

Muttenz, le 22 juillet 2020

Communiqué de presse

**Résultats semestriels du groupe Valora:
Fréquentation en baisse, fortement affectée par la COVID-19, mais EBIT positif
attendu sur l'ensemble de l'année 2020**

- Après un bon début d'année en janvier et février, la performance du groupe Valora a été sérieusement affectée par la crise de la COVID-19 durant la première moitié de 2020
- Les directives officielles du gouvernement pour contenir la pandémie de coronavirus (COVID-19) ont entraîné une forte baisse de la fréquentation ainsi qu'une chute des ventes externes du groupe Valora de -18.0% et des revenus nets de -18.8% au premier semestre 2020
- Chute significative de près de -15% des frais d'exploitation budgétés ou CHF -42 millions de francs suisses par rapport à l'année précédente
- L'EBIT de CHF -10.9 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 42.8 millions) et le bénéfice net de CHF -15.9 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 27.4 millions) ont été impactés par le déclin significatif des ventes lié à la crise
- L'EBITDA est positif à CHF 21.7 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 74.5 millions), tout comme le free cash-flow de CHF 11.5 millions (1^{er} sem. 2019: 15.7 millions)
- Le crédit syndiqué renégocié avec succès contribue à la flexibilité financière du groupe
- Depuis l'assouplissement des mesures de confinement, les ventes et les bénéfices reprennent de la vigueur dans un environnement toujours très dynamique
- Des mesures de réduction des coûts sont toujours en cours avec priorité aux adaptations de loyers à partir du deuxième semestre 2020
- L'attrait pour la consommation à l'extérieur et les perspectives du marché foodvenience demeurent élevés, les investissements se poursuivent en accord avec les priorités stratégiques
- Au vu de l'évolution actuelle, un EBIT positif est attendu pour l'exercice 2020

Après un bon début d'année avec une évolution positive des ventes et des résultats positifs en janvier et février, la performance du groupe Valora a été sérieusement affectée par la crise mondiale sans précédent de la COVID-19 durant la première moitié de 2020. Avec la baisse de fréquentation des clients due aux directives officielles du gouvernement pour contenir la pandémie, Valora s'est vu forcé de réduire considérablement ses heures d'ouverture ou même fermer entièrement certains de ses points de vente. Au plus fort du confinement, en avril 2020, quelque 40% des points de vente fonctionnaient selon des horaires réduits et 20% environ étaient fermés. En juin, ces chiffres étaient respectivement de 45% et 5% environ.

Dans l'ensemble, les formats Food Service ont été plus affectés que les formats Retail, à cause des mesures plus strictes imposées par les gouvernements, mais aussi de leur forte exposition au marché de consommation à l'extérieur, de la fréquentation particulièrement faible dans les transports publics et les centres-villes et d'une consommation moindre. Dans le secteur des produits de boulangerie saumurés B2B, Valora s'est vu confronté à un déclin temporaire des commandes en raison de la faible demande du marché de la consommation extérieure. Après le déconfinement, la fréquentation des clients et les commandes B2B ont repris de la vigueur dans un environnement toujours très dynamique.

Des mois pré-crise positifs, suivis par une forte baisse de revenus

Les ventes externes se sont élevés à CHF 1085.2 millions, contre CHF 1324.0 millions durant la même période de 2019, tandis que les revenus nets ont totalisé CHF 815.6 millions (1^{er} sem. 2019:

CHF 1004.8 millions). Ce qui équivaut à une baisse de respectivement -18.0% et -18.8%. Dans les mois de janvier et février précédant la crise, les ventes externes globales affichaient une augmentation de +1.3% en devise locale. Les catégories du foodvenience – soit les ventes du groupe hors presse, livres et tabac – avaient même grimpé de +2.7% en devise locale.

Retail CH a connu une chute de -9.8% au premier semestre 2020. Le vaste portefeuille produits de l'unité et sa forte compétence dans les catégories tabac et presse se sont avérés une force en temps de crise puisque le ticket moyen a pu être augmenté. Retail DE/LU/AT a affiché un recul des revenus nets de -25.0% en monnaie locale, une baisse plus importante que celle des ventes externes chiffrée à -10.7% en monnaie locale, en raison de la conversion des magasins propres en points de vente franchisés. Les ventes de tabac «same-store» ont partiellement compensé la baisse d'autres catégories. Le Food Service a affiché une baisse des revenus nets de -32.2% avec un record en avril (-73.0%). Les ventes Food Service CH et Food Service DE ont chuté respectivement de -39.3% et -37.3% en devise locale. Les ventes Food Service B2B ont reculé de -20.4% en monnaie locale.

