %
Produits frais	96,6	101,2	-4,5 %	5,5 %	-6,0 %	-4,0 %
Fromage frais	30,8	7,5	313,4 %	428,6 %	-111,3 %	-3,9 %
Poudres/concentrés	11,0	2,3	377,1 %	408,6 %	-101,5 %	70,0 %
Autres produits et services	50,1	52,2	-4,0 %	12,9 %	-10,0 %	-6,9 %
Total Amériques	598,6	518,4	15,5 %	28,7 %	-12,2 %	-1,0 %

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.

Au premier semestre 2020, la division Amériques a augmenté son chiffre d'affaires de CHF 518,4 millions à CHF 598,6 millions. La croissance de 15,5 % par rapport à la même période l'année précédente est principalement attribuable aux acquisitions au Brésil et au Chili. Corrigée des effets de change fortement négatifs et des effets des acquisitions pondérés, la croissance organique a baissé de 1,0 %; les prévisions de croissance internes de 4 % à 6 % pour l'année entière sont donc loin d'être atteintes au premier semestre.

Cette évolution négative est essentiellement due à la crise actuelle du coronavirus qui a touché le plus durement la division Amériques, car c'est elle qui génère la plus grande part de chiffre d'affaires dans le domaine Food Service à l'échelle du groupe. La baisse de la croissance organique dans le segment des fromages en est la parfaite illustration. Ce sont surtout les fromages fabriqués localement aux Etats-Unis, dont les spécialités fromagères de Californie, qui ont le plus pâti de la fermeture des points de vente, des rayons à la coupe et des restaurants. A l'opposé, les fromages suisses (en particulier Kaltbach) ont connu une évolution réjouissante. Les produits laitiers ont eux aussi contribué à l'évolution légèrement positive du bilan global. La croissance organique a pu progresser principalement grâce au Chili (lait, crème) et à la Tunisie (lait, beurre). En Tunisie, la demande accrue de desserts fabriqués localement a renforcé le segment des produits frais. Mais ce dernier a souffert, coronavirus oblige, de la baisse des ventes de spécialités de desserts italiens en France, de yogourts et boissons lactées chez Redwood Hill en Californie, et de boissons lactées et yogourts à boire en Espagne, en Tunisie et au Chili. Les chiffres d'affaires d'Emmi Caffè Latte en Espagne ont été réjouissants.

Chiffre d'affaires division Europe: La diversification du portefeuille porte ses fruits

	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Chiffre d'affaires 1er sem. 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits frais	140,2	129,2	8,6 %	15,4 %	-6,7 %	-0,1 %
Fromages	54,2	54,7	-0,8 %	2,8 %	-6,1 %	2,5 %
Produits laitiers	49,6	46,8	6,2 %	5,0 %	-6,4 %	7,6 %
Poudres/concentrés	23,9	21,2	12,5 %	0,1 %	-6,9 %	19,3 %
Fromage frais	19,1	25,7	-25,7 %	0,8 %	-4,5 %	-22,0 %
Autres produits et services	4,9	2,3	112,7 %	12,8 %	-12,9 %	112,8 %
Total Europe	291,9	279,9	4,3 %	8,7 %	-6,5 %	2,1 %

La division Europe englobe les sociétés du groupe en Allemagne, en Italie, au Pays-Bas, en Grande-Bretagne, en Autriche, Lacteos Caprinos en Espagne et en Belgique.

La division Europe a augmenté son chiffre d'affaires de CHF 279,9 millions au premier semestre 2019 à CHF 291,9 millions en 2020. La croissance a donc atteint 4,3 % au total. Corrigée des effets des acquisitions et de change, la croissance organique a atteint 2,1 %, un chiffre conforme aux prévisions pour l'exercice complet (1 % à 3 %).

Sur les marchés de la division Europe, la tendance a été comparable à celle de la Suisse. La baisse de chiffre d'affaires des produits frais prêt-à-consommer a pu être compensée par la forte progression des produits laitiers et du fromage. Des impulsions positives ont toutefois été apportées par la Grande-Bretagne dans le segment des produits frais grâce à la hausse des ventes de yogourts Onken et d'Emmi Caffè Latte. Dans le segment des fromages, la hausse des exportations de fromages suisses vers l'Italie et les Pays-Bas a contribué à la croissance organique. Gläserne Molkerei en Allemagne a pu retrouver le chemin de la croissance grâce au remaniement de sa stratégie et profiter de la demande accrue de produits biologiques. Le développement du segment des produits laitiers le montre.

Les produits au lait de chèvre sont une particularité de la division Europe et ils représentent une part importante de l'activité. Les chiffres d'affaires réalisés avec le fromage de chèvre sont en recul car la part de Food Service y est importante, mais ils ont été en grande partie compensés par la progression des ventes de lait de chèvre en poudre aux Pays-Bas.

Chiffre d'affaires division Global Trade: Les exportations visant à écouler les excédents de lait en poudre soutiennent la croissance

	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Chiffre d'affaires 1er sem. 2019	Différence 2020/2019	Effets des acquisitions	Croissance organique
Fromages	21,5	22,8	-5,7 %	-6,3 %	0,6 %
Produits frais	18,9	19,5	-3,4 %	-	-3,4 %
Poudres/concentrés	12,3	9,7	27,2 %	-	27,2 %
Produits laitiers	1,4	1,7	-18,1 %	-	-18,1 %
Fromage frais	-	0,1	-100,0 %	-	-100,0 %
Autres produits et services	0,1	0,7	-84,3 %	-	-84,3 %
Total Global Trade	54,2	54,5	-0,6 %	-2,7 %	2,1 %

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.

