



22.04.2004 - 07:00 Uhr

Emmi met le cap sur l'Europe

Lucerne (ots) -

- Intégration réussie des grandes acquisitions (fromageries et laiterie de Berne-Ostermundigen)
- Résultats 2003: forte poussée de croissance basée sur les rachats, la puissance commerciale et la force d'innovation
- Nette consolidation du leadership sur le marché suisse
- Positionnement renforcé d'Emmi en tant que marque de qualité sur le marché européen des produits alimentaires
- Succès remportés par les produits lancés en Suisse et à l'étranger: le drink au yogourt Benecol qui modère le taux de cholestérol, le yogourt et le drink Aloe Vera, le fromage à raclette allégé, le lait sans lactose et la boisson "lifestyle" Caffè latte
- Perspectives 2004: croissance durable et renforcée, concentration sur les innovations en Suisse et à l'étranger

Chiffres-clefs 2003

en millions de CHF	2003	2002
1. Chiffre d'affaires net	1 879	1 389
Résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA)	118,0	80,2
Bénéfice de l'exercice	42,7	19,8

Emmi enregistre une excellente année 2003

En dépit d'un marché caractérisé par une concurrence accrue, par une pression croissante sur les marges, par une conjoncture économique particulièrement tendue et par un recul général de la consommation, le groupe Emmi est parvenu à s'imposer sur le marché suisse et à renforcer encore sa position de leader. Sur le marché international du fromage, Emmi n'a pas pu se développer dans les mêmes proportions en raison de la mauvaise conjoncture et du changement des conditions cadres. Cependant, le groupe est parvenu à renforcer également sa présence à l'étranger en concentrant l'action des filiales étrangères et en y ancrant Emmi sous l'image d'une marque synonyme de qualité.

Face aux difficultés conjoncturelles qui sévissent en Suisse et sur les marchés étrangers, le résultat global qu'a réalisé le groupe Emmi en 2003 est très satisfaisant. Le chiffre d'affaires a enregistré un taux de croissance très supérieur à la moyenne. Il a en effet augmenté de 35 pour cent pour atteindre 1879 milliards de CHF - près de 5 pour cent étant générés par la croissance interne. Le bénéfice brut a augmenté de 53 pour cent et, malgré les frais occasionnés par les intégrations, l'EBITDA a enregistré une hausse de 47 pour cent. Le bénéfice de l'exercice 2003 s'élève à 42,7 millions de CHF (contre 19,8 millions en 2002).

Les départements s'imposent sur leurs marchés respectifs

Les trois départements d'Emmi - Produits frais, Produits laitiers et Fromage - ont participé de manière différente à la croissance du

groupe. Le département Produits frais a réalisé un excellent exercice. Son chiffre d'affaires (apuré des acquisitions) a augmenté de 71 pour cent pour atteindre 461 millions de CHF, établissant ainsi clairement son leadership sur le marché suisse. En dépit d'un contexte difficile, le département Produits laitiers a de nouveau enregistré une forte croissance dans le domaine de la crème, du lait et des produits en poudre, et a réussi à renforcer sa position dans celui du beurre. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 486 millions de CHF (contre 371 millions en 2002 - +31%). Sur un marché âprement disputé, le département Fromage est néanmoins parvenu à augmenter de 36 pour cent son chiffre d'affaires en Suisse, qui est passé à 931 millions de CHF (contre 684 millions en 2002). La conjoncture à l'exportation s'est toutefois avérée plus difficile durant l'exercice.

Emmi lance avec succès de nouveaux produits en Suisse et à l'étranger

La croissance fulgurante du chiffre d'affaires du groupe Emmi n'est pas seulement due à ses acquisitions, mais aussi et surtout à sa puissance commerciale et à sa force d'innovation. On notera tout particulièrement le succès remporté par le drink au yogourt Benecol qui modère le taux de cholestérol, le yogourt et le drink Aloe Vera, le fromage à raclette allégé, le lait sans lactose et Caffè Latte, la toute dernière innovation d'Emmi qui a été lancée en Suisse et sur les principaux marchés étrangers en mars 2004.

Le groupe Emmi consolide sa structure d'entreprise

Pour le groupe Emmi, 2003 a été une année de travail intense consacré aux intégrations et, par là même, à la consolidation. Il s'agissait en effet d'incorporer au groupe les entreprises acquises à l'automne 2002 et au cours de l'année 2003 dans le secteur du fromage (Swiss Dairy Food, Tiger Käse AG, Raclette-Käseri Landquart), ainsi que la laiterie de Berne-Ostermundigen. Au total, 850 nouveaux collaborateurs ont rejoint Emmi, et les acquisitions ont augmenté le chiffre d'affaires d'environ 500 millions de CHF.