Un vaste plan de mesures pour réduire l'assiette des coûts et atténuer la chute de la marge brute

Pour faire face à cette situation difficile, Valora a mis en place à un stade précoce de vastes mesures de réduction de l'assiette des coûts et a aussi fait usage du soutien financier gouvernemental, avec plus de la moitié des employés au chômage partiel depuis avril 2020. Ces dispositions ont permis au groupe de réduire ses coûts opérationnels de façon significative par rapport au budget, avec une baisse de près de -15% au premier semestre 2020; la réduction de coûts par rapport à l'année précédente a atteint -10.3% ou CHF -42 millions, en dépit de loyers plus élevés pour Retail CH une fois l'appel d'offres pour les sites des CFF remporté. Globalement, l'introduction rapide des mesures de réduction totale des coûts a permis de compenser près de 50% de la chute de la marge brute provoquée par le déclin des ventes lié à la crise.

EBITDA positif et free cash-flow positif

En conséquence, l'EBIT consolidé du premier semestre 2020 s'est élevé à CHF -10.9 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 42.8 millions) avec une contribution à hauteur de CHF 1.4 million de la division Retail. Le résultat net du groupe a atteint CHF -15.9 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 27.4 millions), les deux valeurs indiquant une nette reprise après le plancher du mois d'avril. L'EBITDA de Valora était de CHF 21.7 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 74.5 millions), avec une contribution positive sur tous les mois à part le mois d'avril.

Dans ce contexte difficile, le groupe a engrangé un free cash-flow positif de CHF 11.5 millions (1^{er} sem. 2019: CHF 15.7 millions) sur le premier semestre 2020. La baisse de l'EBITDA a été largement compensée par une gestion extraordinairement stricte des actifs circulants nets en raison de la crise – et notamment des paiements de loyer reportés – et par la priorisation et le report ciblés de certains investissements. La trésorerie et les équivalents de trésorerie ont légèrement augmenté pour atteindre CHF 127.5 millions, contre CHF 122.7 millions fin 2019. Le ratio de levier financier était de 2.9x EBITDA (2.0x à fin 2019). Au 30 juin 2020, le ratio d'endettement avant dettes de location-financement était de 45.0% (46.0% fin 2019); en comptant les dettes de location-financement, il s'élève à 25.8% (26.2% à fin 2019).

Les investissements continus tenant compte de l'attrait pour la consommation à l'extérieur et les perspectives du marché foodvenience demeurent élevés

«Malgré le confinement lié à la COVID-19, Valora a pu assurer la continuité de ses affaires, contribuer à approvisionner la population en produits essentiels et répondre aux besoins des clients», explique Michael Mueller, CEO du groupe Valora. «À l'avenir, nous sommes convaincus que l'attrait pour la consommation à l'extérieur et les perspectives du marché foodvenience demeureront élevés.» Valora jouit d'un très bon positionnement foodvenience sur ses marchés, avec une assiette de financement solide à laquelle le crédit syndiqué renégocié au printemps 2020 avec augmentation de CHF 50 millions à CHF 150 millions contribue de manière substantielle.

Sur ces fondements, le groupe continue à investir en suivant ses priorités stratégiques. Durant les six premiers mois de 2020, les dépenses en capital du groupe s'élevaient encore à CHF 24.1 millions, en dépit des priorisations et du report d'investissements majeurs en raison de la crise de la COVID-19. Cela représente environ 70% des dépenses d'investissement sur la même période de l'année précédente.

L'expansion des capacités B2B pour la production de bretzels en Allemagne et aux États-Unis a été achevée au cours du premier trimestre 2020. Grâce à ces nouvelles capacités, l'unité commerciale développe son assortiment de produits et établit de nouvelles voies à ouvrir via e-commerce, de même qu'une présence retail plus forte dans la région DACH.

La conversion assurée par l'appel d'offres des CFF des 262 points de vente en magasins de proximité avec et en kiosques kiosk modernisés avec davantage d'alimentation était en bonne voie en début d'année. Après avoir mis les travaux de conversion en veilleuse en raison de l'apparition de coronavirus, Valora a repris le projet début juillet. Les réaménagements devraient retrouver leur plein régime au quatrième trimestre 2020 et se terminer pour l'essentiel à la fin 2021.

