



4. MÄRZ 2022

Emmi Jahresergebnis 2021



JAHRESERGEBNIS 2021

Weiterhin erfolgreich

Konrad Graber, Präsident des Verwaltungsrats

Zuverlässig erfolgreich

Robuste Strategie und starke Kultur

- Diversifiziertes Sortiments- und Länderportfolio
- Differenzierte und innovative Markenkonzeppte
- Agile, effiziente und lokal verankerte Organisation
- Kultur des Miteinanders

Nachhaltigkeit vorangetrieben

- Nachhaltigkeitsengagement Teil der Emmi DNA
- Blick auf kommende Generation (Emmi Purpose)

Respektables Ergebnis

- Konzernumsatz nahe CHF 4 Milliarden-Schwelle
- Proportionales Wachstum auf Stufe EBIT und Reingewinn
- Antrag auf Dividendenerhöhung: CHF 14.– (VJ CHF 13.–)



Weichenstellung in Aufsicht und Führung



Verwaltungsrat

- Werner Weiss *nominiert*
- Hubert Muff *nominiert*

*Austritt auf GV 2022 von Thomas Oehen
(Vizepräsident) und Franz Steiger*



Konzernleitung

- Jonas Leu, *EVP Americas*
seit 1. Januar 2022

*Matthias Kunz wechselt nach 20 Jahren als
Aktivmitglied und zuletzt EVP Americas in die
erweiterte Konzernleitung*

DIE BESTEN
MILCHMOMENTE
— SIND EMMI —
MOMENTE

Strategieumsetzung

Urs Riedener, CEO



Willkommen

«Wir haben 2021 erneut unter Beweis gestellt, dass unser Geschäftsmodell funktioniert und sich unsere klare strategische Ausrichtung bewährt – mit einem breit abgestützten Produkte- und Länderportfolio sowie innovationsstarken Marken und einer agilen, lokal verankerten Organisation. Dass es uns in diesem aussergewöhnlichen Jahr wiederum gelungen ist, unser Geschäft beharrlich weiter zu stärken und auch im Bereich Nachhaltigkeit weitere Fortschritte zu erzielen, erfüllt mich mit besonderer Genugtuung.

Um Emmi langfristig erfolgreich weiterzuentwickeln und unser Geschäft noch klarer auf künftiges Wachstum auszurichten, schärfen wir aufbauend auf unseren Stärken unsere Strategie und verbinden damit auch die Einführung eines Emmi Purpose. Dieser steht für unsere Leidenschaft, hochwertige Milchprodukte und Spezialitäten mit Respekt für Natur und Mensch sorgsam herzustellen und so auch für kommende Generationen einzigartige Genussmomente zu kreieren.»

Urs Riedener, CEO Emmi Gruppe

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN**

Agenda

1. Strategieumsetzung

Urs Riedener, CEO

2. Performance 2021

Ricarda Demarmels, CFO

3. Ausblick

Urs Riedener, CEO

4. Q&A

Konrad Graber, VRP | Urs Riedener, CEO | Ricarda Demarmels, CFO



Starkes Gesamtergebnis 2021

Kontinuierlicher Fortschritt, konsequente Investitionen in die Zukunft

- Starkes organisches Wachstum von 3.6 % (VJ: 1.9 %)
EBIT steigt auf CHF 284.1 Mio., EBIT-Marge konstant bei 7.3 % trotz stark steigenden Inputpreisen
- Gutes Momentum mit differenzierten Markenkonzepten, in Auslandsmärkten und in strategischen Nischen
Schweizer Geschäft nach pandemiebedingtem Zuwachs im VJ wie erwartet leicht rückläufig
- Gezielte Portfolioentwicklung und Stärkung bestehender Marktpositionen
Übernahme Athenos-Geschäft (USA), erfolgreiche Etablierung & Einbindung von Emmi Dessert USA

Gelebte Nachhaltigkeit

- Emmi Nachhaltigkeitsmodell: kontinuierliche Fortschritte auf breiter Front
U.a. weitere Integration in Kultur & Prozesse, Verbesserung beim CDP Kima-Rating

Stärken gezielt ausbauen und ambitioniert weiterentwickeln

- Schärfung der Emmi Strategie entlang bestehender Stärken, Einführung eines Emmi Purpose

Vorsichtig optimistischer Ausblick für 2022

- Anhaltende Unsicherheiten; weiter steigende Inputkosten und Inflation

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN**



Konstant zuverlässige Performance

CHF 3'911.9 Mio.

Nettoumsatz (Vorjahr: CHF 3'706.1 Mio.)

Organisches Wachstum: 3.6 %

CHF 284.1 Mio. (+4.8 %)

EBIT (Vorjahr bereinigt¹⁾: CHF 271.2 Mio.)

EBIT-Marge: 7.3 % (Vorjahr bereinigt¹⁾: 7.3 %)

Finanzielle Stärke

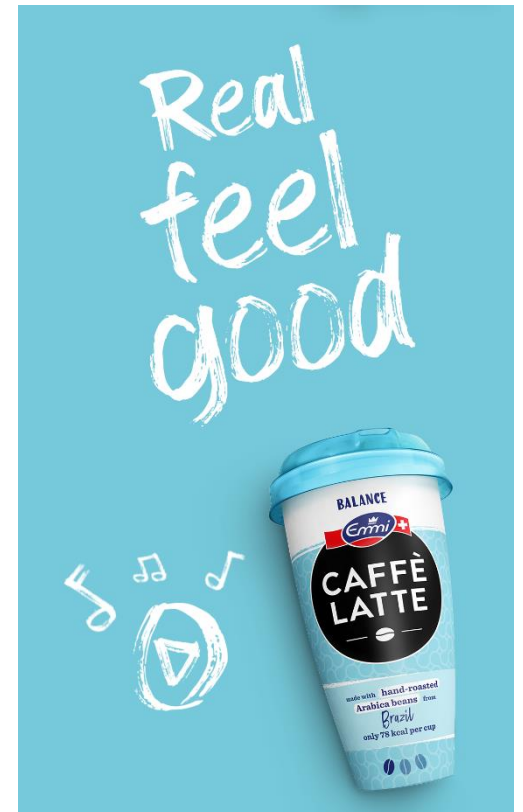
0.99x Nettoverschuldung/EBITDA

31. Dezember 2020: 0.43x

CHF 216.7 Mio. (+7.0 %)

Reingewinn (Vorjahr bereinigt¹⁾: CHF 202.6 Mio.)

Reingewinn-Marge: 5.5 % (Vorjahr bereinigt¹⁾: 5.5 %)



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

Stetige Langfristperformance

in CHF Millionen	2021	2020 ¹⁾	2019	2018 ²⁾	2017
Nettoumsatz	3'911.9	3'706.1	3'494.0	3'457.4	3'364.3
Organisches Umsatzwachstum in %	3.6	1.9	2.2	2.3	0.5
EBITDA	394.7	390.9	352.9	352.8	340.7
in % des Nettoumsatzes	10.1	10.5	10.1	10.2	10.1
EBIT	284.1	271.2	243.2	240.7	228.3
in % des Nettoumsatzes	7.3	7.3	7.0	7.0	6.8
Reingewinn	216.7	202.6	195.0	204.2 ²⁾	187.2
in % des Nettoumsatzes	5.5	5.5	5.6	5.9	5.6
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per 31.12.	9'230	8'664	7'826	6'151	6'147

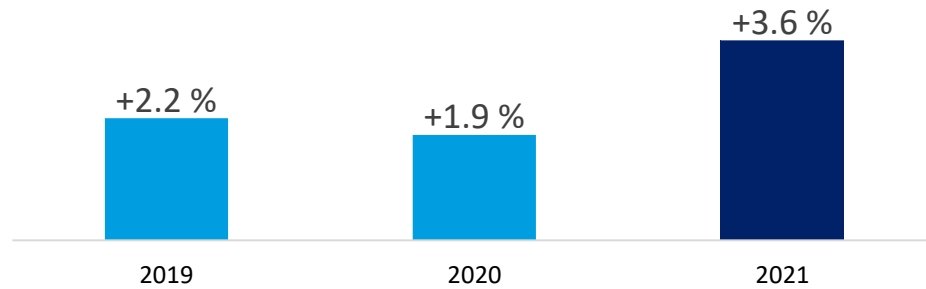
1) Bereinigt um den Verlust aus dem Verkauf der Lácteos Caprinos S.A.

