

Muttenz, le 24 février 2021

Communiqué de presse

Valora clôture l'exercice 2020 avec un EBIT positif, dans la limite supérieure des prévisions, et un free cash-flow solide

- Après un bon début 2020, les conséquences négatives de la crise du coronavirus ont lourdement affecté l'activité du groupe Valora tout au long de l'année. Entre les deux vagues de la pandémie, celle-ci a toutefois connu une nette reprise sur une courte durée.
- Les directives officielles du gouvernement pour contenir la pandémie de coronavirus (COVID-19) ont entraîné une forte baisse de la fréquentation. Par rapport à l'année précédente, les ventes externes du groupe Valora ont chuté de -16.7% et les revenus nets de -16.4%.
- La réduction significative des coûts de -11.7% enregistrée par rapport à l'année précédente a permis de compenser à hauteur de 55.5% le recul du bénéfice brut du groupe.
- L'EBIT positif de CHF 14.1 millions (2019: CHF 91.5 millions) est dans la limite supérieure des prévisions, malgré le renforcement massif des restrictions imposées par les autorités vers la fin de l'année; le bénéfice net du groupe est de CHF -6.2 millions (2019: CHF 73.7 millions).
- L'EBITDA solide de CHF 83.4 millions (2019: CHF 157.4 millions), la gestion cohérente des actifs circulants nets et des décisions d'investissement ciblées ont entraîné un free cash-flow solide de CHF 38.1 millions (2019: CHF 76.0 millions).
- La réduction de la dette nette (31.12.2020: CHF 211.8 millions) a permis de renforcer le bilan; le ratio de levier s'établit à 2.5x EBITDA.
- L'activité foodvenience conserve son attrait, sa reprise dépendant toutefois de l'assouplissement des restrictions en matière de travail et de mobilité. La stratégie mise en place par Valora avant la crise reste par conséquent valable.
- Pour le deuxième semestre 2021, Valora attend globalement une évolution des activités supérieure à celle de 2020 et, pour la fin de l'année, un retour à la rentabilité sur base mensuelle comparable à celle d'avant la crise.
- Le report à nouveau du résultat annuel 2020, sans distribution des dividendes, sera proposé à l'assemblée générale de Valora Holding SA. Felix Stinson se présente à l'élection comme nouveau membre du conseil d'administration.

Après un bon début d'année 2020, l'activité du groupe Valora a été sérieusement affectée par la crise mondiale de la COVID-19. En conséquence des directives du gouvernement visant à contenir le virus pendant la première et la deuxième vague de la pandémie, la mobilité s'est effondrée et la fréquentation a massivement chuté (jusqu'à -80% durant les mois de confinement), en particulier dans les lieux à haute fréquentation du réseau de transports publics. Valora s'est vu contraint de réduire considérablement ses horaires d'ouverture, voire de fermer entièrement certains de ses points de vente, et s'est ainsi adapté en continu à l'évolution de la situation. Environ 5% des points de vente du groupe ont été fermés en moyenne au cours de l'année – avec un pic à près de 20% au mois d'avril 2020 –, et quelque 30% ont poursuivi leur activité avec des horaires d'ouverture réduits.

Dans l'ensemble, les formats Retail ont été beaucoup moins affectés que les formats Food Service. En effet, le Retail a profité de son vaste éventail de produits, qui comprend, outre les produits alimentaires, le tabac, la presse, des produits non alimentaires et des services. Il a également bénéficié de son réseau de points de vente plus diversifié, situés dans des lieux actuellement plus fréquentés, comme les centres commerciaux, les agglomérations et les stations-services. Tant les

formats Retail que Food Service ont connu un début de reprise vers la fin du deuxième trimestre et en particulier au cours du troisième trimestre. Toutefois, la tendance des ventes s'est de nouveau détériorée avec le confinement lié à la deuxième vague, au quatrième trimestre 2020. Dans le domaine Food Service, le secteur des produits de boulangerie saumurés B2B a connu une forte chute temporaire des commandes lors du premier confinement en raison de l'affaiblissement du marché de la consommation à l'extérieur. Au deuxième semestre, la baisse des ventes (-13.4%) a été plus modérée, notamment grâce au lancement de nouveaux canaux de distribution et d'innovations en matière de produits.

