

Communiqué de presse

Communiqué ad hoc conformément à l'art. 53 du règlement de cotation

L'évolution positive d'Emmi se poursuit

Lucerne, le 18 août 2021 – **Au cours du premier semestre 2021, le groupe Emmi a augmenté son chiffre d'affaires de 6,2% pour atteindre CHF 1883,6 millions. Avec 3,7%, la croissance organique a dépassé les attentes fixées. Cette évolution positive est due au regain de dynamisme des activités internationales, au succès des concepts de marques tels qu'Emmi Caffè Latte et Kaltbach, et à la croissance dans des niches stratégiques telles que les spécialités de desserts. Sur le marché intérieur suisse en revanche, les ventes ont diminué comme prévu, après un semestre record l'année précédente du fait de la crise du coronavirus. La bonne performance globale – avec une nouvelle amélioration de la situation bénéficiaire au niveau de l'EBIT et du bénéfice net – reflète la robustesse du modèle d'entreprise et résulte de la mise en œuvre rigoureuse de la stratégie à long terme. Un modèle de développement durable élargi, qui vise zéro émission nette d'ici 2050, vient renforcer les perspectives positives à long terme d'Emmi. Malgré des perspectives toujours incertaines et la hausse du coût des matières premières dans le monde entier, Emmi revoit légèrement à la hausse ses prévisions de chiffre d'affaires pour l'ensemble de l'année et confirme ses attentes en matière d'EBIT et de marge bénéficiaire nette.**

En bref

- Croissance totale des ventes de 6,2% ou organique de 3,7% (effet d'acquisition 3,2%, effet de change -0,7%)
- Forte croissance organique du chiffre d'affaires dans toutes les divisions, à l'exception du marché domestique de la Suisse (-3,3%) (Amériques 11,9%, Europe 4,9%, Commerce mondial 14,3%)
- Amélioration de la marge bénéficiaire brute (de 36,1% à 37,2%) grâce au développement organique et à l'acquisition d'Emmi Dessert USA (anciennement groupe Indulge Desserts)
- +15,5% pour l'EBIT (CHF 112.0 millions à CHF 129.4 millions) et amélioration de la marge EBIT (6,3% à 6,9%)

2/9

- +21,4% de bénéfice net (CHF 81,3 millions à CHF 98,7 millions) et amélioration de la marge bénéficiaire nette (4,6% à 5,2%)
- Une pression accrue sur les résultats au cours du second semestre en raison de l'augmentation des coûts de production (en particulier les coûts d'emballage et de logistique) et les risques latents de taux d'intérêt et de change.
- Augmentation des prévisions de croissance organique du chiffre d'affaires du groupe pour l'ensemble de l'année, qui passent de 1 à 2% à 2 à 3% en raison de la dynamique des activités internationales.
- Confirmation des prévisions concernant l'EBIT (CHF 275 à 290 millions) et la marge bénéficiaire nette (5,2 à 5,7%) pour l'ensemble de l'année 2021.

Urs Riedener, CEO du groupe Emmi: «Notre stratégie éprouvée, axée sur une croissance durable et rentable, et la poursuite constante du développement de notre entreprise et de notre portefeuille de produits avec des concepts de marque forts continuent de porter leurs fruits. Dans l'ensemble, nous sommes parvenus à réaliser une croissance rentable dans un environnement difficile et encore volatile. Alors que notre croissance à l'échelle internationale a dépassé nos attentes, les affaires en Suisse stagnent comme prévu au niveau d'avant la crise après un premier semestre 2020 record, avec la poursuite de pertes importantes dans les secteurs des services alimentaires et de la clientèle industrielle. Dans le contexte des récentes inondations catastrophiques et des vagues de chaleur, nos plans de développement durable récemment révisés et étendus, qui montrent la manière dont nous entendons développer nos activités à long terme dans le respect de la nature et des générations futures, gagnent également en importance. Malgré les incertitudes persistantes concernant l'évolution de l'économie et la crise du coronavirus ainsi que la hausse des coûts de production, je suis convaincu que nous atteindrons nos objectifs annuels pour l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires ayant été légèrement revu à la hausse.»