2) Bereinigt um den Gewinn aus dem Verkauf des Minderheitsanteils an der Icelandic Milk and Skyr Corporation «siggi's».

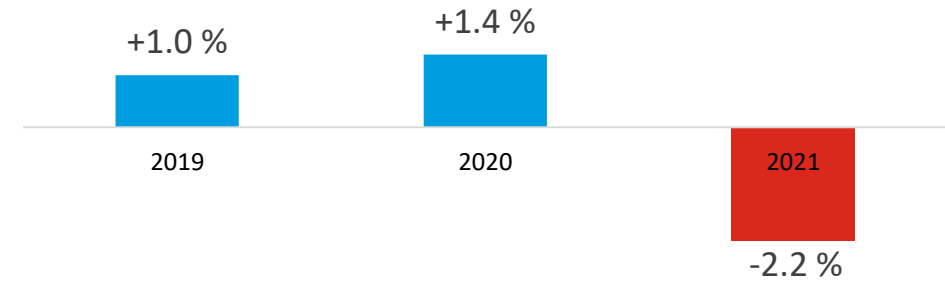


Starkes internationales Wachstum

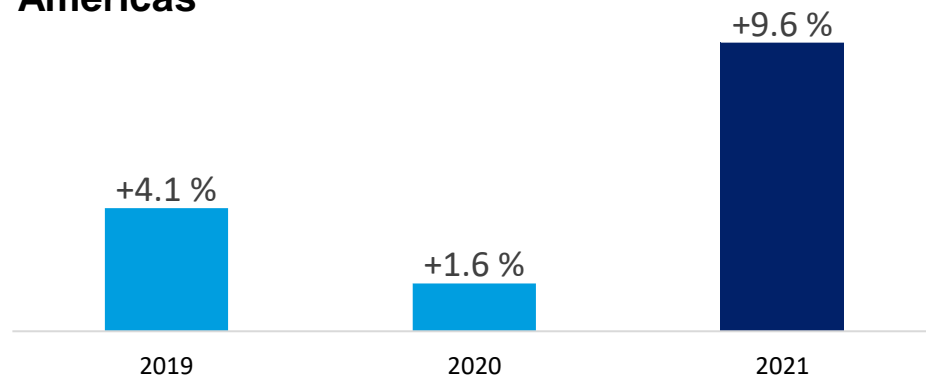
Gruppe*



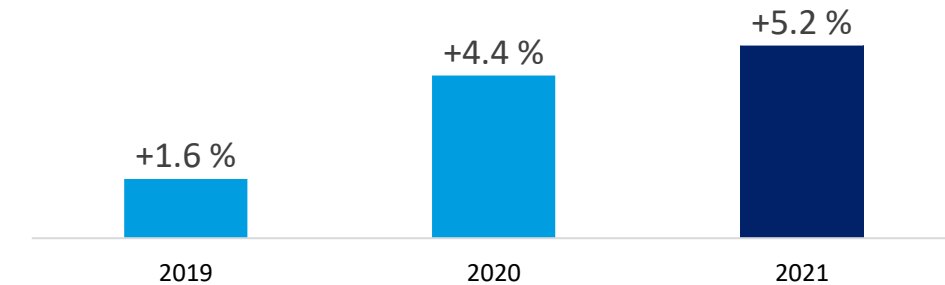
Schweiz*



Americas*



Europa*



Ein Jahr der Verwerfungen



Inflationsdruck*

DEZ 2021

- USA: 7.0 %
- EU: 5.1 %
- CH: 1.5 %



Inputkosten

- Preise teilw. massiv über Langzeittrend
- Rohwaren & Verpackung
- Energie & Logistik



Lieferketten

- Preise für Fracht und Container im Langzeithoch
- Volatile und eingeschränkte Kapazitäten



Covid-19

- Rückkehr zur Normalität verzögert (*Omikron*)
- Massive Verwerfungen bis hin zu Lockdowns



Arbeitsmarkt

- Angespannte Verfügbarkeit insb. in USA
- Negative Lohnkostenentwicklung

Globaler Supply Chain-Index



* Quelle: New York FED Index

* Quelle: The Economist Intelligence Unit – Vergleichswerte zu Vorjahresperiode



Highlights 2021 (1/2)



Wachstum in Brasilien

Neue Milchpulverfabrik als Basis für weiteres Wachstum und Stärkung der regionalen Position



Nachhaltigkeitsmodell

Gesamtansatz mit wertschaftsbasierten Zielsetzungen (SBTi*), Vision netZERO 2050 und SDGs

**Science Based Targets-Initiative*



«beleaf» & Swissness

Mit Schweizer Hafer mehr regionale Wertschöpfung und reduzierter ökologischer Fussabdruck



Quillayes Surlat

Bündelung der Aktivitäten und Intensivierung der Wachstumsambitionen als Nr. 4 im chilenischen Milchmarkt



Dessertkompetenz

Stärkung des Emmi Dessertnetzwerks, Aufbau eines Fertigungs- & Innovations-Hub



Neue Käserei Emmen

CHF 50-Mio.-Investition in eine moderne und ressourcenschonende Herstellung von Schweizer Käse



Highlights 2021 (2/2)



Nachhaltige Energie

Sonnenergie ergänzt in Emmen die seit 2009 genutzte Holzschnitzelheizung.



«AOP Ökokäse»-Netzwerk

Solarstrom in Kaltbach, der Emmentaler AOP Käserei und vermehrt auch bei den lokalen Milchlieferanten



Kreisläufe schliessen

Erste Becher mit Rezyklatanteil im Kühlregal (UK)



Fünfmal Gold

Emmi Spezialitätenkäse triumphieren 5x – u.a. der höhlengereifte Kaltbach Rahmkäse.



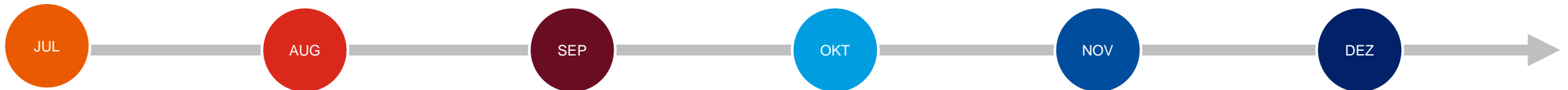
Nr. 1 im US-Feta-Markt

Übernahme des Feta-Geschäfts von Athenos: Stärkung der Position im US-Markt und im wichtigen Segment Spezialitätenkäse.



Lieferantin des Jahres

McDonald's kürt Emmi zum «Supplier of the Year 2021» mit einem Ergebnis von bislang unerreichten 100 %.



Innovationen in Wachstumsfeldern



Holistic Health



Casual food



Plant-based alternatives



New coffee experiences



Food as it should be



Balanced Indulgence



New Channels & Business Models



Green power



Nettoumsatz nach Divisionen

Nettoumsatz Gruppe CHF 3'911.9 Mio.

2020: CHF 3'706.1 Mio.

Schweiz 42.2 %

Nettoumsatz CHF 1'649.8 Mio.