Baisse des revenus avec une part moindre des ventes alimentaires à forte marge suite aux restrictions gouvernementales

Sur l'exercice 2020, Valora a enregistré des revenus nets de CHF 1697.4 millions, contre CHF 2029.7 millions en 2019, et des ventes externes de CHF 2233.3 millions (2019: CHF 2680.6 millions), soit un recul respectif de -16.4% et -16.7%. Le groupe a également constaté des glissements importants de l'alimentaire vers les catégories tabac, non-alimentaire et services. La consommation alimentaire hors foyer ayant reculé en raison des restrictions gouvernementales, les ventes externes dans la catégorie alimentaire ont chuté de -27.9% en devise locale. Durant les mois de janvier et de février 2020, avant la crise, la catégorie alimentaire a connu une croissance de +2.5% en devise locale. L'exercice 2020 a totalisé un bénéfice brut de CHF 743.3 millions, contre CHF 917.2 millions l'année précédente. La marge bénéficiaire brute a atteint 43.8%, soit -1.4 point de pourcentage en-deçà du niveau de 2019, notamment en raison de la baisse susmentionnée de la part des ventes alimentaires à forte marge.

Les mesures de réduction des coûts ont compensé le recul du bénéfice brut à plus de 50%

Valora a rapidement pris un ensemble de mesures destinées à réduire les coûts au sein du groupe et a également recouru aux programmes de chômage partiel mis en place par les gouvernements. Temporairement, plus de la moitié de ses effectifs s'est retrouvée en chômage partiel. La proportion était d'environ un tiers des effectifs de Valora à la fin de l'année. Les principales mesures de réduction des coûts ont porté sur la gestion des capacités au niveau des points de vente, de la production ainsi que de certaines fonctions centrales, accompagnées d'un gel des embauches. L'accent a été mis en outre sur une gestion des coûts extrêmement rigoureuse entre autres dans les domaines de la logistique, du marketing et des ressources informatiques, ainsi que dans l'obtention de concessions de loyers. Le groupe est ainsi parvenu à réaliser une réduction significative des coûts de -11.7% par rapport à l'année précédente, soit de CHF 96.5 millions à CHF -729.3 millions, ce qui a permis de compenser 55.5% du recul du bénéfice brut du groupe. Un résultat obtenu malgré des éléments de coûts fixes considérables, liés à des loyers minimaux, aux installations de production des produits de boulangerie saumurés B2B ainsi qu'au soutien financier temporaire accordé aux partenaires de franchise et d'agence.

En raison des loyers minimaux élevés dans les baux basés sur le chiffre d'affaires, il n'a pas été possible de parvenir à une répartition équilibrée des risques entre propriétaire et locataire en 2020. En dépit de la faible fréquentation des clients, les loyers n'ont été réduits que de -11% par rapport aux loyers contractuels en 2020 pour l'ensemble du réseau de points de vente. Les négociations de loyers pour 2021 et au-delà se poursuivent sans relâche.

Un EBIT positif, dans la limite supérieure des prévisions

Suite à l'évolution des ventes et aux économies de coûts, l'EBIT du groupe Valora pour l'exercice 2020 s'est monté à CHF 14.1 millions (2019: CHF 91.5 millions). Il se situait donc dans la fourchette supérieure des prévisions de Valora, malgré le renforcement massif des restrictions du gouvernement vers la fin de l'année. La marge d'EBIT s'est élevée à 0.8% (2019: 4.5%). Le bénéfice net du groupe a atteint CHF -6.2 millions (2019: CHF 73.7 millions).

