

Communiqué de presse

Résultat du premier semestre 2019

Résultats au niveau de l'an dernier, mise en œuvre de la stratégie en bonne voie

Lucerne, le 28 août 2019 – Emmi a fait de grands pas en avant au premier semestre grâce à la mise en œuvre cohérente de sa stratégie. L'activité s'est encore renforcée avec un accent particulier sur les marchés en croissance et l'expansion de niches stratégiques telles que les desserts, le bio et le lait de chèvre. Sur le plan opérationnel, Emmi a maintenu sa position malgré un environnement difficile, et ce, grâce à sa force d'innovation et au programme de réduction des coûts Emmi Operational Excellence. Avec 1.6 %, la croissance organique du chiffre d'affaires a été légèrement inférieure aux attentes, mais Emmi est en bonne voie d'atteindre ses objectifs de résultat. Au premier semestre, l'EBIT était légèrement inférieur et le bénéfice net légèrement supérieur à la valeur (corrigée) de l'année précédente.

Principaux chiffres

Montants en millions de CHF	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2018	1 ^{er} semestre 2018 corrigé*
Chiffre d'affaires net	1663	1675	
dont division Suisse	811	830	
dont division Amériques	518	502	
dont division Europe	280	288	
dont division Global Trade	54	55	
Variation du chiffre d'affaires en %	-0.7	4.7	
Effets des acquisitions en %	-0.9	0.7	
Effets de change en %	-1.4	1.6	
Croissance organique en %	1.6	2.4	
EBITDA	159.6	162.7	
en % du chiffre d'affaires net	9.6	9.7	
EBIT	93.5	95.0	
en % du chiffre d'affaires net	5.6	5.7	
Bénéfice net	72.9	129.0	72.1
en % du chiffre d'affaires net	4.4	7.7	4.3

* Corrigé de CHF 56.9 millions issus de la vente de la participation minoritaire à l'entreprise Icelandic Milk and Skyr Corporation «siggi's».

L'impact globalement négatif des **acquisitions**, qui s'élève à 0.9 %, s'explique par les **facteurs** suivants:

- Vente d'Emmi Frisch-Service AG (Suisse, 3 avril 2019)
- Vente d'une partie du segment des produits de négoce (Suisse, 1^{er} janvier 2018)

L'acquisition d'un site de production de fromages à pâte persillée (Etats-Unis, 28 février 2019) a constitué un **facteur positif**.

Synthèse

Au premier semestre de l'exercice 2019, Emmi a enregistré une croissance organique globalement modeste de 1.6 %. Alors que la croissance organique en Suisse et dans la division Amériques a été conforme aux attentes (respectivement 0.5 % et 4.3 %), la division Europe n'a pas été en mesure de répondre aux attentes en raison de la baisse de 0.7 % du chiffre d'affaires de la laiterie Gläserne Molkerei en Allemagne. Les ventes d'Emmi Caffè Latte ont connu une évolution très positive dans toutes les divisions. Les marchés de niche stratégiquement importants, tels que les spécialités de desserts italiennes et les produits au lait de chèvre, ont également enregistré une croissance réjouissante. Les vecteurs de croissance se sont là encore révélés être les marchés porteurs que sont le Chili, le Mexique et la Tunisie.

Au premier semestre 2019, le groupe Emmi a réalisé un EBIT de CHF 93.5 millions, après CHF 95.0 millions l'année dernière, ce qui correspond à un déclin de 1.6 %. Alors que la marge bénéficiaire brute est passée de 36.1 % à 36.4 % grâce à un travail cohérent sur le portefeuille, la marge EBIT a finalement légèrement baissé de 5.7 % à 5.6 % en raison de la forte pression des coûts. Compte tenu du contexte difficile, ce résultat est remarquable. Urs Riedener, CEO d'Emmi: «L'importance du programme de réduction des coûts, qu'Emmi ne cesse de développer depuis plus de dix ans, redevient évidente.» Le bénéfice net final s'est élevé à CHF 72.9 millions, soit 1.1 % de plus que le bénéfice net (corrigé) de l'exercice précédent (CHF 72.1 millions). La marge bénéficiaire nette a atteint 4.4 % (année précédente 4.3 % après correction).