2020: CHF 1'686.2 Mio. / 45.5 %

Americas 37.8 %

Nettoumsatz CHF 1'478.7 Mio.

2020: CHF 1'281.8 Mio. / 34.6 %

Global Trade 3.1 %

Nettoumsatz CHF 121.4 Mio.

2020: CHF 107.4 Mio. / 2.9 %

Europa 16.9 %

Nettoumsatz CHF 662.0 Mio.

2020: CHF 630.7 Mio. / 17.0 %

Top 5 Märkte:



Schweiz



USA



Deutschland



Italien



Spanien

Umsatzwachstum nach Divisionen



Schweiz

Organisch -2.2 % 2020: +1.4 %

Food Service-Anteil 9 % (2021), FS org. -2 % (vs. 2020) bzw. -35 % (vs. 2019)

Americas

Organisch +9.6 % 2020: +1.6 %

FS-Anteil 19 % (2021), FS org. +23 % (vs. 2020) bzw. -2 % (vs. 2019)

Europa

Organisch +5.2 % 2020: +4.4 %

FS-Anteil 5 % (2021), FS org. +12 % (vs. 2020) bzw. -18 % (vs. 2019)

Gruppe

Organisch +3.6 % 2020: +1.9 %

FS-Anteil 12 % (2021), FS org. +12 % (vs. 2020) bzw. -18 % (vs. 2019)

Global Trade

Organisch +11.5 % 2020: -1.9 %

FS-Anteil 16 % (2021), FS org. +20 % (vs. 2020) bzw. -20 % (vs. 2019)

Nettoumsatz nach Produktgruppen

Käse 30.0 %

CHF 1'173.2 Mio.

2020: CHF 1'139.3 Mio. / 30.8 %

Molkereiprodukte 29.3 %

CHF 1'147.7 Mio.

2020: CHF 1'137.9 Mio. / 30.7 %

Übrige Produkte/Dienstleistungen 4.9 %

CHF 190.2 Mio.

2020: CHF 179.4 Mio. / 4.8 %

Frischprodukte 26.4 %

CHF 1'032.3 Mio.

2020: CHF 892.9 Mio. / 24.1 %

Frischkäse 5.4 %

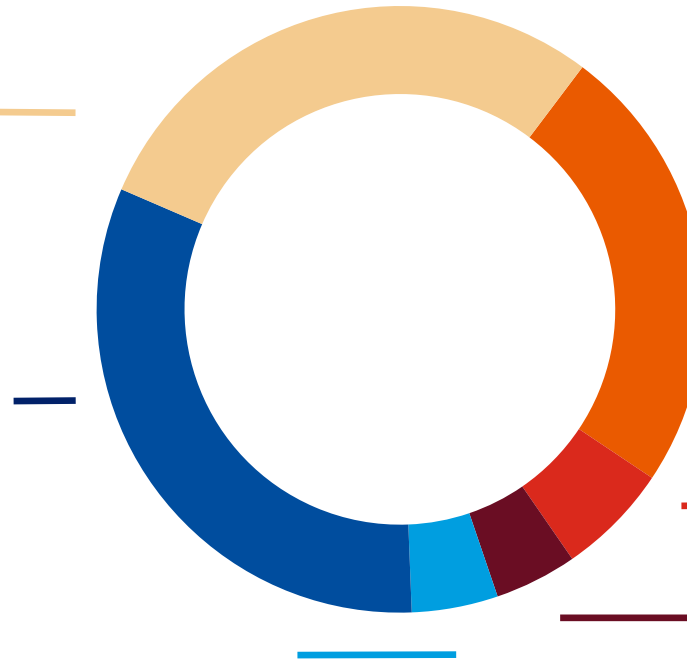
CHF 211.5 Mio.

2020: CHF 209.4 Mio. / 5.6 %

Pulver/Konzentrate 4.0 %

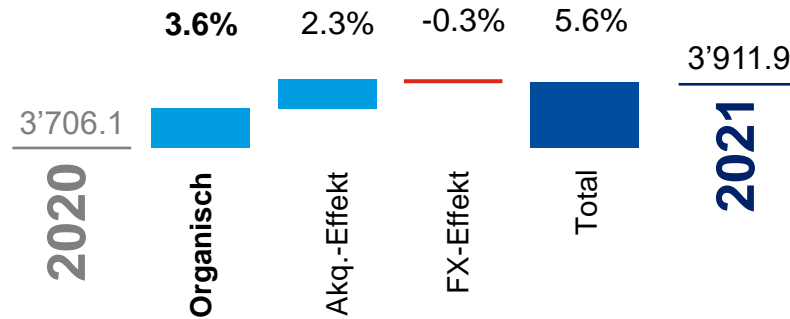
CHF 156.9 Mio.

2020: CHF 147.2 Mio. / 4.0 %



Starkes organisches Wachstum

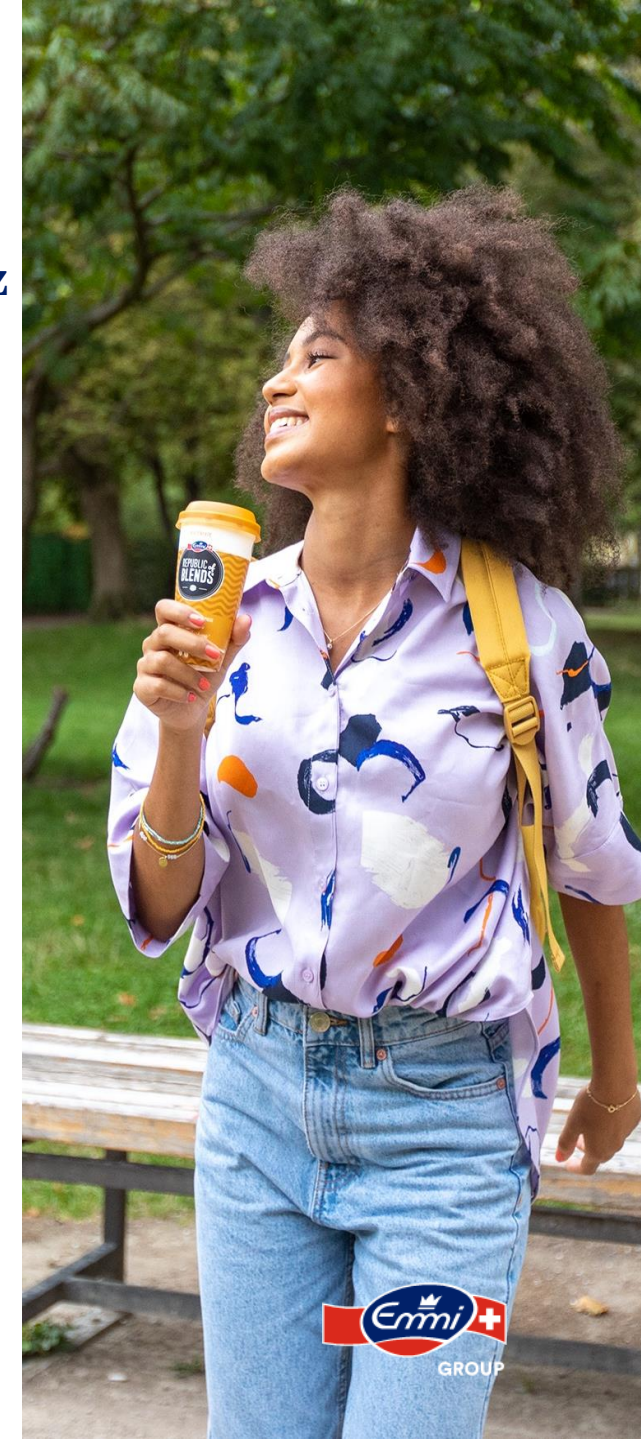
Umsatz international kompensiert erwarteten Rückgang in der Schweiz