Free cash-flow solide et bilan renforcé

Le groupe a généré un free cash-flow solide de CHF 38.1 millions (2019: CHF 76.0 millions), grâce à un EBITDA solide (CHF 83.4 millions; 2019: 157.4 millions), mais aussi à une gestion cohérente et

durable des actifs circulants net et à des décisions d'investissement ciblées. En outre, Valora a renforcé sa structure financière grâce au crédit syndiqué augmenté à CHF 150 millions au printemps 2020, ainsi qu'au produit de l'augmentation de capital réalisée par le placement réussi de 440 000 actions en novembre 2020. À cela s'est ajoutée la suspension des dividendes pour l'exercice 2019. Tout cela a permis de réduire la dette nette à CHF 211.8 millions, soit une baisse de CHF -109.1 millions, et d'obtenir un solide ratio de levier correspondant à 2.5x EBITDA (31.12.2019: 2.0x EBITDA). De plus, Valora a pu obtenir une marge supplémentaire liée à la COVID-19 concernant le «Leverage Ratio Covenant» de son crédit syndiqué jusqu'au 30 juin 2022. Valora dispose ainsi d'un bilan renforcé et d'un échéancier de dettes favorable.

Un modèle commercial résilient et un marché foodvenience qui conserve son attrait

Tout au long de l'année de crise, le réseau Valora et ses partenaires ont assuré un service continu à leurs clients pour autant que les restrictions gouvernementales le permettaient. Le groupe jouit d'un excellent positionnement sur ses marchés et possède un modèle commercial prometteur. Michael Mueller, CEO du groupe Valora: «Face à la pandémie, le groupe a prouvé la résilience de son modèle commercial. Nous sommes convaincus que l'activité foodvenience de Valora restera attrayante à l'avenir. La reprise dépendra de l'assouplissement des restrictions gouvernementales en matière de travail et de mobilité. Nous avons observé les premiers signes d'un rétablissement à l'issue du confinement du printemps 2020.»

La poursuite des priorités stratégiques

Sur cette base, Valora maintient ses priorités stratégiques fixées avant la crise du coronavirus, l'alimentaire restant le principal moteur de croissance. En 2020, les dépenses d'investissement du groupe ont atteint CHF 55 millions en dépit de la priorisation et du report d'investissements majeurs dus à la COVID-19. Cela correspond à environ 60% des investissements consentis au cours de l'exercice précédent.

L'expansion des capacités B2B pour la production de produits de boulangerie saumurés en Allemagne et aux États-Unis a été achevée au cours du premier trimestre 2020. Grâce aux nouvelles installations, la division a été en mesure de proposer des innovations de produits supplémentaires. Par ailleurs, elle a non seulement reçu de nouvelles commandes de la part de ses clients Food Service existants, mais elle a également gagné de nouveaux clients, notamment des détaillants du secteur alimentaire.

Valora a bien progressé concernant la conversion des points de vente assurés par l'appel d'offres des CFF en magasins de proximité avec et en kiosk modernisés proposant davantage d'alimentation. Seuls 30 réaménagements ont dû être reportés en raison d'une interruption liée à la COVID-19. Le projet devrait être achevé en 2022. Les magasins avec transformés affichent des performances supérieures à la moyenne par rapport aux points de vente existants. Les premiers résultats sont prometteurs.

Valora a également amélioré l'attrait de son offre au rayon frais, avec des produits innovants ainsi qu'un éventail d'alternatives végétariennes et véganes. Dans le contexte de son engagement en faveur du développement durable, le groupe a en outre sauvé quelque 270 000 portions alimentaires en collaboration avec Too Good To Go depuis 2019 et a mis en place des projets pilotes prometteurs pour lutter contre le gaspillage alimentaire au cours de l'année dernière. L'un d'entre eux est un cockpit d'annulation numérique développé pour le secteur Retail suisse, qui permet de prendre des mesures ciblées contre le gaspillage alimentaire dans les points de vente proposant une importante part de produits alimentaires.

