
Communiqué de presse

Le texte original anglais fait foi



Suivez les événements du jour en direct

08h00 CET [Conférence de presse](#) (en anglais et mandarin)

09h30 CET [Conférence avec les investisseurs](#) (en anglais)

Tous les détails: www.nestle.com//Media/MediaEventsCalendar/Pages/AllEvents.aspx?PageId=68

Ventes Nestlé des neuf premiers mois: croissance organique de 6,1%, prévisions annuelles confirmées

- Ventes en hausse de 11% à CHF 67,6 milliards
- Croissance organique de 6,1%, croissance interne réelle de 2,9%
- Croissance organique de 11,7% dans les marchés émergents et de 2,4% dans les marchés développés
- Prévisions pour l'ensemble de l'année confirmées: croissance organique de 5% à 6%, amélioration de la marge et du bénéfice récurrent par action à taux de change constants

Paul Bulcke, Administrateur délégué de Nestlé: «La croissance de Nestlé au cours des neuf premiers mois de l'année est conforme à nos attentes. Elle est le résultat des compétences constituées au fil du temps dans les domaines de l'innovation, de la distribution et de notre engagement auprès des consommateurs. Nous avons réalisé une croissance à deux chiffres dans les marchés émergents, où nous étendons nos canaux de distribution et développons notre offre de produits. Nous avons crû dans les marchés développés où la concurrence est vive, malgré un malaise économique général et le faible niveau de confiance des consommateurs. La dynamique continue de notre croissance interne réelle, combinée à une pression des coûts légèrement plus faible, nous permet de confirmer nos prévisions pour l'ensemble de l'année.»

Vevey, le 18 octobre 2012 – Durant les neuf premiers mois de 2012, la croissance organique du groupe Nestlé s'est montée à 6,1%, dont 2,9% de croissance interne réelle et 3,2% d'augmentation des prix. L'effet des taux de change de 2,2% a été positif pour la première fois cette année. Les acquisitions, nettes des cessions, ont ajouté 2,7%. Les ventes totales ont augmenté de 11,0% à CHF 67,6 milliards.

Marché des affaires

Le groupe Nestlé a continué de croître dans toutes les régions du monde, avec une croissance organique de 6,1% dans les Amériques, de 2,5% en Europe et de 10,8% en Asie, Océanie et Afrique. Nos affaires ont crû de 11,7% dans les marchés émergents et de 2,4% dans les marchés développés.

Zone Amériques

Ventes de CHF 20,9 milliards, croissance organique de 5,5%, croissance interne réelle de 0,4%

- La croissance dans la Zone a été générale, avec une contribution de la plupart des catégories et des régions.
- En **Amérique du Nord**, l'environnement commercial est resté morose, reflétant des conditions économiques difficiles et le faible niveau de confiance des consommateurs. Les catégories des plats surgelés et des pizzas ont poursuivi leur déclin mais les parts de marché de *Stouffer's* et *Lean Cuisine* se sont améliorées. Les récentes nouveautés de pizza, soit les pizzas à l'italienne et les tranches de pizza à saucer, ont continué leurs bonnes performances. Les glaces se sont améliorées, tandis que de fortes performances ont été enregistrées à la fois dans le café soluble et dans les blanchisseurs de café: *Nescafé Clásico* et *Coffee-Mate Natural Bliss* se sont distingués. Les produits pour animaux de compagnie ont conservé la dynamique positive observée cette année, avec de bonnes performances dans les produits pour chat *Friskies* et *Fancy Feast*, de même que dans les produits pour chien *Beneful*. *Tidy Cats* a également bien marché.
- Une croissance à deux chiffres a été enregistrée en **Amérique Latine**, avec de bonnes contributions de la plupart des marchés et des régions. Le Brésil et le Mexique ont continué à générer une forte croissance, tandis que celle des catégories du chocolat, du café soluble et des glaces a été bonne. Les produits pour animaux de compagnie ont publié une croissance dépassant les 20%.