Nettoumsatz Emmi Gruppe in CHF Millionen

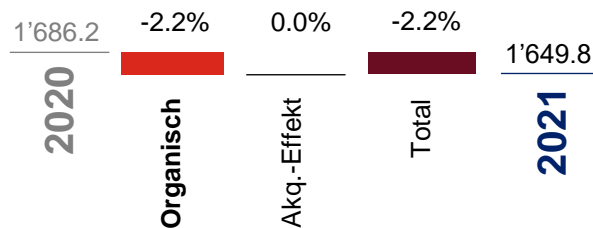
Highlights Emmi Gruppe

- Starkes Momentum in den Auslandsmärkten sowie in strategischen Nischen wie etwa bei Dessertspezialitäten
- Anhaltend erfreuliches Wachstum im Markengeschäft mit Emmi Caffè Latte oder Kaltbach
- Food Service-Geschäft in allen Divisionen insgesamt weiterhin unter Vorkrisenniveau, am deutlichsten in der Schweiz
- Schweiz mit erwarteten Einbussen vor allem im Detailhandel nach pandemiebedingtem Rekordumsatz im Vorjahr
- Americas legt dank Wachstumsmärkten BRA, MEX und TUN sowie Erholung des Food Service-Geschäfts deutlich zu
- Europa wächst getrieben von Dessertspezialitäten aus ITA und anhaltender Dynamik bei Emmi Caffè Latte und Kaltbach



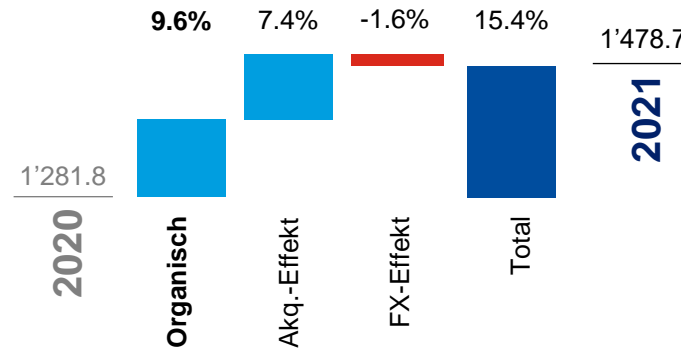
Starkes internationales Wachstum

Schweiz: Rückgang im Detailhandel



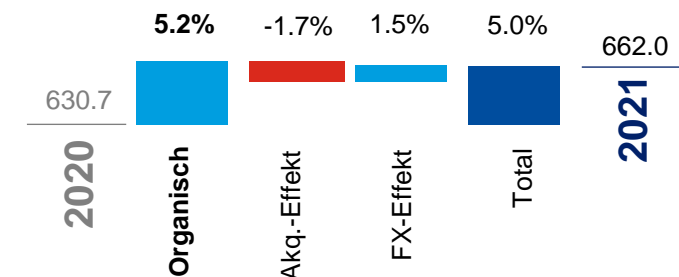
Nettoumsatz Division Schweiz in CHF Millionen

Americas: Momentum auf breiter Front



Nettoumsatz Division Americas in CHF Millionen

Europa: Markenkonzepte und Dessertspezialitäten



Nettoumsatz Division Europa in CHF Millionen

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 668.6 Mio., -2.1 % (org. -2.1 %)

Käse

Umsatz CHF 416.2 Mio., -4.1 % (org. -4.1 %)

Frischprodukte

Umsatz CHF 339.2 Mio., -0.6 % (org. -0.6 %)

Käse

Umsatz CHF 573.3 Mio., +8.8 % (org. +9.1 %)

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 381.8 Mio., +8.0 % (org. +9.7 %)

Frischprodukte

Umsatz CHF 329.0 Mio., +45.5 % (org. +7.1 %)

Frischprodukte

Umsatz CHF 329.4 Mio., +13.7 % (org. +12.6 %)

Käse

Umsatz CHF 128.5 Mio., -0.5 % (org. -0.3 %)

Molkereiprodukte

Umsatz CHF 94.8 Mio., -4.3 % (org. -2.6 %)

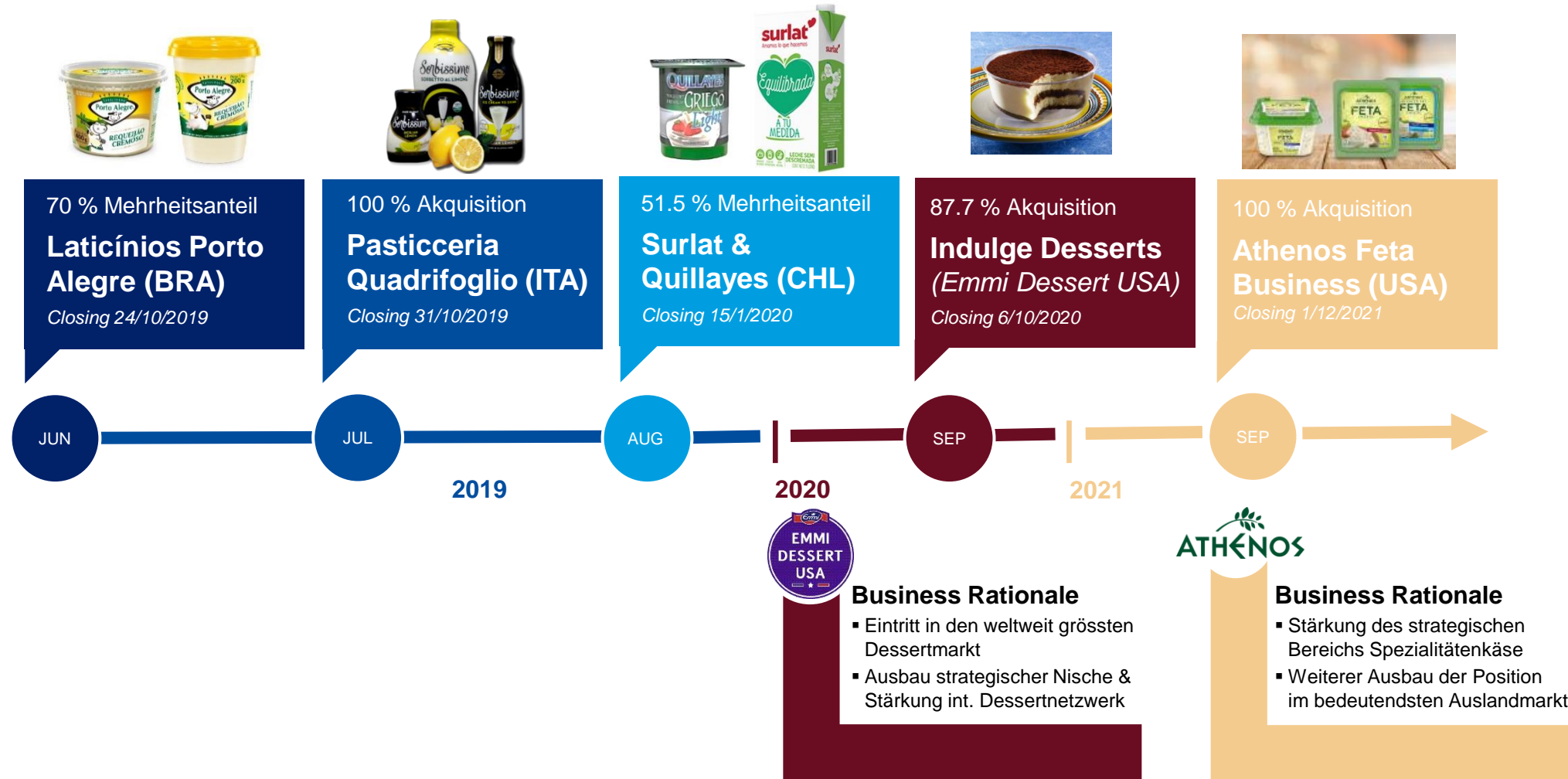
Gezielter Aufbau profitabler Nischengeschäfte