Chiffres-clés

	1er semestre 2021	1er semestre 2020
<i>Montants en millions de CHF</i>		
Chiffre d'affaires net	1'884	1'774
dont la division Suisse	802	829
dont la division Amériques	710	599
dont division Europe	310	292
dont division Global Trade	62	54
Variation du chiffre d'affaires	6,2 %	6,6 %
dont les effets des acquisitions	3,2 %	9,5 %
dont les effets de change	-0,7 %	-4,9 %
dont la croissance organique	3,7 %	2,0 %
EBIT	129	112
en % du chiffre d'affaires net	6,9	6,3
Bénéfice net	99	81
en % du chiffre d'affaires net	5,2	4,6

Les effets globalement positifs des **acquisitions** de 3,2 % s'expliquent par les **facteurs** suivants:

Influence positive:

- Acquisition de Chäs Hütte Zollikon GmbH (Suisse, 29 juillet 2020)
- Acquisition d'Emmi Dessert USA (anciennement groupe Indulge Desserts, USA, 6 octobre 2020)

Influence négative:

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

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

Evolution du chiffre d'affaires: Belle croissance organique des activités internationales

Au premier semestre 2021, Emmi a réussi à profiter d'une première normalisation de la situation liée au coronavirus sur les principaux marchés internationaux pour relancer la dynamique de croissance et réaliser ainsi une bonne croissance organique globale du chiffre d'affaires. Avec 3,7%, cela a même dépassé nos attentes.

Toutes les divisions ont contribué à l'augmentation rentable du chiffre d'affaires de 6,2% (de CHF 1773,5 millions à CHF 1883,6 millions de CHF), avec quelques baisses sur le marché domestique suisse. On l'avait entrevu et l'on s'y attendait: les affaires se sont avérées plus complexes après les ventes record réalisées au premier semestre de l'année précédente du fait de la crise du coronavirus.

4/9

Avec un chiffre d'affaires net de CHF 801,8 millions (année précédente: CHF 828,8 millions), un recul organique de 3,3% a été enregistré en Suisse. Cela est principalement dû à la croissance organique exceptionnellement élevée l'année dernière à la même période (3,8%). En effet, le commerce de détail a subi comme prévu une perte importante par rapport à l'année précédente qui a été exceptionnelle, marquée par des achats de réserve et la fermeture des frontières. La résurgence d'anciens comportements, dont le tourisme d'achat, mais aussi la restauration encore partiellement fermée et seulement une lente reprise des affaires avec la clientèle industrielle ont laissé des traces. Quant au chiffre d'affaires, les effets négatifs de cette situation sont particulièrement visibles dans les segments les plus importants que sont les produits laitiers et le fromage. En revanche, les concepts de marques et de spécialités – notamment Emmi Caffè Latte et le fromage Kaltbach – ont continué à évoluer positivement. L'augmentation générale du prix du lait pendant l'année en cours a également joué en faveur du chiffre d'affaires.

La part de la division Suisse dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 42,5% (année précédente: 46.7 %).

Division Suisse	Chiffre d'affaires 1er sem. 2021	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Croissance Organique
Produits laitiers	330,2	343,1	-3,8%	-	-3,8%
Fromage	189,2	199,7	-5,2%	-	-5,2%
Produits frais	172,4	172,0	0,2%	-	0,2%
Fromage frais	53,0	55,3	-4,1%	-	-4,1%
Poudres/concentrés	26,8	31,6	-15,2%	-	-15,2%
Autres produits et services	30,2	27,1	11,4%	1,1%	10,3%
Total	801,8	828,8	-3,3%	0,0%	-3,3%

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

Au premier semestre 2021, la division Amériques a augmenté son chiffre d'affaires de CHF 598,6 millions à CHF 709,5 millions. La croissance de 18,5% par rapport à l'année précédente est due à l'acquisition d'Emmi Dessert USA, qui se développe bien, avec une croissance organique élevée de 11,9% (année précédente -1,0%). Outre les marchés en croissance que sont le Brésil, la Tunisie, le Chili et le Mexique, ce résultat est dû en particulier à la reprise des entreprises aux États-Unis, qui avaient enregistré de fortes pertes l'année précédente dans le secteur des services alimentaires, en raison des mesures liées à la crise du coronavirus.

5/9

La part de la division Amériques dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 37,7% (année précédente: 33.8%).