En réponse aux changements de comportement des consommateurs, Valora continue de développer de nouvelles solutions numériques de Convenience et a étendu ses compétences à l'interne, même durant la crise. L'accent est mis sur «autonomous stores» et le self-checkout, la fidélité, la livraison, l'e-commerce et l'amélioration des processus. Valora a entre autres lancé la phase pilote de www.avecnow.ch durant le premier confinement. Aujourd'hui, le magasin en ligne livre en l'espace

d'une heure seulement les marchandises commandées parmi une vaste gamme de produits de proximité. Un modèle de magasin hybride a également vu le jour, avec 24/7, fin janvier 2021. Celui-ci fonctionne en partie comme un magasin conventionnel et en partie de manière autonome. Après le lancement du magasin sans caisse et autonome avec box, où l'entrée, les achats et le paiement se font dans l'application avec, cette nouveauté a constitué une nouvelle étape importante.

Perspectives 2021: la fin de la pandémie de coronavirus demeure une inconnue

Il n'est toujours pas possible de prévoir quand la pandémie sera maîtrisée. Les nouvelles restrictions gouvernementales massives liées à la deuxième vague ont encore fortement frappé Valora durant les deux premiers mois de cette année. On peut s'attendre à un assouplissement progressif à partir de mars 2021. Mais il est probable que ce processus prendra davantage de temps que prévu. Dès lors, Valora ne prévoit pas de hausse significative de la fréquentation avant juin 2021. Dans ce contexte, la crise du coronavirus pèsera encore lourdement sur le premier semestre 2021. Cependant, l'activité devrait connaître une forte reprise au deuxième semestre de l'année et afficher une meilleure évolution qu'en 2020. Cette reprise devrait profiter en particulier à la catégorie food, ce qui se reflètera positivement dans le chiffre d'affaires foodvenience et donc, dans la marge bénéficiaire brute.

Aujourd'hui, Valora pense renouer avec une rentabilité mensuelle comparable à avant la crise à la fin de l'année 2021. Le groupe y contribuera en poursuivant sa gestion rigoureuse des coûts, tout en profitant des mesures durables et des expériences de l'année dernière. La conversion des sites CFF sera poursuivie à un rythme adapté à la situation. Par ailleurs, il faudra limiter au maximum les compromis en matière de développement des compétences numériques et des solutions convenience. Même si le redressement de la situation devrait se produire en 2021, le moment et l'ampleur des assouplissements des restrictions gouvernementales demeurent très incertains. Il est donc impossible de formuler des prévisions fiables quant à l'évolution de l'EBIT, en particulier pour le premier semestre 2021. Sur la base de l'évolution de l'activité des six premiers mois, Valora présentera des perspectives concernant le résultat annuel 2021 lors de sa conférence de presse sur les résultats semestriels.

Propositions à l'intention de l'assemblée générale

Lors de l'assemblée générale annuelle, qui aura lieu le 31 mars 2021, le conseil d'administration proposera de reporter à nouveau le résultat annuel de 2020, sans distribution des dividendes. Face à la situation persistante induite par la COVID-19 et afin de conserver une liberté d'action stratégique, le conseil d'administration a décidé de faire preuve de prudence dans l'utilisation des ressources financières, dans l'intérêt de l'entreprise et de toutes les parties prenantes.

De plus, le conseil d'administration recommande un nouveau membre à l'élection: Felix Stinson est responsable de la gestion des investissements du family office de la famille Ditsch, dont il fait lui-même partie. Il fera profiter le conseil d'administration de son expertise en matière de finances et d'investissements et représentera Ernst Peter Ditsch, actionnaire de référence de Valora, en signe de son engagement de longue date auprès de Valora. S'il est élu au conseil d'administration, Felix Stinson succédera à Suzanne Thoma qui ne sera plus disponible pour un mandat supplémentaire. Elle a décidé de quitter le conseil d'administration afin de se concentrer sur ses domaines de spécialisation, que sont l'énergie, les prestations de services d'infrastructures et l'industrie. Au nom de Valora, le conseil d'administration remercie Suzanne Thoma de son engagement et son soutien tout au long du mandat qui se termine.

L'assemblée générale 2021 se tiendra sans la présence physique des actionnaires conformément à l'art. 27 de l'Ordonnance 3 sur les mesures destinées à lutter contre le coronavirus (COVID-19)» publiée par le Conseil fédéral (Ordonnance 3 COVID-19).