Erfolgreiche und gezielte Internationalisierung



Strategischer Aufbau profitabler Nischen

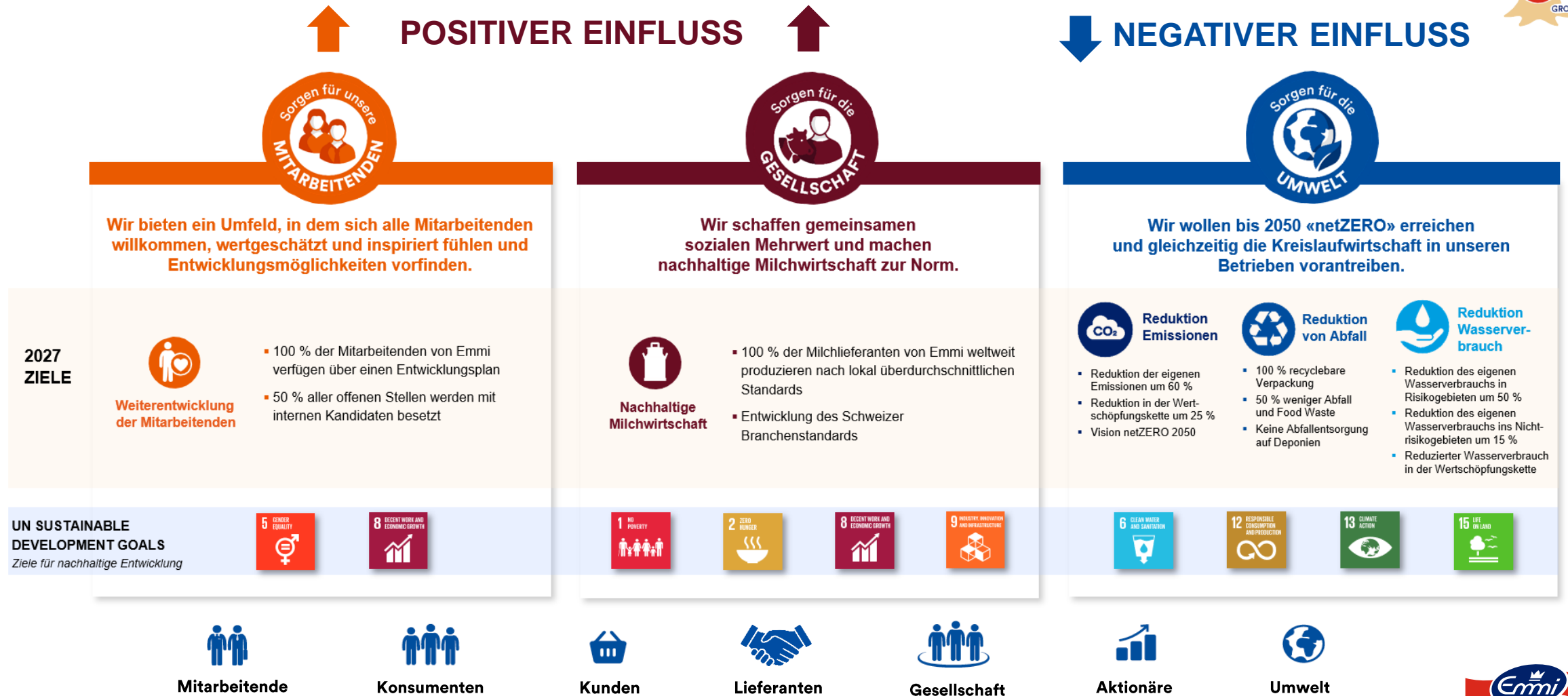


GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN

JAHRESERGEBNIS 2021

Nachhaltigkeit als Teil des Geschäftsmodells

Emmi Nachhaltigkeitsmodell



Fortschritte messen und vorantreiben



100 % der Mitarbeitenden verfügen über einen Entwicklungsplan

58 %*

50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt

45 %*



100 % der Milchlieferanten von Emmi weltweit produzieren nach lokal überdurchschnittlichen Standards.

International

initiiert

Schweiz

85 %

Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards



60 % Reduktion der eigenen Emissionen (Scope 1 & 2 ggü. 2014)

20 %

25 % Reduktion der Emissionen in der Lieferkette (Scope 3 ggü. 2019)

initiiert



50 % Reduktion von Abfall (ggü. 2017)

22 %

50 % weniger Food Waste (ggü. 2017)

11%

KEINE Abfallentsorgung auf Deponien

10 %

100 % recyclebare Verpackungen

initiiert



50 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikogebieten (ggü. 2019)

3 %

15 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nichtrisikogebieten (ggü. 2019)

-2 %

Reduzierter Wasserverbrauch entlang der Wertschöpfungskette

Provisorische Zielerreichungsgrade per 31.12.2021 unter Berücksichtigung von Akquisitionen (Laticínios Porto Alegre, Leeb, Mexideli, Quillayes und Pasticceria Quadrifoglio)

*Aktuell nur Schweiz berücksichtigt

JAHRESERGEBNIS 2021

Performance 2021

Ricarda Demarmels, CFO



Steigende Inputkosten belasten Margen

in CHF Millionen	2021	2020 (bereinigt) ¹⁾	Δ in % / bps	2020	Δ in % / bps
Nettoumsatz	3'911.9			3'706.1	5.6
Bruttogewinn	1'429.9			1'349.7	5.9
in % des Nettoumsatzes	36.6			36.4	+13 bps
Total Betriebsaufwand	-1'044.3	-963.3	8.4	-977.9	6.8
in % des Nettoumsatzes	26.7	26.0	+70 bps	26.3	+31 bps
EBITDA	394.7	390.9	1.0	376.3	4.9
in % des Nettoumsatzes	10.1	10.5	-46 bps	10.2	-6 bps
Abschreibungen und Amortisationen	-110.7			-119.7	-7.6
EBIT	284.1	271.2	4.8	256.6	10.7
in % des Nettoumsatzes	7.3	7.3	-5 bps	6.9	+34 bps

Bruttogewinnmarge trotz höherer Inputkosten mit leichter Steigerung dank erfreulichem Wachstum in strategischen Nischen

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

Akquisitionseffekte und Inflation

in CHF Millionen	2021	2020 (bereinigt) ¹⁾	Δ in % / bps	2020	Δ in % / bps
Personalaufwand	534.8			493.8	8.3
in % des Nettoumsatzes	13.7			13.3	+35 bps
Marketing- und Verkaufsaufwand	139.1			127.0	9.5
in % des Nettoumsatzes	3.6			3.4	+13 bps
Raumkosten, URE, Leasing	81.4			76.8	5.9
in % des Nettoumsatzes	2.1			2.1	+1 bps
Energie und Betriebsmaterialien	81.6			75.4	8.1
in % des Nettoumsatzes	2.1			2.0	+5 bps
Logistikaufwand	130.3			115.5	12.8
in % des Nettoumsatzes	3.3			3.1	+21 bps
Anderer Betriebsaufwand	77.1	74.8	3.3	89.4	-13.5
in % des Nettoumsatzes	2.0	2.1	-5 bps	2.4	-43 bps
Total Betriebsaufwand	1'044.3	963.3	8.4	977.9	6.8
in % des Nettoumsatzes	26.7	26.0	+70 bps	26.3	+31 bps

