

Haftungsausschluss

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf derzeitigen Annahmen und Prognosen beruhen. Diese beinhalten bestimmte Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Resultaten abweichen.

Zu den potenziellen Risiken und Ungewissheiten gehören Faktoren wie die allgemeine Wirtschaftslage, Wechselkurs- und Rohstoffpreisschwankungen, Wettbewerbsdruck auf Produkte und Preise sowie regulatorische Entwicklungen.

Emmi stellt die Informationen in dieser Präsentation zum genannten Datum zur Verfügung und übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren.

Diese Präsentation ist nicht als Empfehlung zum Kauf, Verkauf oder Halten von Wertpapieren gedacht und stellt kein Angebot für den Verkauf oder Kauf von Wertpapieren in der Schweiz, den Vereinigten Staaten oder einer anderen Jurisdiktion dar.





Strategisch auf Kurs

Starke Unternehmenskultur

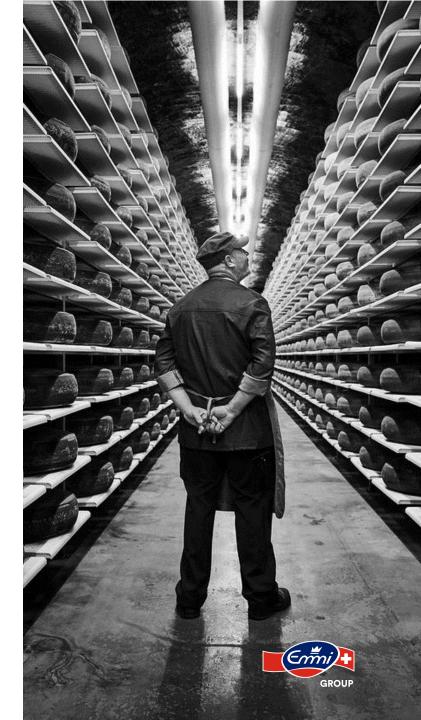
- Grosses Engagement und hohe Agilität unserer Mitarbeitenden
- Durchgängige Lieferfähigkeit

Bewährte Strategie

- Strategische Fortschritte in ein gutes Jahresergebnis überführt
- Langfristige Nachfolgelösungen auf Stufe Verwaltungsrat und Konzernleitung

Erfreuliches Ergebnis

- Konzernumsatz erstmals über CHF 3.7 Mia.
- Antrag auf Dividendenerhöhung auf CHF 13.– (VJ CHF 12.–)



Vorausschauende Nachfolgeregelungen



Verwaltungsrat

- Thomas Grüter nominiert
- Dominik Bürgy *nominiert*

Austritt auf GV 2021 von Christian Arnold und Niklaus Meier



Konzernleitung

- Matthias Kunz, EVP Americas
 Übergabe ab 2022 an
- Jonas Leu, *Deputy EVP Americas*





Agenda

1. BegrüssungKonrad Graber, Verwaltungsratspräsident

2. Strategieumsetzung Urs Riedener, CEO

- 3. Performance 2020 Ricarda Demarmels, CFO
- 4. Ausblick
 Urs Riedener, CEO
- **5. Q&A**Urs Riedener, CEO | Ricarda Demarmels, CFO



WILLKOMMEN

«Das erfreuliche Geschäftsergebnis bestätigt uns darin, unseren strategischen Kurs konsequent fortzusetzen und unser bewährtes Geschäftsmodell mit einem diversifizierten Produkte- und Länderportfolio sowie krisenresistenten Markenkonzepten weiter auszubauen.

Dass es uns gelungen ist, in diesem aussergewöhnlichen Jahr weiter profitabel zu wachsen, ist auch Beleg für das grosse Engagement unserer Mitarbeitenden und die Resilienz unserer Organisation.

Da unser langfristiger Erfolg eng mit der Natur verknüpft ist, haben wir uns zudem verpflichtet, unseren CO₂-Fussabdruck nicht nur weiter zu reduzieren, sondern diese Ambition auf unsere gesamte Wertschöpfungskette auszuweiten und auf einen Netto-Null-Reduktionspfad einzuschwenken.»

Urs Riedener, CEO Emmi



Leistungsausweis in schwierigem Umfeld

Diversifiziertes Geschäftsmodell bewährt sich

- Mitarbeitende & Geschäft geschützt: in der Schweiz und international
- Portfolio-, Kategorie- & Channel-Mix bestehen Corona-Stresstest
- Lokale Verankerung in der Wertschöpfungskette und Agilität der Organisation als Wettbewerbsvorteil

Starke Performance

- Breit abgestütztes Umsatzwachstum von 6.1 %, organisch 1.9 %
- Bereinigter EBIT von CHF 271.2 Mio., bereinigte EBIT-Marge auf 7.3 % gestiegen
- Wichtigste Marken, strategische Nischen und Emerging Markets als Wachstumstreiber

Strategisch auf Kurs

- Fortschreibung des strategischen Wachstumskurses
- Weitere Ausdehnung der Nachhaltigkeitsziele Vision netZERO 2050
- Verhalten optimistischer Ausblick f
 ür 2021





Gutes organisches Umsatzwachstum von 1.9 %

CHF 3'706 Mio. Nettoumsatz

Gesamtwachstum: +6.1 %

Organisches Wachstum: +1.9 %

Akquisitorisches Wachstum: +8.7 %

Währungseffekt: -4.5 %

Finanzielle Stärke

0.42x Nettoverschuldung/EBITDA 31. Dezember 2019: 0.25x Dividendenantrag von CHF 13.-

CHF 256.6 Mio.

(bereinigt CHF 271.2 Mio.) EBIT-Marge 6.9 % (bereinigt: 7.3 %) Vorjahr (angepasst): 7.0 %

CHF 188.4 Mio.

Reingewinn

(bereinigt CHF 202.6 Mio.)