Pour répondre au changement de comportement des consommateurs, Valora poursuit ses efforts de développement de nouvelles solutions numériques de proximité. Fin février, Valora a ouvert son magasin sans caisse avec box à Wetzikon et il a prolongé le délai pour son magasin sans caisse avec box à l'EPF Zurich Höggerberg pour la deuxième fois jusqu'à l'automne 2020 grâce à un important soutien de sa clientèle. En plein confinement, Valora a introduit le pilote de son magasin en ligne www.avecnow.ch avec livraison le jour-même. De plus, Valora vient de lancer une version optimisée de son application Caffè Spettacolo loyalty ainsi qu'une nouvelle solution Internet sur <https://pickup.spettacolo.ch> pour pré-commander du café.

La réduction des coûts se poursuit, avec l'accent mis sur un ajustement des loyers pour refléter la nouvelle réalité économique

Parallèlement à la poursuite des objectifs stratégiques, la réduction des coûts reste une priorité. Valora s'efforce de «variabiliser» un maximum de coûts et continue de privilégier des projets, d'optimiser son réseau de points de vente, de recourir au chômage partiel pour son personnel tout en soutenant temporairement ses partenaires opérationnels, et d'accélérer encore sa réduction des coûts.

L'un des secteurs prioritaires est l'ajustement des rentes pour refléter les nouvelles conditions économiques des magasins et de leur emplacement en termes de fréquentation des clients après le confinement. Les emplacements à forte fréquentation, en particulier, dans des hubs de transport ou des aéroports, ont enregistré un déclin proportionnel des ventes particulièrement marqué, de -34% entre mars et juin 2020 en raison de la situation actuelle, alors que des loyers plus élevés doivent être payés en comparaison aux autres emplacements, comme dans les centres commerciaux et les centres-villes où la baisse des ventes n'était que de -13%.

Au vu du passage croissant au télétravail, cette tendance a le potentiel de se prolonger à long terme. C'est la raison pour laquelle Valora cherche à ajuster ses loyers en fonction de la fréquentation des clients et du développement des ventes, avec des loyers minimaux inférieurs afin que la proportion variable par rapport aux ventes devienne plus importante. Michael Mueller explique: «Les bases de calcul des loyers ont changé considérablement et il faut des adaptations de loyer. C'est ce qui déterminera dans quelle mesure nous sommes capables de garantir notre offre globale à une société mobile. Considérant les changements permanents émergents dans le comportement en termes de travail et de mobilité, nous voulons pouvoir discuter d'une réorganisation plus complète de notre partenariat avec les propriétaires. Nous dialoguons par conséquent étroitement à ce sujet.»

Après le déconfinement, les ventes et les bénéfices ont repris de la vigueur dans un environnement toujours très dynamique – un EBIT positif est attendu sur l'ensemble de l'année 2020

La dynamique et la volatilité qui caractérisent la crise de la COVID-19 prévalent. Valora a toutefois enregistré des ventes stables et une amélioration de l'EBIT à la suite du confinement lié à la COVID-19. En prenant la crise actuelle comme point de départ, la marge de profit brut devrait s'améliorer au second semestre 2020 par rapport au premier grâce aux effets positifs du business mix auxquels la mise à profit des nouvelles capacités B2B contribue. Sur cette base et avec une réduction des coûts accélérée, la contribution EBIT devrait être positive sur toute l'année 2020. Un point sur les activités commerciales suivra fin octobre 2020, lorsque l'évolution de la crise de COVID-19 sera plus claire.

Michael Mueller conclut en ces termes: «Nous poursuivons la mise en œuvre de nos priorités stratégiques qui stimulent nos activités foodvenience, tout en réduisant prudemment notre assiette de coûts. Nous continuons à planifier nos mesures sur le long terme, afin de protéger notre personnel et d'investir dans notre réseau de vente, nos partenaires et dans une offre de proximité pour nos clients. Nous sommes convaincus qu'ensemble, nous retrouverons nos forces.»