Zone Europe

Ventes de CHF 11,2 milliards, croissance organique de 1,9%, croissance interne réelle de 0,5%

- Les plateformes d'innovation de la Zone, particulièrement les boissons et les produits pour animaux de compagnie, ont continué à créer de la croissance dans un environnement économique se détériorant.
- La région de Grande-Bretagne, la France et la Suisse se distinguent parmi les principaux marchés d'**Europe Occidentale**. La Grèce et le Benelux ont aussi poursuivi leur croissance.
- En **Europe Centrale et de l'Est**, la Russie, l'Ukraine, la Région Adriatique et la Roumanie ont contribué de manière positive.
- On relève une bonne croissance dans différentes catégories. Dans le café, le café soluble *Nescafé* et le système *Nescafé Dolce Gusto* ont fait de bonnes performances. Les glaces se sont bien rattrapées au cours du troisième trimestre, après un début de saison plutôt lent. Les pizzas *Wagner* et *Buitoni* se sont démarquées dans les produits surgelés. Nos produits à positionnement populaire ont aussi été des moteurs-clés de croissance pour la Zone, en particulier en Russie et dans les régions de Grande-Bretagne et Ibérique. Les produits pour animaux de compagnie ont conservé leur dynamique solide à travers toute l'Europe.

Zone Asie, Océanie et Afrique

Ventes de CHF 14,0 milliards, croissance organique de 9,4%, croissance interne réelle de 6,3%

- La Zone s'est concentrée à renforcer la distribution, à innover dans tous les segments, des produits haut de gamme aux produits à positionnement populaire, à améliorer ses capacités et à intégrer Yinlu

et Hsu Fu Chi. Le total des ventes pour la Zone, y compris les nouveaux partenariats, a augmenté de 25,9% par rapport aux CHF 11,1 milliards atteints à la même période l'an dernier.

- Les **marchés émergents** ont réalisé une croissance à deux chiffres. L'Afrique a vu sa croissance doubler par rapport à la croissance moyenne de la Zone, et le Moyen-Orient a également enregistré une performance extrêmement forte. La Chine et l'Indonésie font partie des autres marchés qui ont bien contribué. Les catégories qui ont principalement généré de la croissance sont les produits laitiers, les boissons en poudre et prêtes-à-boire, en particulier *Nescafé*, les produits culinaires ambiants, avec *Maggi* et *Totole*, le chocolat, dont *Shark* en Chine, et les glaces.
- Dans les **marchés développés**, le Japon a enregistré de la croissance, grâce aux systèmes *Nescafé Barista* et *Nescafé Dolce Gusto*, et au chocolat, surtout *Kit Kat*.

Nestlé Waters

Ventes de CHF 5,6 milliards, croissance organique de 5,8%, croissance interne réelle de 4,0%

- Toutes les régions ont crû, l'Amérique du Nord et les marchés émergents en tête.
- En **Amérique du Nord**, les eaux haut de gamme *Perrier* et *S.Pellegrino* ont poursuivi leur croissance dynamique, de même que l'eau d'entrée de gamme *Nestlé Pure Life*. Parmi les marques régionales *Poland Spring* et *Ice Mountain* se sont distinguées.
- La croissance en **Europe** a été bonne au troisième trimestre, particulièrement en France, au Royaume-Uni, en Pologne et en Hongrie. *Vittel*, *Buxton*, *Perrier* et *S.Pellegrino* sont les marques qui y ont principalement contribué.
- Les **marchés émergents** ont enregistré une croissance à deux chiffres, de nombreux marchés atteignant de hauts niveaux de croissance. *Nestlé Pure Life*, de même que les marques locales *La Vie*, *Erikli* et *Al Manhal*, ont réalisé de bonnes performances.

Nestlé Nutrition

Ventes de CHF 5,8 milliards, croissance organique de 6,6%, croissance interne réelle de 2,4%

- La **nutrition infantile** a réalisé une croissance élevée dans les marchés émergents, emmenée par les formules et céréales infantiles qui bénéficient d'innovations réussies et du déploiement multi-marchés de marques telles que *Nestlé NAN*, *Lactogen*, *Nestum* et *Cerelac*. Quelques marchés développés ont connu des conditions commerciales atones en raison de la contraction de cette catégorie. Cependant, des innovations comme les purées en sachets *Gerber* aux Etats-Unis et les assiettes *NaturNes* en France ont créé de la croissance dans leur catégorie.
- La **nutrition de performance** a réalisé une croissance positive, entraînée par les Etats-Unis et l'Europe. Nos affaires de **gestion du poids** restent difficiles dans leur marché le plus important que sont les Etats-Unis.