Sur la base des résultats semestriels, Emmi confirme les objectifs de résultat fixés pour 2019 (EBIT de CHF 215 millions à 220 millions et marge bénéficiaire nette de 4.7 % à 5.2 %), mais réduit légèrement ses prévisions de ventes pour la division Europe (nouveau: de -1.0 % à 1.0 % au lieu de 1 % à 3 %) et, par conséquent, pour le groupe (nouveau: de 1.5 % à 2.5 % au lieu de 2 % à 3 %).

La mise en œuvre cohérente de la stratégie comprend le renforcement des positions sur les marchés de croissance hors d'Europe et les investissements dans des niches stratégiques. Au cours du premier semestre 2019, Emmi a poursuivi sur cette voie en introduisant diverses mesures. En juin 2019, Emmi a annoncé l'augmentation de sa participation de 40 % à 70 % dans la société Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A., dont le siège est à Ponte Nova, Brésil. L'accent a également été mis sur l'expansion du réseau international de production de lait de chèvre par l'annonce de l'acquisition d'une participation de 66 % dans Leeb Biomilch GmbH, une entreprise autrichienne de transformation de lait de chèvre et de brebis biologique. L'acquisition de Pasticceria Quadrifoglio S.r.l. donnera un nouvel élan aux activités en Italie dans le segment stratégique Desserts. En outre, l'achat du site de production de

fromages à pâte persillée aux Etats-Unis et la vente d'Emmi Frisch-Service AG en Suisse constituent également des étapes importantes dans la mise en œuvre de cette stratégie.

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

Le chiffre d'affaires de la division Suisse s'inscrit dans la fourchette haute des prévisions

Chiffre d'affaires net par groupe de produits: division Suisse					
Montants en millions de CHF	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2019	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2018	Différence 2019/2018	Effet des acquisitions	Croissance organique
Produits laitiers	335.4	327.8	2.3 %	-0.9 %	3.2 %
Fromages	193.8	207.8	-6.7 %	-5.4 %	-1.3 %
Produits frais	167.0	171.8	-2.8 %	-1.7 %	-1.1 %
Fromage frais	53.0	54.4	-2.6 %	-4.8 %	2.2 %
Poudres/concentrés	29.4	31.2	-5.9 %	-	-5.9 %
Autres produits et services	31.9	37.3	-14.6 %	-10.8 %	-3.8 %
Total division Suisse	810.5	830.3	-2.4 %	-2.9 %	0.5 %

La division Suisse a réalisé un chiffre d'affaires net de CHF 810.5 millions, un déclin de 2.4 % par rapport au résultat de la période précédente (CHF 830.3 millions). Corrigée des effets de désinvestissement susmentionnés (vente d'Emmi Frisch-Service AG, vente d'une partie du segment des produits de négoce), la croissance organique s'est élevée à 0.5 %. Ce résultat s'inscrit dans la fourchette haute des prévisions de 0 % à 0.5 % publiées par Emmi en février 2019. La part de la division Suisse dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 48.7 %.

La croissance organique de la division Suisse est principalement attribuable aux **Produits laitiers**. L'augmentation des ventes de lait et de crème a plus que compensé la baisse des ventes de beurre, malgré la forte pression continue sur les prix. Le chiffre d'affaires des deux autres grands groupes de produits, le fromage et les produits frais, a subi une légère baisse organique. Dans le segment **Fromages**, la baisse a essentiellement affecté les spécialités fromagères. Cette évolution reflète la nouvelle augmentation des importations de fromage par rapport au premier semestre 2018 et la pression générale sur les prix dans ce segment de produits. D'autre part, diverses spécialités fromagères telles que le fromage à la crème Luzerner, Der Scharfer Maxx ou Le Petit Chevrier ont gagné du terrain. Pour les **Produits frais**, la baisse organique du chiffre d'affaires a été principalement générée par les pertes essuyées dans la vente des propres marques commerciales (yogourts et glaces). Les produits de marque tels que Emmi Caffè Latte et Energy Milk ont en revanche enregistré une croissance réjouissante.