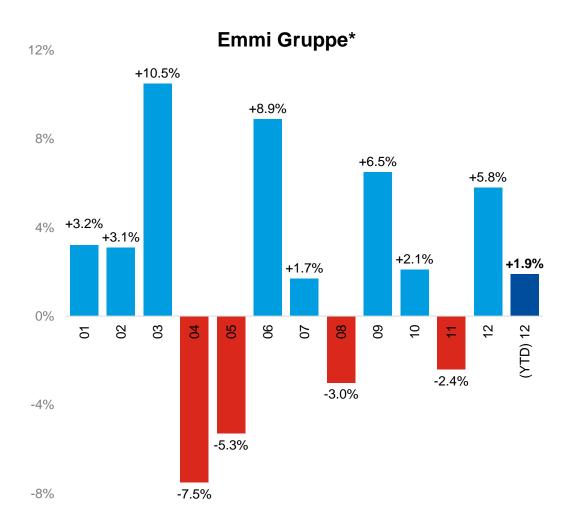
Marge: 5.1 % (bereinigt: 5.5 %)

Vorjahr (angepasst): 5.6 %





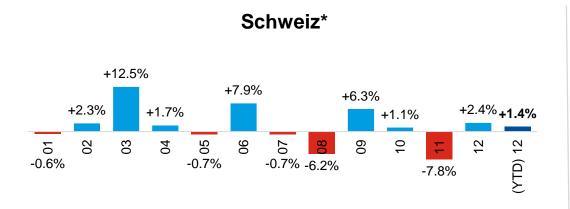
Hohe monatliche Volatilität (1/2)

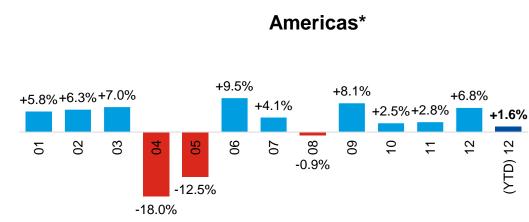


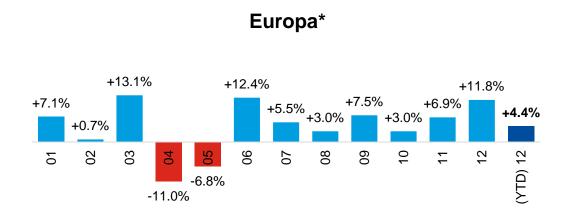
- Guter Start ins Jahr 2020
- Ganzjährig ungewöhnlich hohe Volatilität mit organischen Umsatzverlusten in vier von zwölf Monaten
- Umsatzspitze im März (+10.5 %), vor allem dank einmaliger Bevorratungseffekte
- Umsatzeinbruch im April (-7.5 %) und Mai (-5.3 %) getrieben von Gesellschaften mit hohem Food-Service-Anteil
- Insgesamt ein gutes organisches Wachstum von +1.9 % für das Gesamtjahr
- Hohe Volatilität und geringe Planbarkeit werden sich zumindest im ersten Halbjahr 2021 fortsetzen



Hohe monatliche Volatilität (2/2)









Import von Milchprodukten wächst stark

Milchimporte in die Schweiz*



*In. Mio Vollmilchäquivalent, inkl. verarbeitete Produkte



Unsere Antwort auf COVID-19

Chancen im Blick behalten

Gesundheit von Mitarbeitenden und Geschäft schützen

Care: Gesundheit unserer Mitarbeitenden schützen

Continuity: Betrieb & Lieferfähigkeit aufrechterhalten

Cash: Liquidität, starke Bilanz & Synergien sichern

Chances: Opportunitäten am Markt nutzen, wertschaffende Investitionen tätigen



Highlights 2020



IV-Award als integrativer Arbeitgeber und für die Eingliederung von Menschen mit Beeinträchtigungen



Erweiterung des Kaltbach Sortiments um dritte berühmte Schweizer Käsespezialität



Lancierung der Marke «beleaf» in der Schweiz und in UK & Deutschland im Juni



Emmi Dessert Italia mit Relaunch ihres Kernsortiments im Glas für besondere Gelegenheiten



Erweiterung und Co-Branding des Protein-Sortiments



Erster Emmi Nachhaltigkeitstag sensibilisiert & engagiert gruppenweit und extern

JAN

FEB

MÄR

APR

MAI

JUN



Highlights 2020



Wachstum im
Ziegenmilchgeschäft
in den USA mit
Butter und neuen
Formaten



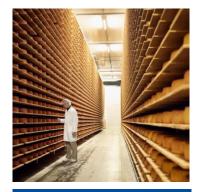
Emmi Caffè Latte: natürliche Zutaten, frisch gebrühter Kaffee und Schweizer Milch



Go-live der Emmi Kaltbach online Boutique



Eigene Präsenz im US-Dessertmarkt, Umfirmierung von Indulge Dessert in Emmi Dessert USA



Investition von CHF 50 Mio. in unsere Gründungsstätte in Emmen & die Zukunft der Schweizer Käseherstellung