Division Amériques	Chiffre d'affaires 1er sem. 2021	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromage	269,9	235,1	14,8%	-	-4,1%	18,9%
Produits laitiers	188,5	175,0	7,7%	-	-2,1%	9,8%
Produits frais	160,8	96,6	66,4%	63,9%	-3,0%	5,5%
Fromage frais	32,9	30,8	6,6%	-	-14,8%	21,4%
Poudres/concentrés	12,5	11,0	14,1%	-	-16,9%	31,0%
Autres produits et services	44,9	50,1	-10,4%	-	0,2%	-10,6%
Total	709,5	598,6	18,5%	10,3%	-3,7%	11,9%

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 le 18 décembre 2020).

Au cours du premier semestre 2021, le chiffre d'affaires de la division Europe s'élevait à CHF 310,4 millions, contre CHF 291,9 millions pour la même période de l'année précédente. Il en résulte une croissance globale de 6,3% qui, hors effets des acquisitions et de change, correspond à une croissance organique de 4,9% (2,1% l'année précédente). La forte croissance d'Emmi Caffè Latte, des spécialités de desserts italiens (tous deux dans Produits frais) et des produits végétaliens (dans Autres produits et services) a été affaiblie par l'évolution négative des segments Produits laitiers et Poudres/Concentrés.

La part de la division Europe dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 16,5% (année précédente: 16.4%).

Division Europe	Chiffre d'affaires 1er sem. 2021	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits frais	150,7	133,5	12,9%	-1,5%	3,3%	11,1%
Fromage	57,7	54,2	6,5%	-	3,0%	3,5%
Produits laitiers	46,4	49,1	-5,3%	-1,5%	2,7%	-6,5%
Poudres/concentrés	19,8	23,9	-17,4%	-	2,3%	-19,7%
Fromage frais	18,2	19,1	-5,0%	-9,9%	2,6%	2,3%
Autres produits et services	17,6	12,1	45,6%	-	4,1%	41,5%
Total	310,4	291,9	6,3%	-1,6%	3,0%	4,9%

6/9

La **division Global Trade** comprend 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 arabe.

Emmi a enregistré au premier semestre 2021 un chiffre d'affaires de CHF 61,9 millions dans la division Global Trade. Par rapport aux CHF 54,2 millions de l'année précédente, cela correspond à une croissance organique de 14,3% (2,1% l'année précédente). Cette évolution est principalement due à une augmentation sensible des exportations de lait écrémé en poudre et à une hausse des ventes de fromage naturel (spécialités Kaltbach notamment). En revanche, l'évolution légèrement négative du secteur des yaourts s'est poursuivie, notamment en raison d'un manque de consommation hôtelière dans la région asiatique.

La part de la division Global Trade au chiffre d'affaires du groupe s'est élevée à 3,3% (année précédente: 3,1%).

Division Global Trade	Chiffre d'affaires 1er sem. 2021	Chiffre d'affaires 1er sem. 2020	Différence 2021/2020	Effets des acquisitions	Croissance organique
Fromage	25,4	21,5	18,2%	-	18,2%
Produits frais	17,7	18,9	-6,3%	-	-6,3%
Poudres/concentrés	16,8	12,3	36,4%	-	36,4%
Produits laitiers	1,3	1,4	-4,9%	-	-4,9%
Autres produits et services	0,7	0,1	576,8%	-	576,8%
Total	61,9	54,2	14,3%	-	14,3%

Vous trouverez de plus amples informations sur l'évolution du chiffre d'affaires dans le rapport de gestion financier du [rapport semestriel Emmi 2021](#).

Evolution du bénéfice: la rentabilité ne cesse d'afficher une tendance à la hausse

Grâce à la croissance réjouissante de son chiffre d'affaires, Emmi a pu continuer de renforcer sa rentabilité au premier semestre 2021. Cela a porté ses fruits de poursuivre le développement de notre portefeuille d'entreprises et de produits avec des concepts de marque forts, tout en restant assidûment axé sur une croissance durable. Une attention particulière a continué d'être accordée à notre programme d'amélioration de l'efficacité et de réduction des coûts Emmi Operational Excellence, à l'échelle du groupe.