Emmi a enregistré au premier semestre 2020 un chiffre d'affaires de CHF 54,2 millions dans la division Global Trade, contre CHF 54,5 millions l'année précédente, soit une baisse de 0,6 %. Corrigée des effets négatifs des acquisitions, la croissance organique a atteint 2,1 %.

Ces résultats sont imputables d'une part à la hausse des chiffres d'affaires des fromages naturels (notamment Kaltbach) et à la forte progression des exportations permettant d'écouler les excédents de lait écrémé en poudre, et d'autre part à la baisse des ventes de yogourts et de yogourts à boire en Asie

Des informations détaillées sur l'évolution du chiffre d'affaires figurent dans le [Rapport semestriel Emmi 2020](#).

Marge EBIT stable

Le **bénéfice brut** s'est établi à CHF 639,9 millions pendant la période sous revue, augmentant de CHF 35,0 millions par rapport à l'année précédente pour s'établir à CHF 604,9 millions. La marge bénéficiaire brute a baissé de 36,4 % à 36,1 %. Cette évolution négative est principalement due aux différents changements liés au coronavirus qui ont pesé sur les produits à fortes marges et aux effets de change négatifs. La mise en œuvre rigoureuse de mesures de rationalisation et d'accroissement de la productivité ainsi que des concepts de marque solides comme Emmi Caffè Latte ont eu un effet positif et stabilisé l'évolution.

En comparaison annuelle, les **charges d'exploitation** se sont accrues de CHF 26,8 millions à CHF 473,8 millions (année précédente: CHF 447,0 millions). Elles ont toutefois baissé de 26,9 % à 26,7 % par rapport au chiffre d'affaires net.

Le **résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)** est en hausse de CHF 8,5 millions à CHF 168,1 millions (année précédente: CHF 159,6 millions). La marge EBITDA s'est établie à 9,5 % contre 9,6 % durant la même période l'année précédente. La baisse de la marge bénéficiaire brute a pu être largement compensée par la hausse proportionnellement inférieure des dépenses d'exploitation. Les dépréciations plus élevées ont pu être grande partie équilibrées avec la légère baisse concomitante des amortissements.

Le **résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)** a atteint CHF 112,0 millions durant la période sous revue et dépasse de CHF 6,7 millions ou 6,4 % l'EBIT de l'année précédente (CHF 105,3 millions). La marge EBIT est stable par rapport à la même période l'année précédente et s'élève à 6,3 %.

La baisse des bénéfices proportionnels dans les sociétés associées, la hausse des charges financières et fiscales ainsi que les intérêts minoritaires plus élevés ont pesé comme prévu sur le **bénéfice net**. Celui-ci s'est établi à CHF 81,3 millions durant la période sous revue contre CHF 87,0 millions durant la même période l'année précédente, soit une baisse de CHF 5,7 millions ou 6,5 %. La marge bénéficiaire brute a atteint 4,6 % (année précédente: 5,2 %). Le bénéfice net par action est donc en légère baisse et atteint CHF 15.20 à la fin du premier semestre (année précédente: CHF 16.25).

Perspectives pour l'exercice 2020

Au premier semestre 2020, Emmi a une fois de plus prouvé qu'elle avait une base solide. Grâce à un portefeuille largement diversifié et à une grande variété de pays, catégories et canaux de vente, elle a pu surmonter la crise avec succès. Compte tenu des incertitudes persistantes sur l'évolution de la pandémie de coronavirus et ses répercussions sur le développement de toute l'économie, les perspectives pour le second semestre restent incertaines. Sur les marchés fortement touchés par la pandémie et importants pour Emmi comme les Etats-Unis, le Brésil, le Mexique et le Chili, la reprise n'est pas pour tout de suite. Dans le monde entier, la confiance des consommateurs reste à un bas niveau et la récession économique touche déjà la majorité des pays. Les effets exceptionnels positifs du premier semestre ne seront plus présents au second semestre et il faudra plusieurs années pour que certains canaux de vente se rétablissent durablement.

Emmi s'attend à ce que l'environnement de marché reste volatile et très concurrentiel au deuxième semestre 2020, mais reste relativement optimiste pour le résultat de l'exercice complet.

Prévisions de chiffre d'affaires pour l'exercice 2020 (en supposant que l'évolution de la pandémie se stabilise):

- Croissance organique du chiffre d'affaires du groupe: de 0,5 % à 1,5 % (jusqu'ici de 2 % à 3 %)
- Croissance organique du chiffre d'affaires en Suisse: de 1 % à 2 % (jusqu'ici de 0 % à 1 %)
- Croissance organique du chiffre d'affaires en Amériques: de -2 % à 0 % (jusqu'ici de 4 % à 6 %)
- Croissance organique du chiffre d'affaires en Europe: de 1 % à 3 % (pas de changement)

Les prévisions pour l'EBIT de CHF 255 millions à 265 millions pour l'exercice 2020 sont à notre avis très ambitieuses, mais elles restent atteignables si la reprise se maintient. Nous tablons par conséquent sur un EBIT dans le bas de la fourchette indiquée. Nous maintenons nos prévisions de marge bénéficiaire nette (de 4,8 % à 5,3 %).



Matériel à télécharger et informations complémentaires

Rapports semestriel en ligne:	https://report.emmi.com/h2020/en/
Indicateurs de performance alternatifs:	https://report.emmi.com/en/download-center/
Présentation et rapport semestriel au format PDF:	https://report.emmi.com/en/download-center/
Supports visuels généraux sur Emmi:	http://mediabox.emmi.ch

Contacts

Analystes	Ricarda Demarmels, Group CFO T +41 58 227 37 98, ricarda.demarmels@emmi.com
Médias:	Sibylle Umiker, Communication du groupe et IR Emmi, 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. 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 3,5 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 8000 collaborateurs d'Emmi travaillent sur des sites hors de Suisse.