Inbetriebnahme der weltweit ersten H₂-betriebenen Null-Emmissions-LKWs*

JUL

AUG

SEP

OKT

NOV

DEZ



Strategischer Fokus bewährt sich

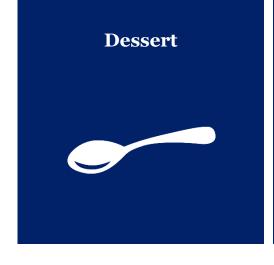
Strategische Pfeiler

Strategische Nischen

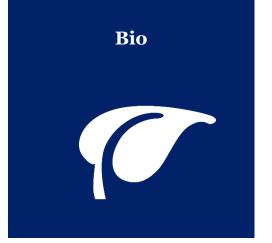














Konsequente und agile Umsetzung

Starker Heimmarkt









































Profitables Wachstum in Nischen

Strategische Nischen







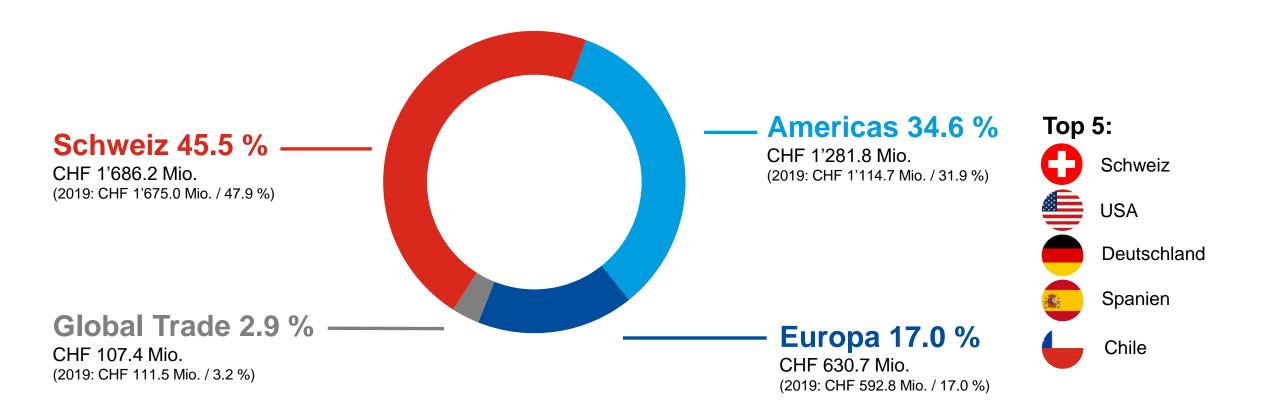








Nettoumsatz nach Divisionen (1/2)





Nettoumsatz nach Divisionen (2/2)

Schweiz

Nettoumsatz CHF 1'686.2 Mio. organisch +1.4 %, Food Service -33 % (FS-Anteil 16 % im 2019)

Americas

Nettoumsatz CHF 1'281.8 Mio. organisch +1.6 %, Food Service -28 % (FS-Anteil 26 % im 2019)

Europa

Nettoumsatz CHF 630.7 Mio. organisch +4.4 %, Food Service -26 % (FS-Anteil 8 % im 2019)

Gruppe

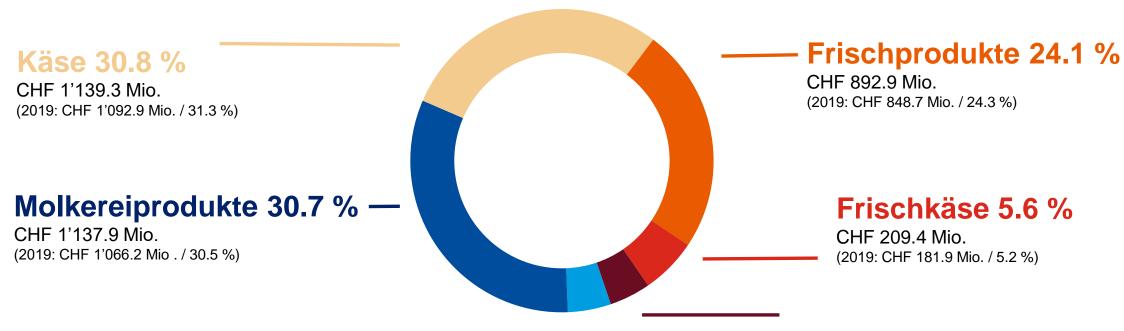
Nettoumsatz CHF 3'706.1 Mio. organisch +1.9 %, Food Service -30 % (FS-Anteil 18 % im 2019)



Nettoumsatz CHF 107.4 Mio. organisch -1.9 %



Nettoumsatz nach Produktgruppen



Übrige Produkte/Dienstleistungen 4.8 %

CHF 179.4 Mio. (2019: CHF 177.0 Mio. / 5.1 %)

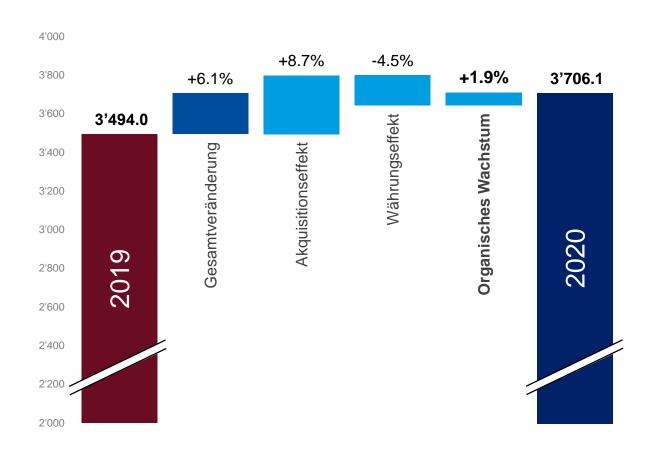
Pulver/Konzentrate 4.0 %

CHF 147.2 Mio. (2019: CHF 127.3 Mio. / 3.6 %)



Breit abgestütztes Umsatzwachstum

Nettoumsatz Konzern in CHF Millionen

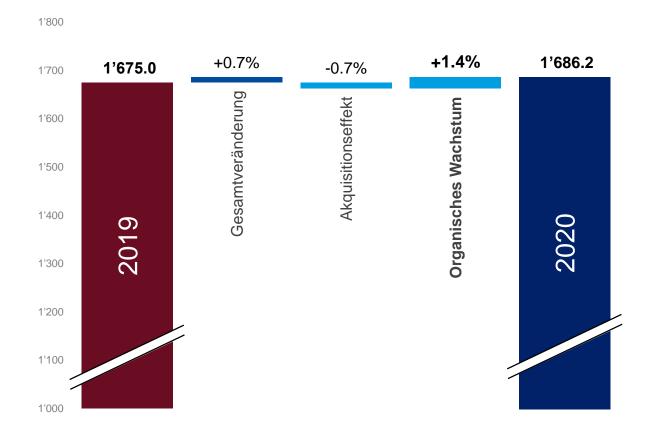


- Solides Wachstum in der Schweiz trotz unterdurchschnittlicher Marktentwicklung von Schweizer Milchprodukten
- Wachstumsmärkte Chile, Brasilien und Tunesien kompensieren Corona-bedingt stockendes Nordamerikageschäft; konsumstützende staatliche Massnahmen greifen
- Starkes Wachstum in europäischen Schlüsselmärkten dank gut positionierter Markenkonzepte und hoher Nachfrage nach Bio-Milchprodukten
- Anhaltendes Wachstum von Emmi Caffè Latte, vor allem in der Schweiz, in Grossbritannien, Österreich, Deutschland und in Spanien
- Deutliche Corona-bedingte Kanal- und Konsumverschiebung