Personalaufwand steigt aufgrund von Akquisitionseffekten sowie vielerorts höherer Lohnkosten als Folge der inflationären Entwicklung

Marketing- und Verkaufsaufwand steigt nach pandemiebedingt tiefem Vorjahr und aufgrund gezielter Investitionen in Markenkonzpte

Logistikaufwand steigt aufgrund global instabiler Lieferketten und inflationsgetriebener Kostenentwicklung

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

Konstante Reingewinnmarge

in CHF Millionen

	2021	2020 (bereinigt) ¹⁾	Δ in % / bps	2020	Δ in % / bps
EBIT	284.1	271.2	4.8	256.6	10.7
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsorganisationen	3.7			-1.0	n/a
Finanzergebnis	-11.9			-13.4	-10.9
Ergebnis vor Steuern (EBT)	275.9	256.9	7.4	242.3	13.9
Ertragssteuern	-45.2	-41.0	11.2	-40.6	11.2
Durchschnittlicher Steuersatz in % vom EBT	16.4	16.0	+42 bps	16.8	-39 bps
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	230.7	215.8	6.9	201.6	14.4
in % des Nettoumsatzes	5.9	5.8	+7 bps	5.4	+46 bps
Minderheitsanteile	-13.9			-13.2	5.4
Reingewinn	216.7	202.6	7.0	188.4	15.0
in % des Nettoumsatzes	5.5	5.5	+7 bps	5.1	+46 bps

Besseres Ergebnis von assoziierten Gesellschaften und JVs nach primär pandemiebedingtem Verlust im Vorjahr

Tieferer Nettofinanzaufwand in erster Linie aufgrund eines besseren Zins- und Währungsergebnisses

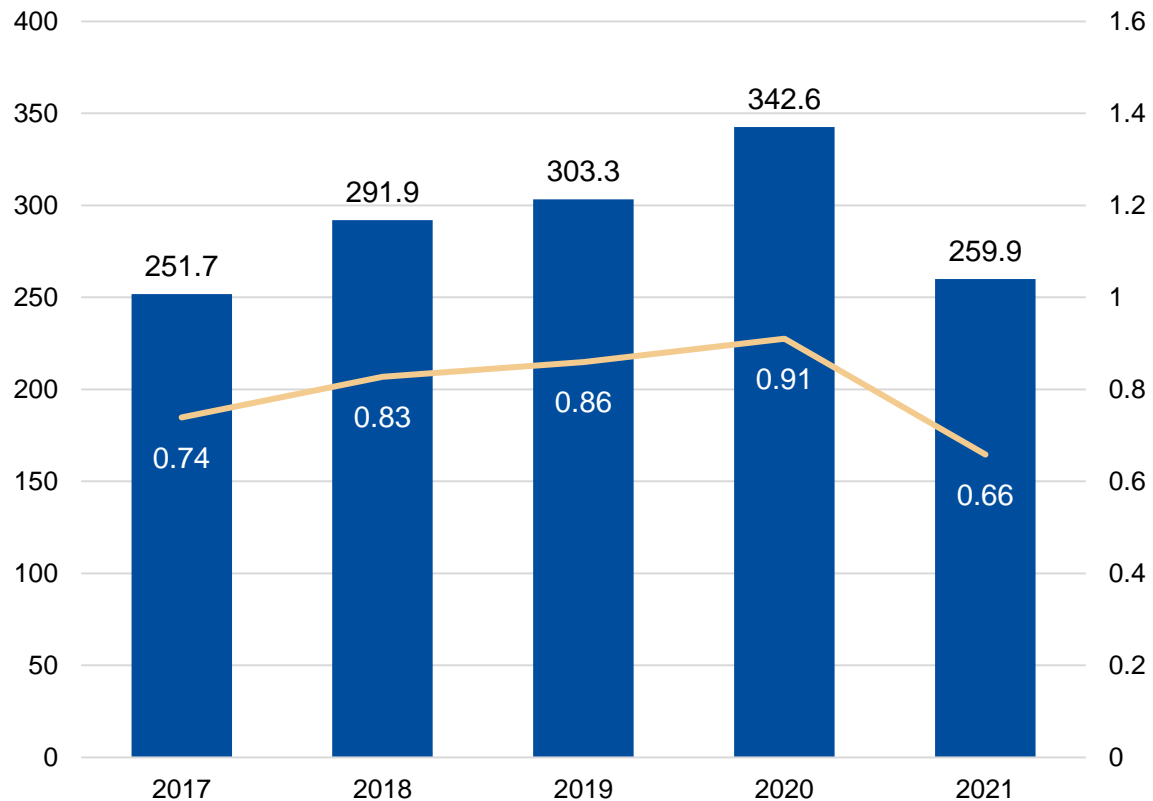
Leicht höhere (bereinigte) Steuerquote aufgrund des höheren Anteils des internationalen Geschäfts

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

Temporär tieferer Cashflow

in CHF Mio.

in % EBITDA



Operativer Geldfluss temporär tiefer aufgrund der Normalisierung im Vergleich zum Ausnahmejahr 2020 (operative Cash Conversion von 91 %) und leichter Aufbau von Nettoumlaufvermögen aufgrund pandemiebedingt längerer Lieferketten

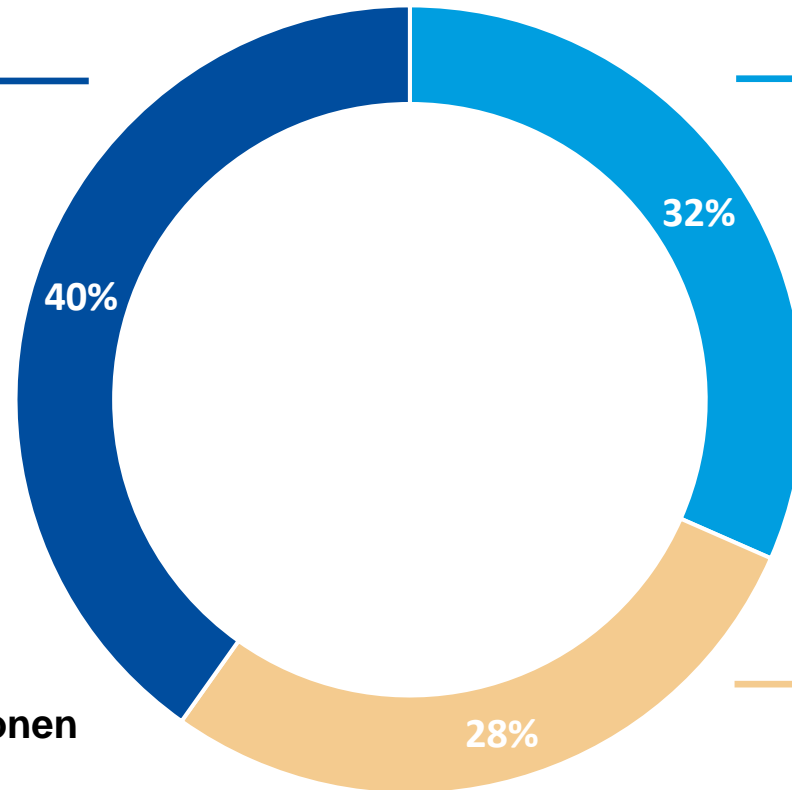
■ Geldfluss aus Betriebstätigkeit
— Operative Cash Conversion
(Geldfluss aus Betriebstätigkeit im Verhältnis zum EBITDA)

Wertschaffend in unsere Zukunft investieren

Wachstumsinvestitionen (VJ 44 %)

- Ausbau Produktion Käserei Studer (Hefenhofen, CH)
- PET-Flaschenanlage (Ostermundigen, CH)
- Ziegenmilchpulverproduktion (NL)