Les travaux d'intégration se sont déroulés comme prévu et dans les délais impartis. La fusion des laiteries Emmi et de la laiterie de Berne-Ostermundigen a été réalisée en priorité pour des raisons de synergie. Les fabricants traditionnels de fondue Zingg AG, Gerberkäse AG et Tiger Käse AG ont été regroupés le 1er janvier 2004 en une seule et même société : Emmi Fondue AG. Cette nouvelle entreprise du groupe cible un chiffre d'affaires de 130 millions de CHF, dont la moitié réalisée à l'étranger. Le 1er janvier 2004 est aussi la date de naissance d'une autre société du groupe : Emmi Logistik AG. Le service logistique d'Emmi a fusionné avec Emmi Kühlhaus AG (logistique de produits congelés) de Kriens pour devenir une entreprise autonome. Vers la fin de l'année 2003, Nestlé Suisse SA et Emmi AG ont décidé de collaborer dans le domaine de la production et de la logistique. A la mi-2004, Emmi reprendra le site de production de Nestlé Suisse à Hirzel. De son côté, Nestlé Suisse prend une participation dans le capital-actions d'Emmi AG.

Les travaux de construction avancent selon les prévisions

Emmi investit près de 17 millions de CHF dans la construction de l'entrepôt frigorifique central de Berne-Ostermundigen, qui abritera les crèmes glacées de Lusso Foods AG. Les travaux avancent comme prévu et l'entrepôt sera mis en service en septembre 2004.

De même, les travaux d'agrandissement du centre de service fromager de Kirchberg - dans lequel le groupe Emmi a investi 35

millions de CHF - se poursuivent selon les prévisions. Les premières aires de production seront prêtes à l'automne 2004 pour l'emménagement. Par la suite, les travaux de rénovation pourront commencer dans l'ancien bâtiment. Le projet de construction dans son ensemble sera achevé d'ici la mi-2005.

Emmi effectue des changements à sa Direction

A la mi-2003, l'Assemblée générale a élu Fritz Wyss, délégué du Conseil d'administration et CEO du groupe Emmi, à la présidence du Conseil d'administration. Un changement s'est également produit à la direction opérationnelle. Le Conseil d'administration a nommé Walter Huber, membre de la Direction du groupe, au poste de président-directeur du groupe (CEO). Ce dernier assure la direction opérationnelle de l'entreprise depuis le 1er janvier 2004.

Perspectives 2004: Emmi cible une nouvelle croissance en Suisse et à l'étranger

Le groupe Emmi a bien commencé l'année 2004. Il est parvenu à perpétuer la courbe de croissance qu'il a suivie l'année dernière. Au cours des trois premiers mois, le département des produits frais s'est excellemment développé. Et sur le marché international du fromage se dessine déjà une légère reprise.

Pour l'année 2004, le groupe Emmi fera en sorte d'atteindre un taux de croissance de l'ordre de 4 %. Il y parviendra en augmentant son chiffre d'affaires sur le marché suisse du commerce de détail et de la restauration, et en développant ses exportations de produits frais. Quant aux exportations de fromage, le groupe s'attachera à différencier encore davantage ses produits sous la marque faïtière Emmi, de manière à augmenter la plus-value sur les fromages traditionnels.

L'innovation et la qualité continueront d'être des critères primordiaux dans le développement des produits nouveaux. Par conséquent, l'une de ses priorités consistera à élargir la gamme des produits dans le segment premium et d'optimiser le positionnement d'Emmi en tant que marque de qualité.

Malgré l'évolution des marchés internationaux, le processus de libéralisation au sein de l'Union Européenne et le durcissement des conditions cadres de la réglementation, le groupe Emmi est certain de pouvoir renforcer encore sa position de numéro 1 en Suisse et de gagner des parts de marché à l'étranger - surtout dans les principaux pays européens, ainsi qu'aux Etats-Unis et au Canada - en y ancrant la marque Emmi sous l'image d'un fabricant novateur de produits laitiers de qualité.

Contact:

Emmi AG
Stephan Wehrle
Responsable pour la communication
Habsburgerstrasse 12
6002 Luzern
Tél. +41/41/227'27'86
Internet: <http://www.emmi.ch>