Gutes Wachstum trotz Importdruck

Nettoumsatz Division Schweiz in CHF Millionen



Molkereiprodukte

Umsatz CHF 682.9 Mio., -0.5 % (org. -0.1 %)

- Starkes Wachstum im ersten Halbjahr aufgrund hoher Nachfrage im Detailhandel und Milchpreiseffekt
- Deutliche Abschwächung im zweiten Halbjahr durch Normalisierung im Detailhandel und Akzentuierung Corona-bedingter Auswirkungen im Food-Service-Bereich sowie bei Industriekunden

Käse

Umsatz CHF 434.2 Mio., +1.7 % (org. +2.4 %)

- Erfreuliche Entwicklung dank Le Gruyère AOP sowie starken Markenkonzepten wie Kaltbach, Luzerner Rahmkäse, der Scharfe Maxx oder Le Petit Chevrier
- Deutlich gestiegene K\u00e4seimporte hemmen das Umsatzwachstum

Frischprodukte

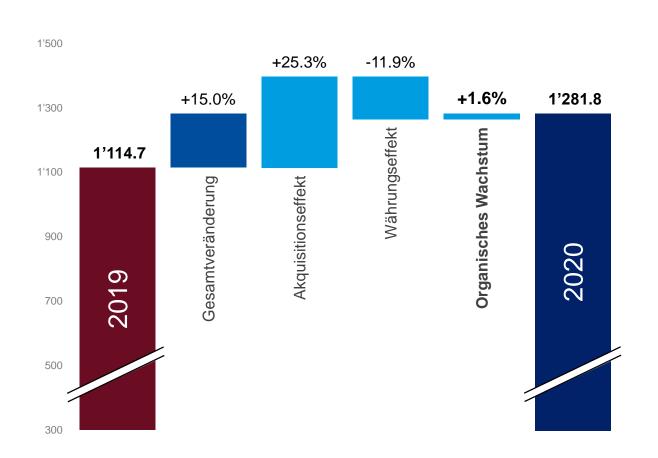
Umsatz CHF 341.3 Mio., +1.6 % (org. +2.0 %)

- Wachstumstreiber Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk
- Convenience-Produkte im zweiten Halbjahr mit abgeschwächtem Wachstum aufgrund Corona-bedingt eingeschränkter Mobilität
- Anstieg der Nachfrage nach Jogurts und Glace im Retailgeschäft



Food-Service-Einbruch drosselt Wachstum

Nettoumsatz Division Americas in CHF Millionen



Käse

Umsatz CHF 527.1 Mio., +6.8 % (org. -0.9 %)

- Umsatzrückgang durch Corona-bedingte Einschränkungen wie geschlossene Verkaufslokale, Käsetheken und Restaurants
- Zuwachs mit aus der Schweiz importiertem K\u00e4se (unter anderem Kaltbach) in die USA

Molkereiprodukte Umsatz CHF 353.4 Mio., +24.8 % (org. +12.3 %)

 Corona-bedingt höhere Nachfrage nach Basisprodukten in Tunesien und Chile als Haupttreiber für das hohe organische Wachstum

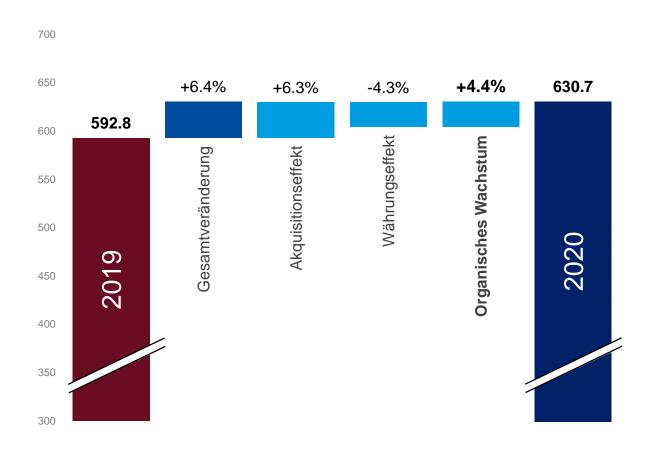
Frischprodukte Umsatz CHF 226.1 Mio., +11.5 % (org. -2.7 %)

- Rückgang in Kalifornien, Tunesien und Chile wiederum primär Corona-bedingt (Food-Service-Geschäft bzw. eingeschränkte Mobilität im Allgemeinen)
- Positive Beiträge durch Emmi Caffè Latte in Spanien sowie durch den Einstieg ins Jogurt-Geschäft in Brasilien



Markenprodukte und Bio überzeugen

Nettoumsatz Division Europa in CHF Millionen



Frischprodukte

Umsatz CHF 289.6 Mio., +6.7 % (org. +3.5 %)

- Erfreuliches Wachstum von Emmi Caffè Latte in Grossbritannien, Österreich und Deutschland
- Positive Entwicklung von Onken Jogurts in Grossbritannien
- Italienische Dessertspezialitäten waren weiterhin Wachstumstreiber, entwickelten sich je nach Absatzkanal aber unterschiedlich

Käse

Umsatz CHF 129.2 Mio., +6.7 % (org. +9.0 %)

 Positive Entwicklung bei Kaltbach, Fondue und Schweizer Sortenkäse in den Niederlanden, Deutschland und Grossbritannien

Molkereiprodukte Umsatz CHF 99.0 Mio., +6.6 % (org. +8.0 %)

 Starkes organisches Wachstum bei der Gläsernen Molkerei in Deutschland dank erhöhter Nachfrage nach Bio-Molkereiprodukten



Fokussierter Portfolio-Ausbau





Erfolgreiche Transformation

International führendes Unternehmen für Premium-Milchprodukte

#1





















#1

Nationales

Molkereiunternehmen & Export



FROMALP



127





Redwood Hill Farm

J.L.FREEMAN SEC.