Chiffre d'affaires de la division Amériques: le Chili, le Mexique et la Tunisie comme moteurs de croissance

Chiffre d'affaires net par groupe de produits: division Amériques						
Montants en millions de CHF	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2019	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2018	Différence 2019/2018	Effet des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Fromages	217.2	199.7	8.8 %	3.8 %	2.2 %	2.8 %
Produits laitiers	138.0	142.1	-2.9 %	-	-8.1 %	5.2 %
Produits frais	101.2	103.9	-2.6 %	-	-6.0 %	3.4 %
Fromage frais	7.5	5.9	26.3 %	-	3.6 %	22.7 %
Poudres/concentrés	2.3	2.4	-4.3 %	-	3.0 %	-7.3 %
Autres produits et services	52.2	48.2	8.5 %	0.4 %	0.4 %	7.7 %
Total division Amériques	518.4	502.2	3.2 %	1.5 %	-2.6 %	4.3 %

La division Amériques englobe les marchés Etats-Unis, Canada, Mexique, Chili, Tunisie, Espagne (sans Lacteos Caprinos) et France.

Au premier semestre 2019, son chiffre d'affaires est passé de CHF 502.2 millions à CHF 518.4 millions, ce qui correspond à une croissance de 3.2 % par rapport à la même période l'année passée. En termes organiques, c'est-à-dire corrigé des effets de change et des acquisitions, il en a résulté une croissance de 4.3 %. Cette valeur se situe dans le cadre des prévisions publiées en février 2019 (de 4 % à 6 %). L'évolution organique positive du chiffre d'affaires est attribuable notamment aux marchés en croissance que sont le Chili, le Mexique et la Tunisie. La part de la division Amériques dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 31.2 %.

La croissance organique dans le segment **Fromages** est principalement due aux activités commerciales de Mexideli, aux ventes de fromage suisse d'Emmi Roth (p. ex. Le Gruyère AOP), aux activités liées au fromage de chèvre aux Etats-Unis et au fromage produit localement au Chili. Les **Produits laitiers** ont enregistré une croissance organique de 5.2 %, principalement grâce au bon développement des ventes en Tunisie (lait, beurre) et au Chili (lait, crème). Le chiffre d'affaires des **Produits frais** a connu une croissance organique de 3.4 %. La hausse des ventes de spécialités de desserts italiennes en France, de yogourts et de milkshakes au Chili et de Kaiku Caffè Latte en Espagne a constitué un facteur d'influence positif. La croissance a été légèrement ralentie par les ventes modérées de yogourts et de yogourts à boire en Espagne, liées au marché.

Chiffre d'affaires de la division Europe: Gläserne Molkerei freine la croissance

Chiffre d'affaires net par groupe de produits: division Europe						
Montants en millions de CHF	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2019	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2018	Différence 2019/2018	Effet des acquisitions	Effets de change	Croissance organique
Produits frais	129.2	124.8	3.5 %	-	-3.5 %	7.0 %
Fromages	54.7	57.5	-5.0 %	-	-3.4 %	-1.6 %
Produits laitiers	46.8	57.8	-19.1 %	-	-2.9 %	-16.2 %
Fromage frais	25.7	26.2	-1.7 %	-	-3.5 %	1.8 %
Poudres/concentrés	21.2	15.5	37.5 %	-	-4.9 %	42.4 %
Autres produits et services	2.3	5.8	-61.1 %	-	-1.4 %	-59.7 %
Total division Europe	279.9	287.6	-2.7 %	-	-3.4 %	0.7 %

La division Europe comprend la Belgique, l'Allemagne, l'Autriche, la Grande-Bretagne, l'Italie, les Pays-Bas ainsi que Lácteos Caprinos en Espagne.

Au premier semestre 2019, la division a enregistré un chiffre d'affaires de CHF 279.9 millions contre CHF 287.6 millions sur la même période de l'exercice précédent. Ceci correspond à un recul de 2.7 %. Hors effets de change négatifs, une légère croissance organique de 0.7 % a certes été enregistrée, mais celle-ci est inférieure aux prévisions d'Emmi pour l'ensemble de l'exercice (1 % à 3 %). Cette évolution s'explique principalement par les chiffres d'affaires en nette baisse des produits laitiers de Gläserne Molkerei en Allemagne. En revanche, sur l'ensemble de la division, les segments Produits frais et Poudres/concentrés ont enregistré une forte croissance. La part de la division Europe dans le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 16.8 %.