Investitionen 2021: CHF 152.6 Millionen
(Vorjahr: CHF 131.4 Millionen)



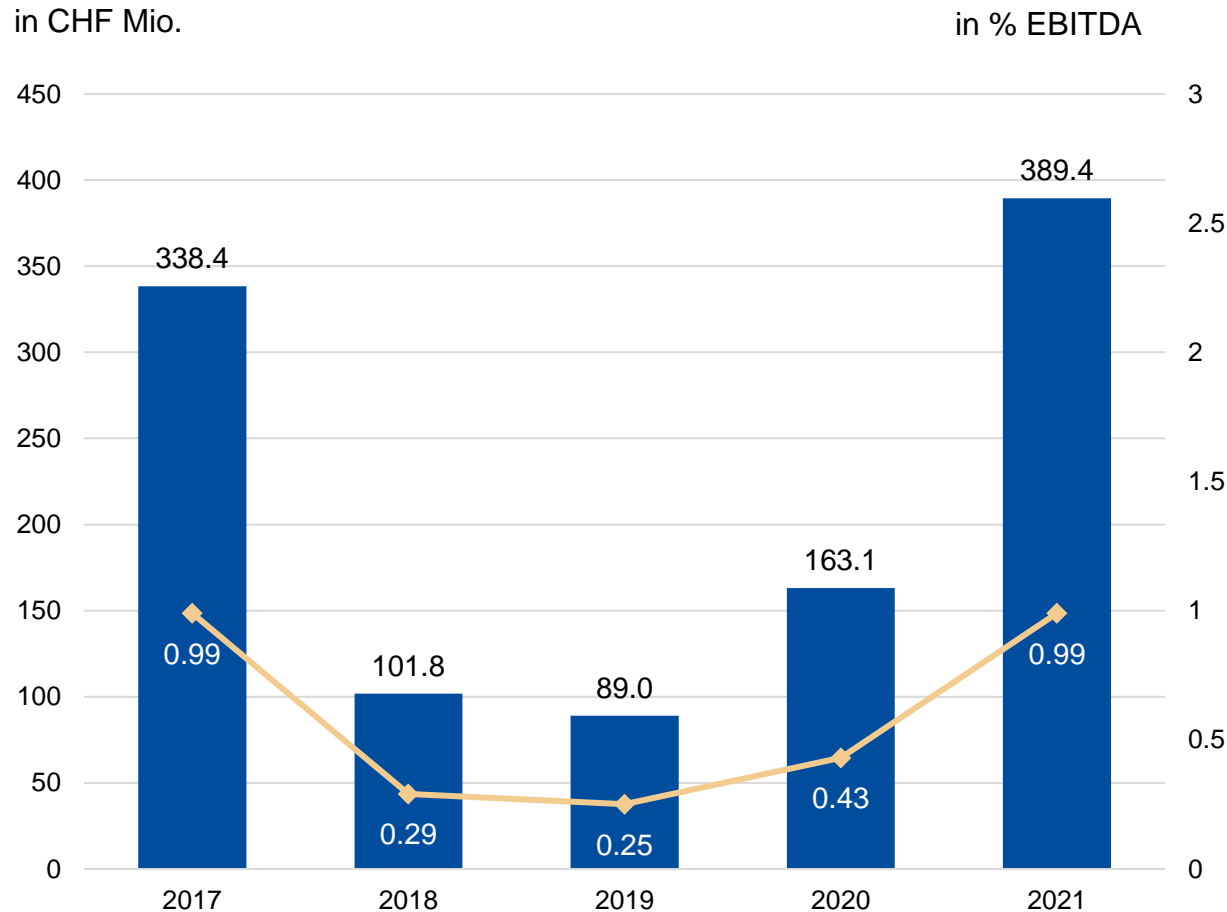
Ersatzinvestitionen (VJ 35 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Sanierung Eiswasseranlage (Emmen, CH)
- Ersatz Abfüll- und Mischanlage (Suhr, CH)

Rationalisierungsinvestitionen (VJ 21 %)

- Neue Käserei (Emmen, CH)
- Automatisierung Endverpackung (USA)
- Automatisierung Produktion Tête de Moine Rosetten (Kirchberg, CH)

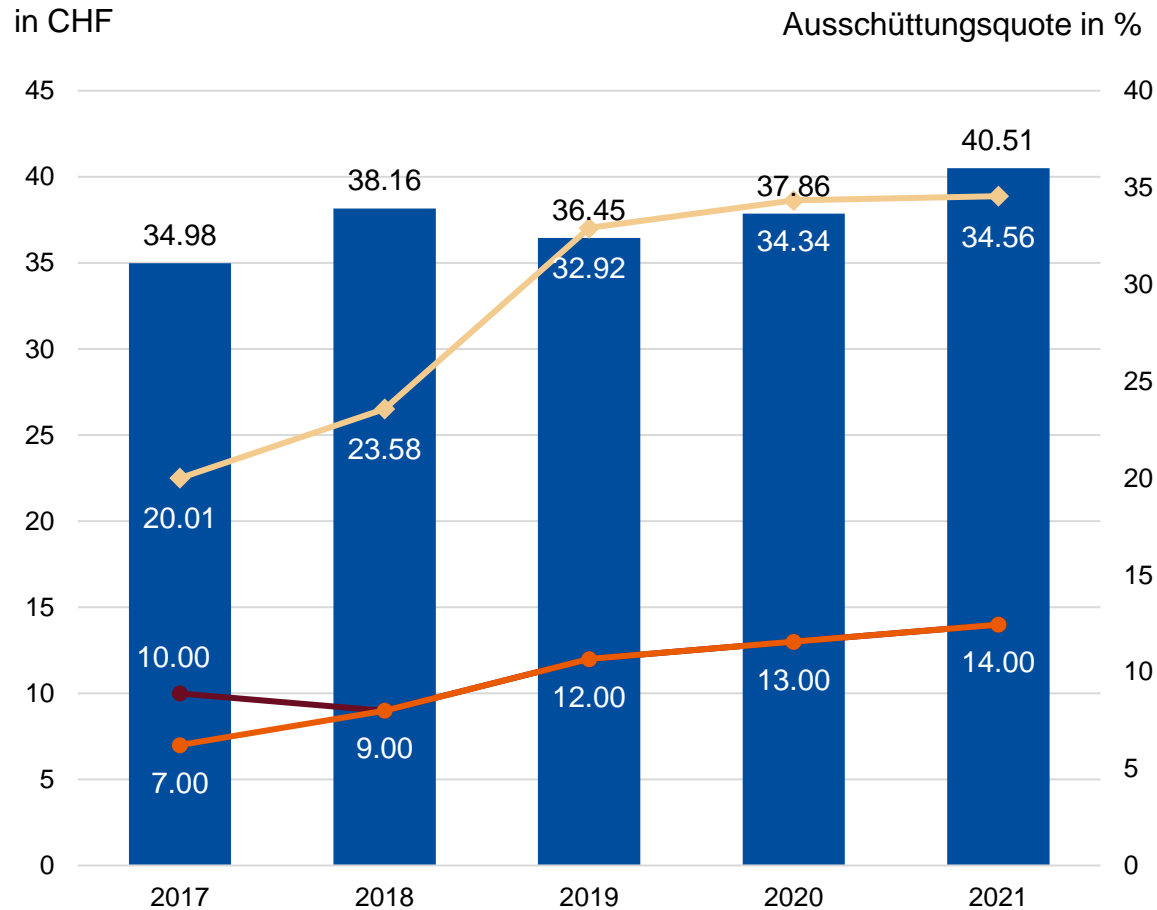
Starke Bilanz



Emission einer Anleihe über CHF 200 Mio. zur Finanzierung der Akquisition des Athenos-Geschäfts

■ Nettoverschuldung
—◆— Verschuldungsgrad
(Nettoverschuldung im Verhältnis zum EBITDA)

Kontinuierliche Steigerung der Dividende



Antrag an die Generalversammlung auf Erhöhung der Dividende auf CHF 14.00 (+7.7 %, Vorjahr: CHF 13.00)

- Bereinigtes EPS (Vorjahre angepasst)
- Inklusive Sonderdividende
- Dividende
- ◆— Bereinigte Ausschüttungsquote in %

JAHRESERGEBNIS 2021

Ausblick

Urs Riedener, CEO



Zukunft erfolgreich gestalten



Herkunft

Woher wir kommen und was Emmi **einzigartig** macht.