Taste it



















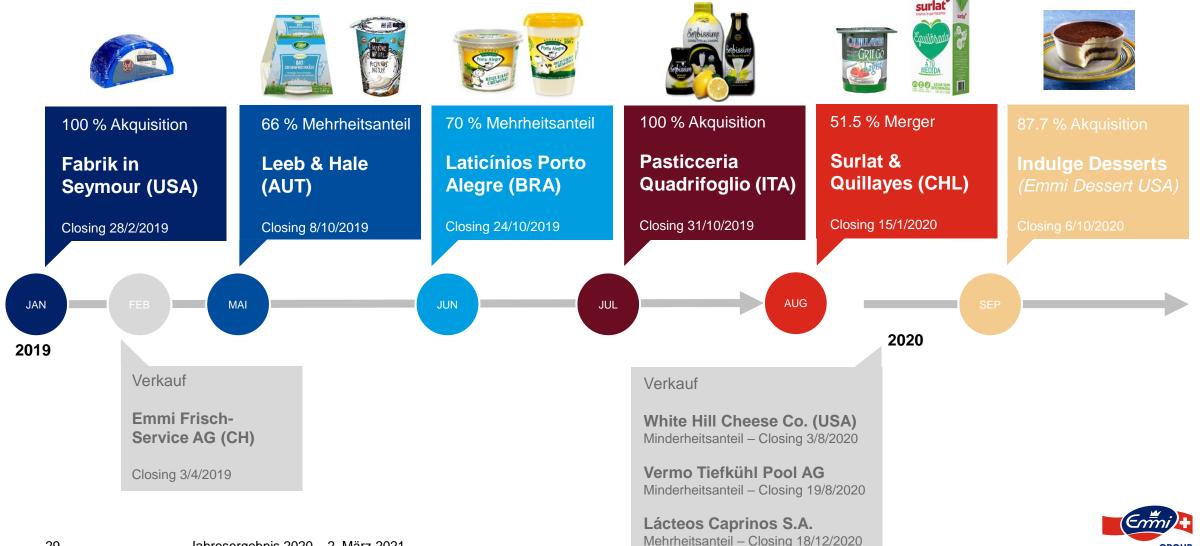






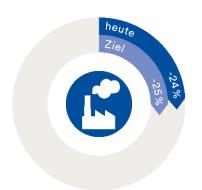


Fokussierte M&A-Strategie stärkt Portfolio





Gute Fortschritte bei unseren 2020-Zielen



Treibhausgase reduzieren

Co₂-Ausstoss um **24 %*** reduziert (vs 2014)

- Wasserstoff-LKW in der Schweiz
- Klimaneutrale Kälteanlage in Mexiko



31



Nachhaltige Milch

83 % unserer Lieferanten in der Schweiz erfüllen den swissmilk green-Standard (= 93 % im Volumen)

- Förderstiftung für Milchbauern in Tunesien
- 6 000 Emmi Milchbauern in der Schweiz



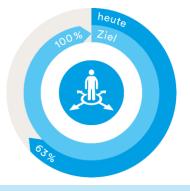


Verschwendung vermeiden

Nahrungsmittelverluste um **11 %***, Abfall um **10 %*** gesenkt (vs 2017)

- Verzicht auf Stülpdeckel
- Sleeve von Emmi Caffè Latte von Polystyrol auf PET umgestellt





Mitarbeitende entwickeln

63 %* unserer Mitarbeitenden mit einem Entwicklungsplan

- 82 % Schlüsselstellen intern besetzt
- Internationales «Management Practice»-Programm
- Internationales Trainee-Programm



Neue Ambitionen mit Horizont 2027









100 % der globalen Milchlieferanten von Emmi produzieren nach überdurchschnittlichem lokalen Standard

Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards



100 % der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan

50 % aller offenen Stellen durch interne Kandidaten besetzt



60 % Reduzierung der Emissionen am eigenen Standort (Scope 1 & 2 vs 2014)

25 % Reduzierung der Emissionen in der Lieferkette (*Scope 3 vs 2019*)

Vision netZERO 2050



50 % Reduzierung von Müll und Lebensmittelabfällen (vs 2017)

0 % Abfälle in Deponien

100 % Recycelbare Verpackungen



50 % Reduzierung des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten *(vs 2019)*

15 % Reduzierung des eigenen Wasserverbrauchs in Nicht-Risikogebieten *(vs 2019)*

Reduzierter Wasserverbrauch in der Wertschöpfungskette



Die nächste Generation im Blick



Farm-to-Fork – Wir übernehmen Verantwortung in der gesamten Wertschöpfungskette.



Reduktion von Scope-3-Emissionen, zusammen mit Lieferanten



Wasserreduktion beim Anbau relevanter Rohstoffe, zusammen mit Lieferanten



Nachhaltigere Milchproduktion weltweit, zusammen mit Lieferanten



Vision netZERO 2050 – Validierung unserer Emissionsreduktionsziele durch Science Based Target-Initiative.