7/9

Compte tenu de l'évolution positive du chiffre d'affaires, Emmi peut s'attendre à une augmentation sensible du **bénéfice brut** de CHF 699,8 millions (augmentation de 9,4%) et à une amélioration de la **marge bénéficiaire brute** pour le premier semestre 2021 (37,2% contre 36,1%). Cette évolution positive de la marge repose sur la mise en œuvre rigoureuse de la stratégie éprouvée, sur le développement continu du portefeuille d'entreprises et de produits et sur l'effet positif de l'acquisition d'Emmi Dessert USA. En outre, les mesures visant à accroître la productivité et les achats ont encore avancé.

Le **résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)** a atteint CHF 129,4 millions durant la période sous revue et dépasse de CHF 17,4 millions ou 15,5% l'EBIT de l'année précédente (CHF 112,0 millions). Sous l'effet de l'évolution de la marge bénéficiaire brute décrite ci-dessus, la marge EBIT a également augmenté de manière significative, passant de 6,3% l'année précédente à 6,9% pendant la période sous revue.

Le **bénéfice de la société, y compris les intérêts minoritaires**, s'est élevé à CHF 107,1 millions, contre CHF 86,8 millions l'année précédente. Après avoir déduit les intérêts minoritaires du bénéfice de l'entreprise, le **bénéfice net** s'élevait à CHF 98,7 millions (année précédente: CHF 81,3 millions). En conséquence, le bénéfice net a connu une hausse significative de CHF 17,4 millions, soit 21,4%. La **marge bénéficiaire nette** a atteint 5,2% (année précédente: 4,6%).

Vous trouverez de plus amples informations sur l'évolution du bénéfice dans le rapport de gestion financier du [rapport semestriel Emmi 2021](#).

Perspectives: Une longueur d'avance sur le difficile deuxième semestre de l'année

Les prévisions de chiffre d'affaires pour l'ensemble de l'année, communiquées en mars 2021, ont été largement dépassées dès la fin du premier semestre. Le second semestre reste chargé de grandes incertitudes. Emmi ne prévoit pas de normalisation au sein de l'ensemble des entreprises nationales avant 2022, si tant est qu'une normalisation soit possible, et sous réserve de nouveaux revers quant à l'évolution du coronavirus. Emmi compte néanmoins sur une croissance organique quelque peu supérieure à l'échelle du groupe, notamment grâce à la dynamique positive des activités internationales. Et ce, malgré une légère dégradation des perspectives pour la division Suisse. Comme prévu, l'évolution du chiffre d'affaires au cours des six premiers mois de l'année en cours y est restée inférieure aux prévisions pour l'ensemble de l'année. Cela en raison de la croissance exceptionnelle du chiffre d'affaires au cours de la même période de l'année

8/9

précédente. Mais la reprise générale dans tous les groupes de clients importants d'Emmi en Suisse se fait attendre, ce qui se reflète dans les prévisions de chiffre d'affaires ajustées pour la division Suisse.

Emmi s'en tient aux prévisions d'EBIT et de marge bénéficiaire nette communiquées en mars. La hausse des coûts de production, pour les matériaux d'emballage et le domaine de la logistique par exemple, aura un impact négatif sur le résultat au second semestre.

Prévisions pour l'ensemble de l'année 2021

- Croissance organique du chiffre d'affaires:

Groupe:	2 à 3% (précédemment 1 à 2%)
Division Suisse:	-2,5 à -3,5% (précédemment -1 à -2%)
Division Amériques:	7 à 9% (précédemment 4 à 6%)
Division Europe	3 à 5% (jusqu'ici 1 à 3%)
- EBIT: CHF 275 millions à CHF 290 millions
- Marge bénéficiaire nette: 5,2 à 5,7%

Des perspectives détaillées figurent dans la présentation du résultat du premier semestre 2021 d'Emmi.

9/9

Documentation à télécharger et informations complémentaires

[Rapport semestriel Emmi 2021](#)

[Indicateurs alternatifs de performance](#)

[Présentation du résultat du premier semestre 2021 d'Emmi](#)

[Supports visuels généraux sur Emmi](#)

Contacts

Médias: Communication du groupe Emmi,
Sibylle Umiker, Head of Media Relations,
media@emmi.com, +41 (0)58 227 50 66

Relations avec les investisseurs: Ricarda Demarmels, Group CFO
ir@emmi.com

À 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. Selon les pays, Emmi fabrique aussi localement des produits qui sont le plus souvent 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. Près des deux tiers de ses environ 8900 collaborateurs travaillent sur des sites hors de Suisse.