Autres

Ventes de CHF 10,1 milliards, croissance organique de 8,9%, croissance interne réelle de 6,3%

- **Nestlé Professional** a conservé sa dynamique, enregistrant une croissance à deux chiffres dans les marchés émergents et en Amérique du Nord. Dans les activités d'alimentation, les gammes de produits *Chef* et *Maggi* ont été étendues, suite à l'acquisition des affaires de bouillons et de sauces

Oscar. Les activités de boissons ont poursuivi le déploiement de leurs systèmes *Nescafé Milano*, *Viaggi by Nescafé* et *Nescafé Alegria*, actuellement disponibles dans soixante pays. Elles ont aussi réalisé une forte croissance dans les catégories traditionnelles du café soluble et du prêt-à-boire.

- **Nespresso** a réalisé une croissance à deux chiffres durant une période caractérisée par un haut niveau d'innovation, avec entre autre le lancement de trois éditions limitées de café et de deux nouvelles machines, de même que l'ouverture de 28 boutiques.
- Le portefeuille de produits de **Nestlé Health Science** a enregistré de bonnes performances. Les acquisitions sont intégrées et produisent des résultats conformes à nos prévisions, voire meilleurs. Le Nestlé Institute of Health Sciences commence à renforcer nos compétences grâce à son travail sur les solutions nutritionnelles personnalisées visant des maladies spécifiques.
- La coentreprise **Cereal Partners Worldwide** a réalisé une nouvelle fois une forte croissance dans les marchés émergents, et une croissance modérée, à l'image de la catégorie, dans les marchés développés. Les coentreprises du domaine de la **Pharma** ont publié une croissance élevée à un chiffre, entraînée par la dermatologie.

Perspectives

Comme nous le pensions, l'environnement commercial demeure toujours aussi difficile, particulièrement dans les marchés développés. Notre performance réalisée jusqu'ici est conforme à nos prévisions. Les compétences constituées au fil du temps dans les domaines de l'innovation, de la distribution et de l'engagement auprès des consommateurs stimulent notre croissance. Ceci, combiné à une pression des coûts légèrement plus faible, nous permet de confirmer nos prévisions pour l'ensemble de l'année: nous sommes en bonne position pour réaliser le modèle Nestlé, soit une croissance organique de 5% à 6% et une amélioration de la marge et du bénéfice récurrent par action à taux de change constants.

Contacts

Médias

Robin Tickle

Tél.: +41 21 924 22 00

Investisseurs

Roddy Child-Villiers

Tél.: +41 21 924 36 22

Annexe

Aperçu des ventes sur les neuf premiers mois 2012

	Janv.-Sept. 2012 Ventes en CHF millions	Janv.-Sept. 2011 Ventes en CHF millions	Janv.-Sept. 2012 Croissance organique (%)	Janv.-Sept. 2012 Croissance interne réelle (%)
Par secteur opérationnel				
• Zone Amériques	20'892	19'131	+5,5	+0,4
• Zone Europe	11'198	11'114	+1,9	+0,5
• Zone Asie, Océanie et Afrique	13'951	11'082	+9,4	+6,3
Nestlé Waters	5'584	5'084	+5,8	+4,0
Nestlé Nutrition	5'831	5'412	+6,6	+2,4
Autres	10'112	9'066	+8,9	+6,3
Total Groupe	67'568	60'889	+6,1	+2,9
Par produit				
Boissons liquides et en poudre	14'441	13'050	+9,5	+5,7
Eaux	5'588	5'089	+5,8	+4,0
Produits laitiers et Glaces	14'083	12'159	+6,4	+1,3
Nutrition & HealthCare	7'921	7'188	+6,7	+3,4
Plats préparés et produits pour cuisiner	10'419	10'045	+1,0	-0,9
Confiserie	7'166	6'282	+4,7	+2,7
Produits pour animaux de compagnie	7'950	7'076	+7,8	+4,3
Total Groupe	67'568	60'889	+6,1	+2,9