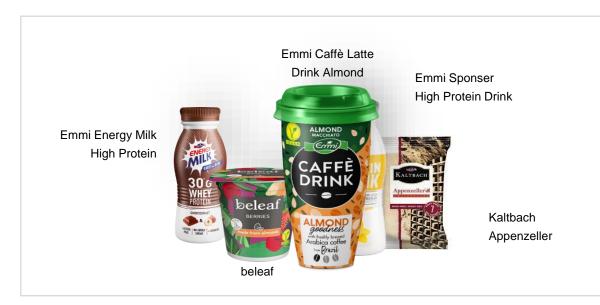
Unseren Energieverbrauch weiter reduzieren

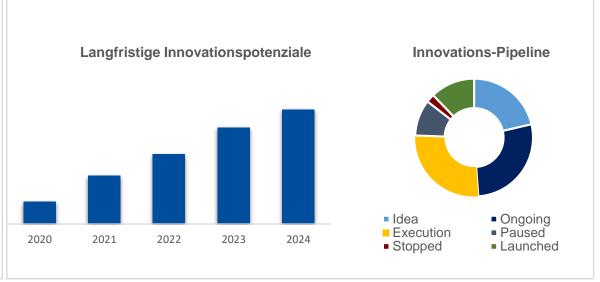
Anteil an erneuerbarer Energie auf 100 % steigern





Impulse & Wachstum mit Innovationen





Emmi Innovations-Funnel

Innovationsprozess & -Pipeline auf strategische Wachstumsfelder ausgerichtet

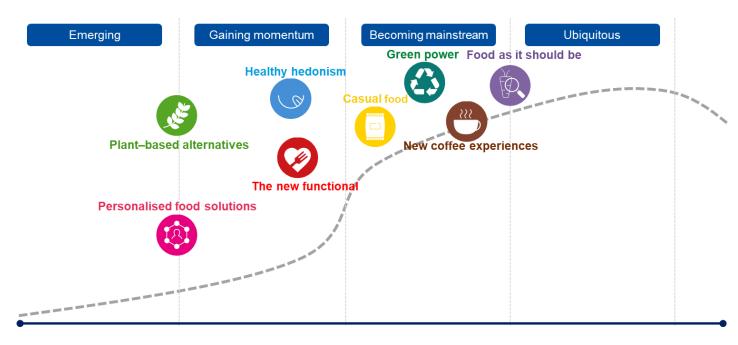
Globale Innovations-Pipeline

Globales Tracking von Potenzial und Status aller Innovationen



Megatrends in Wachstumsfelder verwandeln







The new coffee experience



Nr. 1 in Europa*

Weitere Verankerung der Marke





The new coffee experience





Ausbau des Produketportfolios

Special Editions für besondere Geschmackserlebnisse

«Double Zero»: Bestseller ohne Zucker und Süssstoffe

Ausbau des pflanzenbasierten Sortiments mit Schweizer Hafermilch



Plant-based



Know-how

20 Jahre Kompetenz bei der Produktion pflanzenbasierter Alternativen zu Milch, Jogurt, Getränken, Käse und Desserts





Plant-based





Portfolio-Ausbau

Lancierung von beleaf in der Schweiz

Erste Listungen in UK und Deutschland









Food as it should be



Pur(e) Jogurts

Pure Natur, ohne Zusatzstoffe

Neu: Nur mit Frucht und Datteln gesüsst



Food as it should be



100 % natürlich

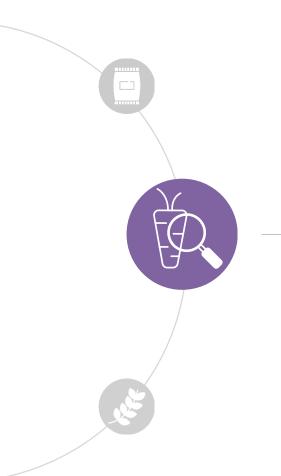
Emmi Caffè Latte besteht nur aus 2 bis 3 Zutaten: Milch, Kaffee und teils etwas Zucker, hergestellt in einem selbstentwickelten, patentierten Prozess

«Clean Label» für unser gesamtes Fondue-Markensortiment (weltweit einzigartig)





Food as it should be



Bio

Aufschwung unseres Bio-Sortiments in all unseren Märkten





Healthy Hedonism



Wachstumsgeschichte einer Kategorie

Kategoriewachstum mit bestehenden Kunden

Neue Märkte, neue Kanäle, neue Angebotsformen

Synergien







Starke EBIT-Entwicklung

in CHF Millionen	2020	2020 (bereinigt) ¹⁾	2019 (angepasst) ²⁾	∆ in %/ bps
Nettoumsatz	3'706.1	3'706.1	3'494.0	6.1
Bruttogewinn	1'349.7	1'349.7	1'266.6	6.6
in % des Nettoumsatzes	36.4	36.4	36.3	+17 bps
Total Betriebsaufwand	-977.9	-963.3	-920.6	4.6
in % des Nettoumsatzes	26.3	26.0	26.4	-36 bps
EBITDA	376.3	390.9	352.9	10.8
in % des Nettoumsatzes	10.2	10.5	10.1	+45 bps
Abschreibungen und Amortisationen	-119.7	-119.7	-110.0	8.8
EBIT	256.6	271.2	243.2	11.5
in % des Nettoumsatzes	6.9	7.3	7.0	+36 bps

- Einmaliger Sondereffekt von CHF 14.6 Millionen aus dem Verkauf der Lácteos Caprinos im 2020
- Gute Margenentwicklung trotz Corona-bedingtem Trend hin zu Basisprodukten dank Rationalisierungs und Produktivitätssteigerungsmassnahmen sowie Fokussierung und Stärkung des Produkteund Gesellschaftsportfolios
- Deutliche Steigerung des (bereinigten) EBIT nicht zuletzt durch intensiviertes Kostenmanagement im Lichte der vielen Unsicherheiten im 2020; Rückkehr zu «normalisiertem» Investitionslevel 2021 ff.



¹⁾ Bereinigt um den Verlust aus dem Verkauf der Lácteos Caprinos S.A.