Les **Produits frais** ont enregistré une croissance organique très réjouissante de 7.0 %. Les principaux moteurs de cette évolution positive du chiffre d'affaires ont été Emmi Caffè Latte sur tous les marchés européens ainsi que les activités liées aux spécialités de desserts italiennes. Les chiffres d'affaires des yogourts Onken ont par contre été en baisse aussi bien en Allemagne qu'en Grande-Bretagne. Le segment **Fromages** a enregistré un recul de 1.6 % de son chiffre d'affaires au niveau organique. Cette évolution négative résulte principalement du recul des exportations d'Emmentaler AOP de Suisse vers l'Italie. Par ailleurs, certaines spécialités fromagères, comme Kaltbach en Allemagne, ont connu une évolution très positive. Les **Produits laitiers** ont enregistré un important recul de 16.2 % de leur chiffre d'affaires, lequel est principalement imputable à la nette baisse du chiffre d'affaires de Gläserne Molkerei en Allemagne. Cette évolution peu réjouissante résulte d'une combinaison de quantités de lait transformé plus faibles et d'un niveau de prix plus bas de manière générale pour le lait bio. La forte croissance organique dans le segment **Poudres/concentrés** de 42.4 % est à mettre au crédit des chiffres d'affaires en hausse du lait de chèvre en poudre de la société AVH dairy et de la production propre (Goat Milk Powder) aux Pays-Bas.

Chiffre d'affaires de la division Global Trade: chiffres d'affaires globalement stables

Chiffre d'affaires net par groupe de produits: division Global Trade					
Montants en millions de CHF	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2019	Chiffre d'affaires 1 ^{er} sem. 2018	Différence 2019/2018	Effet des acquisitions	Croissance organique
Fromages	22.8	23.6	-3.3 %	-	-3.3 %
Produits frais	19.5	20.5	-4.8 %	-	-4.8 %
Poudres/concentrés	9.7	8.1	19.4 %	-	19.4 %
Produits laitiers	1.7	2.1	-17.4 %	-	-17.4 %
Fromage frais	0.1	0.3	-79.4 %	-	-79.4 %
Autres produits et services	0.7	0.1	588.3 %	-	588.3 %
Total division Global Trade	54.5	54.7	-0.4 %	-	-0.4 %

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. La part de la division Global Trade au chiffre d'affaires du groupe s'élève à 3.3 %.

Dans la division Global Trade, Emmi a enregistré au premier semestre 2019 un chiffre d'affaires de CHF 54.5 millions, contre CHF 54.7 millions l'année dernière. Ceci correspond à un recul de 0.4 %. Les reculs dans les deux segments importants des Produits frais et des Fromages résultent principalement de chiffres d'affaires en baisse dans les yogourts à boire et la fondue. C'est également l'une des conséquences du nouveau renforcement du franc suisse. La hausse dans les Poudres/concentrés reflète l'augmentation des exportations de lait en poudre visant à écouler les excédents.

Des informations détaillées sur l'évolution du chiffre d'affaires figurent dans le [Rapport semestriel Emmi 2019](#).

EBITDA et marge EBIT globalement stables

Durant la période sous revue, le **bénéfice brut** s'est établi à CHF 604.9 millions (année précédente: CHF 604.5 millions). Cette légère hausse est positive compte tenu du recul de CHF 11.5 millions du chiffre d'affaires net. Les effets de change négatifs ainsi que les effets des acquisitions globalement négatifs ont pesé sur le bénéfice brut. L'évolution positive résulte notamment de la croissance organique, surtout dans la division Amériques. La **marge bénéficiaire brute** a pu être augmentée de 36.1 % à 36.4 %. La focalisation sur des concepts de marque forts et la mise en œuvre systématique de mesures de rationalisation et d'optimisation de la productivité ont à nouveau été des facteurs clés pour contrer la pression toujours croissante sur les prix de la part des clients.