Purpose

Warum es Emmi gibt, für was wir stehen: **heute und in Zukunft**.



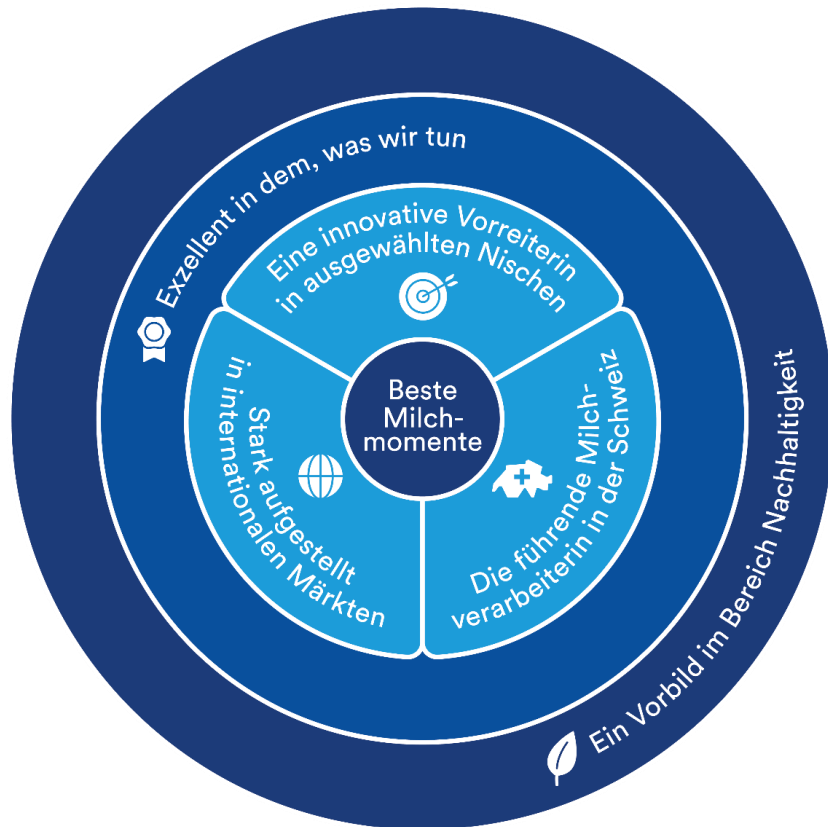
Strategie

Stärken gezielt weiterentwickeln, Geschäft auf **künftiges Wachstum** ausrichten.

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN**



Strategie – Bewährtes besser machen



Die führende Milchverarbeiterin in der Schweiz



Stark aufgestellt in internationalen Märkten



Eine innovative Vorreiterin in ausgewählten Nischen



Exzellente in dem, was wir tun



Ein Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit



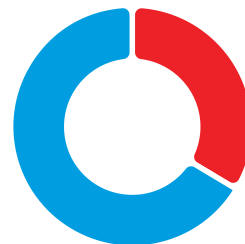
Die führende Milchverarbeiterin in der Schweiz



**Führende
Markenkonzepte**
lokal produziert,
international etabliert



Erfolgreicher Export
in 60 Märkte weltweit



3'000 Mitarbeitende





Stark aufgestellt in internationalen Märkten

Stärkung unserer Position in jenen Märkten, in die wir in den letzten Jahren eingetreten oder in denen wir stark gewachsen sind.



USA



CHILE



BRASILien





Eine innovative Vorreiterin in ausgewählten Nischen

Fokus auf **Nischen**, in denen wir bereits eine führende Marktpositionen innehaben oder diese anstreben.



READY TO DRINK
KAFFEE



SPEZIALITÄTEN
KÄSE



GEKÜHLTE
PREMIUM-DESSERTS



PFLANZENBASIERTE
MILCHALTERNATIVEN



Ausblick

Schweiz

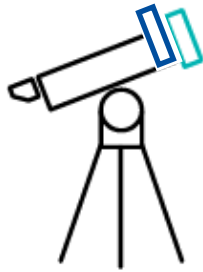
- Mit trendorientierten Neuheiten und wert-schaffenden Innovationen weiter Akzente setzen
- Präsenz und Sortiment gezielt weiter ausbauen
- Anhaltende Kostendisziplin, Investitionen in Differenzierung

Herausforderungen: steigende Inputkosten, Preisdruck, zögerliche Erholung Food Service- & Industriekundengeschäft, Einkaufstourismus und Post-Covid-Konsumnormalität

International

- Differenzierende Markenkonzeppte, Innovationskraft und Vertriebsnetzwerk weiter stärken
- Organisches Wachstum profitabel gestalten, Portfolio-Transformation weiter vorantreiben
- Momentum in strategischen Nischen beibehalten, Kanalmix optimieren

Herausforderungen: instabile makroökonomische Perspektiven, Inflationsdruck und steigende Inputkosten, angespannte Arbeitsmarkt- & Logistiksituation in Nordamerika, Preissteigerungen für Exporte aus der Schweiz



Schwerpunkte für Emmi

- Kostensteigerungen abfedern
- Kultur und Emmi Netzwerk weiter stärken
- Innovationskraft beibehalten
- Emmi Purpose und Strategie verankern
- Weitere nachweisbare Fortschritte bei der Umsetzung des Emmi Nachhaltigkeitsmodells



Annahmen

- Geopolitische Krisen ohne substanziellen und anhaltenden negativen Einfluss auf prognostizierten makroökonomischen Erholungspfad
- Keine fundamentalen Rückschläge bei der Pandemie-entwicklung in unseren Kernmärkten
- Stabilisierung des Food Service- und Industriekunden-geschäfts in Europa inkl. Schweiz
- Mässige weitere Inputkostensteigerungen



Organisches Wachstum inflationsbedingt über Mittelfristprognose

Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	2.5 % bis 3.5 %
Umsatz Schweiz	-1 % bis 0 %
Umsatz Americas ¹⁾	6 % bis 8 %
Umsatz Europa ¹⁾	3 % bis 5 %
EBIT in CHF Millionen	290 bis 305
Reingewinnmarge	5.0 % bis 5.5 %

Die Zahlen setzen eine weitere Erholung der Pandemiesituation sowie konstante Wechselkurse und Rohmilchpreise voraus.

1) Unter Berücksichtigung des Wechsels der Gesellschaften in Frankreich von der Division Americas zur Division Europa per 1. Januar 2022.



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 %





JAHRESERGEBNIS 2021

Q&A

Konrad Graber, VRP | Urs Riedener, CEO | Ricarda Demarmels, CFO



Emmi Investor Events 2022

**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN**



Emmi Halbjahresergebnisse 2022 Analyst Call

Donnerstag, 18. August 2022

Emmi Capital Market Day 2022

Montag, 19. September 2022

ganzer Tag – verschoben vom 6. April 2022



**GEMEINSAM SCHAFFEN WIR
— DIE BESTEN —
MILCHMOMENTE
HEUTE UND FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN**

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**