²⁾ Vorjahreswerte angepasst aufgrund der Änderung der Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze für Goodwill

Wirksames Kostenmanagement

in CHF Millionen	2020	2020 (bereinigt) ¹⁾	2019 (angepasst) ²⁾	∆ in % / bps
Personalaufwand	493.8	493.8	462.4	6.8
in % des Nettoumsatzes	13.3	13.3	13.3	+9 bps
Marketing- und Verkaufsaufwand	127.0	127.0	129.9	-2.2
in % des Nettoumsatzes	3.4	3.4	3.7	-29 bps
Raumkosten, URE, Leasing	76.8	76.8	68.2	12.6
in % des Nettoumsatzes	2.1	2.1	1.9	+12 bps
Energie und Betriebsmaterialien	75.4	75.4	71.9	4.9
in % des Nettoumsatzes	2.0	2.0	2.1	-2 bps
Logistikaufwand	115.5	115.5	112.8	2.4
in % des Nettoumsatzes	3.1	3.1	3.2	-11 bps
Anderer Betriebsaufwand	89.4	74.8	75.4	-0.8
in % des Nettoumsatzes	2.4	2.1	2.2	-14 bps
Total Betriebsaufwand	977.9	963.3	920.6	6.2
in % des Nettoumsatzes	26.3	26.0	26.4	-36 bps

- Vorjahresvergleich beeinflusst durch starke Akquisitionseffekte sowie den Verlust aus dem Verkauf von Lácteos Caprinos
- Tieferer Marketing- und Verkaufsaufwand aufgrund einer stärkeren Fokussierung und zeitlichen Verlagerungen, beides primär Corona-bedingt
- Überproportionaler Anstieg bei Raumkosten, Unterhalt, Leasing grösstenteils bedingt durch seit Längerem geplante Unterhaltsprojekte in der Schweiz



¹⁾ Bereinigt um den Verlust aus dem Verkauf der Lácteos Caprinos S.A.

²⁾ Vorjahreswerte angepasst aufgrund der Änderung der Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze für Goodwill

Leicht tiefere bereinigte Reingewinnmarge

in CHF Millionen	2020	2020 (bereinigt) ¹⁾	2019 (angepasst) ²⁾	∆ in % / bps
EBIT	256.6	271.2	243.2	28.0
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesell- schaften und Gemeinschaftsorganisationen	-1.0	-1.0	2.3	-3.3
Finanzergebnis	-13.4	-13.4	-6.8	-6.6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	242.3	256.9	238.8	18.1
Ertragssteuern	-40.6	-41.0	-34.8	-6.2
Durchschnittlicher Steuersatz in % vom EBT	16.8	16.0	14.6	+140 bps
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	201.6	215.8	204.0	11.8
in % des Nettoumsatzes	5.4	5.8	5.8	-2 bps
Minderheitsanteile	-13.2	-13.2	-9.0	-4.2
Reingewinn	188.4	202.6	195.0	7.6
in % des Nettoumsatzes	5.1	5.5	5.6	-11 bps

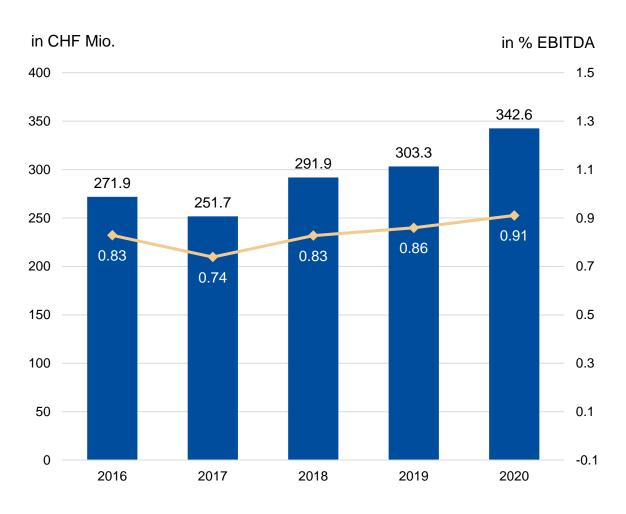
- Tieferes Ergebnis von assoziierten Gesellschaften primär aufgrund der konsolidierungswirksamen Beteiligungserhöhung in Brasilien im Oktober 2019
- Tieferes Finanzergebnis im Rahmen der Erwartungen aufgrund eines tieferen Währungsergebnis, tieferen Zins- und übrigen Finanzerträgen sowie höheren Bankspesen und Kreditkosten
- Leicht steigende Steuerquote im Rahmen der Erwartungen primär aufgrund positiver Einmaleffekte im Vorjahr
- Höhere Minderheitsanteile aufgrund erfolgreicher Entwicklung von Gesellschaften mit Minderheitsanteilen



¹⁾ Bereinigt um den Verlust aus dem Verkauf der Lácteos Caprinos S.A.

²⁾ Vorjahreswerte angepasst aufgrund der Änderung der Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze für Goodwill

Konstant hohe Cash Conversion



- Insgesamt deutlicher Anstieg des Geldflusses aus Betriebstätigkeit über die vergangenen Jahre
- Konstant hohe Cash Conversion (Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA)
- Geldfluss aus Betriebstätigkeit
 Operative Cash Conversion



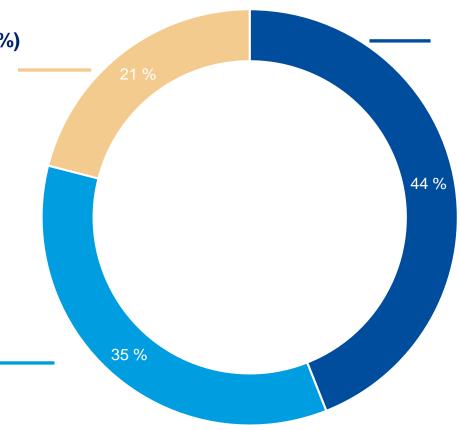
Wertschaffend in unsere Zukunft investieren