Le **résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)** a reculé de CHF 3.1 millions, soit 1.9 %, à CHF 159.6 millions (année précédente: CHF 162.7 millions). La **marge EBITDA** a légèrement diminué de 9.7 % à 9.6 %, en raison de la hausse bien supérieure des autres charges d'exploitation par rapport au chiffre d'affaires. En particulier, les dépenses pour la logistique, l'énergie et les matériaux d'exploitation ont nettement augmenté. Il a été difficile de répercuter les hausses de prix correspondantes sur les clients.

Le **résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT)** a atteint CHF 93.5 millions durant la période sous revue et enregistre ainsi une baisse de CHF 1.5 million, soit 1.6 %, par rapport à l'an dernier (CHF 95.0 millions). La **marge EBIT** a également légèrement reculé à 5.6 % contre 5.7 % à la même période l'année précédente.

Enfin, il en résulte un **bénéfice net** de CHF 72.9 millions; une hausse de 1.1 % par rapport au bénéfice net de CHF 72.1 millions de l'exercice précédent corrigé du bénéfice de la vente de la participation minoritaire dans l'entreprise Icelandic Milk & Skyr Corporation («siggi's»). La **marge bénéficiaire nette** a atteint 4.4 % (année précédente 4.3 % après correction). Le **bénéfice net par action** a augmenté en conséquence et s'élève désormais, à la fin du premier semestre, à CHF 13.63 (exercice précédent CHF 13.48 après correction).

Perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2019

Sur la base du résultat semestriel, Emmi confirme les objectifs de revenus fixés pour l'ensemble de l'exercice 2019 (EBIT de CHF 215 millions à CHF 220 millions et marge bénéficiaire nette de 4.7 % à 5.2 %). Toutefois, Emmi réduit légèrement ses prévisions de chiffre d'affaires pour l'ensemble de l'année 2019 dans la division Europe (nouveau: -1.0 % à 1.0 % au lieu de 1 % à 3 %) et également à l'échelle du groupe (nouveau: 1.5 % à 2.5 % contre 2 % à 3 %). Les prévisions de chiffre d'affaires pour les divisions Suisse (0 % à 0.5 %) et Amériques (4 % à 6 %) sont maintenues.

Emmi s'attend à ce que l'environnement de marché reste très concurrentiel dans la deuxième moitié de 2019. En Suisse, la pression sur les prix exercée par le commerce de détail restera élevée. Avec le renforcement du franc suisse et les développements politiques actuels, Emmi est exposée à de nouveaux risques. Grâce à son positionnement solide et sa bonne diversification, Emmi sera en mesure de faire face à ces difficultés.

Matériel à télécharger et informations complémentaires

Rapports et présentations: <https://report.emmi.com/en/download-center/>
Supports visuels généraux sur Emmi: www.emmi.com/mediabox

Contacts

Analystes Ricarda Demarmels, Group CFO
T +41 58 227 37 98, ricarda.demarmels@emmi.com
Médias Sibylle Umiker, Corporate Communications & IR, Head of Media Relations
T +41 58 227 50 66, media@emmi.com

A propos d'Emmi

Emmi est 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 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, le développement de ses parts de marché à l'étranger et la maîtrise des coûts. On retrouve en fil rouge à travers toute l'histoire de l'entreprise, le grand sens des responsabilités d'Emmi vis-à-vis des personnes, des animaux ainsi que de l'environnement.

Emmi élabore en Suisse une gamme complète de produits laitiers portant ses marques propres ou les marques de ses clients. Emmi Caffè Latte et Kaltbach, les grands succès à l'export du Groupe sont notamment fabriqués en Suisse. Dans certains pays, Emmi fabrique localement des produits – il s'agit en règle générale de 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 dispose de filiales dans quatorze pays et des sites de production sont implantés dans sept d'entre eux. Elle exporte ses produits depuis la Suisse dans près de 60 pays. Outre le marché intérieur suisse, les marchés principaux de l'entreprise 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 l'autre moitié à l'international. Il en va de même pour les 6000 collaborateurs.