Groupe Valora	2020		2019		Evolution	
	en millions de CHF	%		%		en devise locale
Chiffre d'affaires externe	2'233.3	131.6%	2'680.6	132.1%	-16.7%	-15.1%
Chiffre d'affaires net	1'697.4	100.0%	2'029.7	100.0%	-16.4%	-15.2%
Bénéfice brut	743.3	43.8%	917.2	45.2%	-19.0%	-17.7%
- Coûts d'exploitation, nets	-729.3	-43.0%	-825.7	-40.7%	-11.7%	-10.4%
Résultat d'exploitation (EBIT)	14.1	0.8%	91.5	4.5%	-84.6%	-84.3%
EBITDA	83.4	4.9%	157.4	7.8%	-47.0%	-45.9%
Résultat du groupe	-6.2	-0.4%	73.7	3.6%	n.a.	n.a.

Curriculum vitae: Felix Stinson

Depuis 2017, Felix Stinson est responsable de la gestion des investissements auprès du family office de la famille Ditsch à Mayence et à Zurich. Âgé de 35 ans et possédant la double nationalité germano-américaine, il a passé auparavant plus de deux ans au sein de la succursale allemande de BNP Paribas S.A., entre autres comme gestionnaire de portefeuille pour les transactions de leveraged finance. Entre 2010 et 2014, il a assumé la fonction d'analyste quantitatif en banque d'investissement auprès de Deutsche Bank AG à New York et à Francfort. Durant sa formation, il a en outre travaillé chez BASF SE/ BASF IT Services GmbH en Allemagne et en Grande-Bretagne, puis chez IBM Deutschland GmbH. Felix Stinson est titulaire d'un master scientifique en finance et investissement de la Rotterdam School of Management, Erasmus University. Il détient également un bachelors en mathématiques de l'Université technique de Darmstadt ainsi qu'un diplôme en informatique de gestion de l'Université de formation duale du Bade-Wurtemberg à Mannheim. Felix Stinson est membre du conseil consultatif de United Chocolate GmbH. Au sein du conseil d'administration de Valora, il représentera Ernst Peter Ditsch, actionnaire de référence de l'entreprise, et renforcera l'organe dans les domaines des finances et des investissements.

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

- [Communiqué de presse](#)
- [Présentation des résultats annuels 2020](#) (en anglais)
- [Online Annual Report 2020](#) (en anglais)
- [Valora Stories – The Annual Report Selection](#)

Pour toute question, merci de vous adresser à:

Investor Relations
Annette Carrer-Martin
Tél. +41 61 467 21 23
annette.carrer@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 quelque 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 k 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 CHF 2.2 milliards. 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.

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.

**Conférence téléphonique pour les médias
Résultats financiers 2020 de Valora**

Date: mercredi 24 février 2021
Heure: 08h30 (CET)
Langue: allemand

Intervenants: Michael Mueller, CEO
 Beat Fellmann, CFO

Conférence téléphonique:
 Suisse / Europe: +41 (0) 58 310 50 00
 Royaume-Uni: +44 (0) 207 107 06 13
 États-Unis: +1 (1) 631 570 56 13

Webcast: [Lien](#)
 (uniquement présentation sans l'audio; pour l'audio, veuillez vous connecter à la conférence téléphonique)

Présentation: [Lien vers le PDF](#)

**Conférence téléphonique pour les investisseurs et analystes
Résultats financiers 2020 de Valora**

Date: mercredi 24 février 2021
Heure: 10h30 (CET)
Langue: anglais

Intervenants: Michael Mueller, CEO
 Beat Fellmann, CFO

Conférence téléphonique:
 Suisse / Europe: +41 (0) 58 310 50 00
 Royaume-Uni: +44 (0) 207 107 06 13
 États-Unis: +1 (1) 631 570 56 13

Webcast: [Lien](#)
 (uniquement présentation sans l'audio; pour l'audio, veuillez vous connecter à la conférence téléphonique)

Présentation: [Lien vers le PDF](#)

L'enregistrement de la conférence téléphonique sera disponible sur www.valora.com au plus tard à partir de 16h00 (CET).