<i>Groupe Valora</i>						
en millions de CHF	1 ^{er} sem. 2020		1 ^{er} sem. 2019		Evolution	
		%		%		en devise locale
Chiffre d'affaires externe	1'085.2	133.1%	1'324.0	131.8%	-18.0%	-15.6%
Chiffre d'affaires net	815.6	100.0%	1'004.8	100.0%	-18.8%	-17.0%
Bénéfice brut	355.3	43.6%	451.0	44.9%	-21.2%	-19.4%
- Coûts d'exploitation, nets	-366.2	-44.9%	-408.2	-40.6%	-10.3%	-8.3%
Résultat d'exploitation (EBIT)	-10.9	-1.3%	42.8	4.3%	n.a.	n.a.
EBITDA	21.7	2.7%	74.5	7.4%	-70.9%	-70.0%
Résultat du groupe	-15.9	-1.9%	27.4	2.7%	n.a.	n.a.

Vous trouverez tous les documents sur www.valora.com/newsroom.

- [Communiqué de presse](#)
- [Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2020](#) (en anglais)
- [Rapport semestriel 2020](#) (en anglais)

Pour toute question, merci de vous adresser à:

Investor Relations

Annette Martin
Tél. +41 61 467 21 23
annette.martin@valora.com

Media Relations

Christina Wahlstrand
Tél. +41 61 467 24 53
media@valora.com

À propos de Valora

Chaque jour, près de 15'000 collaborateurs s'engagent pour le réseau Valora afin d'apporter des moments de plaisir à ses clients, partout sur leur route, avec une offre étendue Foodvenience – proche, rapide, pratique et frais. Les plus de 2'700 petits points de vente de Valora se trouvent dans des localisations très fréquentées en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Luxembourg et aux Pays-Bas. Les marques qui appartiennent au groupe sont notamment les formats kiosk, Brezelkönig, BackWerk, Ditsch, Press & Books, avec, Caffè Spettacolo et la marque maison ok.– sans oublier une offre en constante croissance dans les services numériques. Valora exploite

également l'une des productions les plus importantes au monde de produits de boulangerie saumurés et bénéficie, pour les articles de boulangerie, d'une chaîne de création de valeur fortement intégrée. Valora réalise un chiffre d'affaires externe annuel de 2,7 milliards de CHF. Le siège principal du groupe est établi à Muttenz, en Suisse. Les actions nominatives de Valora Holding SA (VALN) sont négociées à la bourse suisse SIX Swiss Exchange.

Merci de consulter www.valora.com pour davantage d'information.

Call et Webcast audio pour médias
Résultats financiers de Valora au 1^{er} semestre 2020

Date: mercredi 22 juillet 2020
Heure: 08:45 (CET)
Langue: allemand

Conférenciers: Michael Mueller, CEO
 Beat Fellmann, CFO

Webcast audio: [Open webcast](#)
Conférence téléphonique: +41 (0) 58 310 50 00

Call et Webcast audio pour des investisseurs et des analystes
Résultats financiers de Valora au 1^{er} semestre 2020

Date: mercredi 22 juillet 2020
Heure: 11:00 (CET)
Langue: anglais

Conférenciers: Michael Mueller, CEO
 Beat Fellmann, CFO

Webcast audio: [Open webcast](#)

Conférence téléphonique

Suisse / Europe: +41 (0) 58 310 50 00
 Royaume-Uni: +44 (0) 207 107 0613
 États-Unis: +1 (1) 631 570 56 13

L'émission enregistrée sera disponible à 16h00 (CET) au plus tard sur www.valora.com.

Disclaimer

Le présent document contient des projections d'avenir mentionnant des faits qui ne sont pas historiques et ne peuvent par ailleurs pas être prouvés par référence à des événements passés. Ces projections d'avenir sont basées sur nos attentes et nos hypothèses du moment. Elles sont soumises à des incertitudes ainsi qu'à des risques connus ou inconnus. Ces incertitudes et ces risques ainsi que d'autres facteurs peuvent avoir pour conséquence que les événements et développements futurs effectifs, y compris les résultats, la situation financière et l'évolution de Valora, diffèrent sensiblement de ceux qui ont été expressément ou implicitement cités ou supposés dans les projections d'avenir. Les informations, opinions et projections d'avenir contenues dans le présent document ne sont valables qu'au moment de leur publication. Valora n'est pas tenue de vérifier ou d'actualiser les projections d'avenir, que ce soit en raison de nouvelles informations, d'évolutions futures ou pour d'autres motifs. Ce communiqué ne constitue pas une recommandation d'achat de titres.