Rationalisierungsinvestitionen (VJ 18 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Ventilknoten und Kommandoraum (Dagmersellen, CH)
- Automatisierung Lagerprozesse (Moudon, CH)
- Produktionslinie für Käsebruch (Cypress Grove, USA)

Ersatzinvestitionen (VJ 47 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Sanierung Eiswasseranlage (Emmen, CH)
- UHT Abfüllanlage (Suhr, CH)
- Dachsanierung Produktion (Suhr, CH)



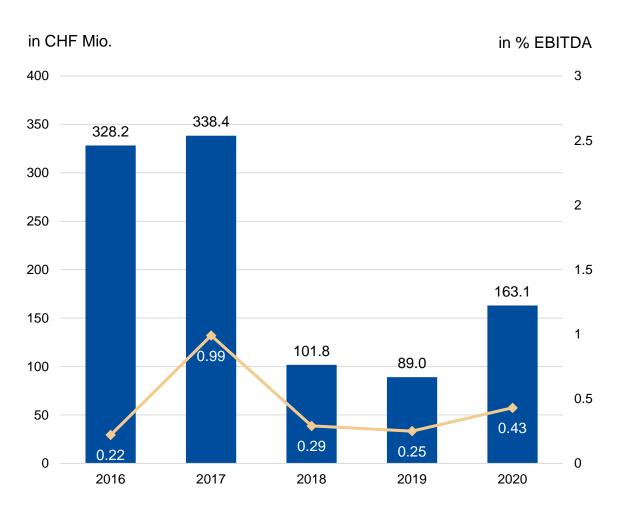
Wachstumsinvestitionen (VJ 35 %)

- Ziegenmilchpulverproduktion (Niederlande)
- Jogurt-Produktionsstätte (Brasilien)
- Warenlager (Mexiko)
- Abfüllanlagen für Dessert-Spezialitäten (Italien)
- Milchannahmecenter (Tunesien)
- Jogurt-Abfüllanlage (Tunesien)

Gesamtinvestitionen 2020: CHF 131.4 Millionen



Starke Bilanz und tiefe Verschuldung

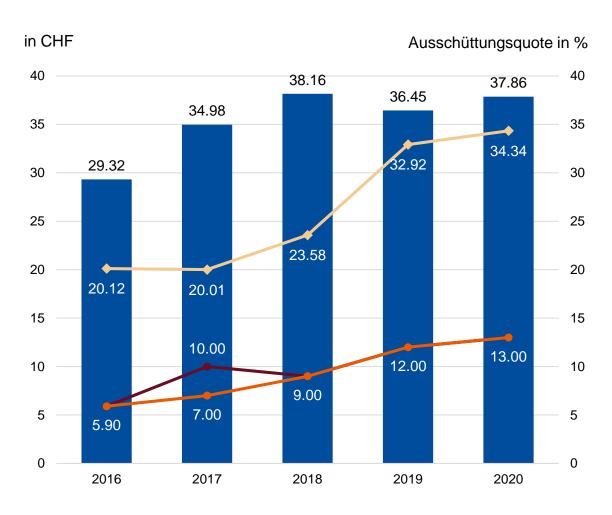


- Tiefe Verschuldungsrate von 0.43 im Verhältnis zum EBITDA
- Bilanz bietet Potenzial für weiteres Wachstum

Nettoverschuldung
Verschuldungsgrad



Kontinuierliche Steigerung der Dividende



Dividendenantrag FY 2020

Antrag an die Generalversammlung: Dividende von CHF 13.00 (Vorjahr: CHF 12.00; Steigerung um 8.3 %)

Kontinuierliche Steigerung der Dividende

Seit 2009 ist die Dividende von CHF 3.00 auf CHF 13.00 gestiegen.

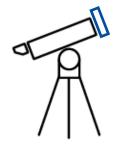
- Bereinigtes EPS (Vorjahre anepasst)
- Inklusive Sonderdividende
- Dividende
- Bereinigte Ausschüttungsquote in %





Ausblick

Schweiz



- Vollsortiment und breiter Channel-Mix kompensieren Schwankungen
- Innovation, Differenzierung und starke Markenkonzepte bleiben zentral
- Emmi Operational Excellence
- Zögerliche Erholung im Food Service
- Hohe Volatilität, Wiederbelebung des Einkaufstourismus und Preisdruck
- Hohe Schweizer Milchpreise begünstigen Importe

International

- Wachstum mit Trendkonzepten
 Desserts, Emmi Caffé Latte oder bei Emmi Roth
- Starke Präsenz in Emerging Markets organisch ausbauen BRA, CHI, MEX, TUN
- Anhaltendes Potenzial bei Nischenprodukten Desserts, Ziegenmilch- und Bioprodukte
- Partielle Erholung bei Food Service nutzen
- Volatile Märkte und makroökonomische Verwerfungen
- Exporte aus der Schweiz mit markanten Preiserhöhungen



Schwerpunkte für Emmi

- Mitarbeitende & Geschäft schützen
- Mit Innovationen Differenzierung schaffen
- Kraft des Emmi Netzwerks gezielt stärken & ausbauen
- Externen Unsicherheiten mit Kostenfokus und Agilität begegnen
- Nachhaltigkeitsambition schärfen



Stabiles organisches Wachstum mit leicht steigendem EBIT

Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	1.0 % bis 2.0 %
Umsatz Schweiz	-1 % bis -2 %
Umsatz Americas	4 % bis 6 %
Umsatz Europa	1 % bis 3 %
EBIT in CHF Millionen	275 bis 290
Reingewinnmarge	5.2 % bis 5.7 %

(Die Zahlen setzen eine rasche Erholung der COVID-19-Situation sowie konstante Wechselkurse und Rohmilchpreise voraus.)



Unveränderte Mittelfristprognosen

Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	2 % bis 3 %
Umsatz Schweiz	0 % bis 1 %
Umsatz Americas	4 % bis 6 %
Umsatz Europa	1 % bis 3 %
Reingewinnmarge	5.5 % bis 6.0 %





