

### Suivez l'événement du jour en direct

14h00 CEST [Audio-conférence avec les investisseurs](#) (en anglais)

Tous les détails: <https://www.nestle.com/media/mediaeventscalendar/allevants/2019-half-year-results>

## Nestlé publie ses résultats semestriels 2019

- La croissance organique s'élève à 3,6%, avec une croissance interne réelle (RIG) soutenue de 2,6% et une adaptation des prix de 1,0%. L'accélération de la croissance a été essentiellement portée par la dynamique aux Etats-Unis et au Brésil.
- Les ventes totales publiées ont augmenté de 3,5% à CHF 45,5 milliards (6M-2018: CHF 43,9 milliards). Les acquisitions nettes ont eu un impact positif de 1,1% et la variation des taux de change a réduit les ventes de 1,2%.
- La marge opérationnelle courante récurrente (UTOP) a atteint 17,1%, en hausse de 100 points de base. La marge opérationnelle courante (TOP) a augmenté de 90 points de base à 15,5%.
- Le bénéfice récurrent par action a augmenté de 15,7% à taux de change constants et de 14,6% sur base publiée, pour atteindre CHF 2.13. Le bénéfice par action a baissé de 12,3% à CHF 1.68 sur base publiée, car l'exercice précédent avait bénéficié de la cession des affaires de confiseries aux Etats-Unis.
- Le cash flow libre a augmenté de 40,4% à CHF 4,1 milliards.
- La gestion du portefeuille est totalement conforme aux prévisions. La vente de Nestlé Skin Health devrait être finalisée au second semestre 2019 au prix convenu de CHF 10,2 milliards. La revue stratégique de l'activité de charcuterie *Herta* est en cours et devrait être terminée fin 2019.
- Les prévisions annuelles 2019 sont confirmées. Nous prévoyons une croissance organique des ventes aux alentours de 3,5% et une marge opérationnelle courante récurrente annuelle d'au moins 17,5%. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants et la rentabilité du capital sont prévus à la hausse.

### Mark Schneider, Administrateur délégué de Nestlé:

*« Nos résultats du premier semestre sont encourageants et représentent de nouveaux progrès vers l'atteinte de nos objectifs financiers 2020. L'exécution disciplinée de notre stratégie et l'accélération de nos innovations ont contribué à l'amélioration aussi bien de la croissance organique que de la rentabilité. Notre croissance repose sur une large base géographique, avec une performance particulièrement positive aux Etats-Unis, notre plus grand marché. Au sein de nos catégories, les augmentations des investissements dans nos marques et dans l'innovation ont clairement porté leurs fruits, ainsi que le reflètent notre forte dynamique dans les produits pour animaux de compagnie et le retour à une croissance moyenne à un chiffre dans la catégorie café. Notre lancement de la gamme de produits Starbucks a été jusqu'ici un franc succès. Nous prévoyons d'étendre la gamme à plusieurs autres marchés et d'apporter de nouvelles innovations de produits pour tirer le meilleur parti de cette exceptionnelle opportunité. La gestion active de notre portefeuille continuera de renforcer notre orientation stratégique et focalisera la compagnie sur les catégories attrayantes à fort potentiel de croissance. Notre modèle de création de valeur atteint clairement les résultats attendus et soutiendra une croissance rentable durable. »*

## Résultats du Groupe

	Total Groupe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Autres activités
Ventes 6M-2019 (CHF millions)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
Ventes 6M-2018 (CHF millions)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
Croissance interne réelle (RIG)	2,6%	2,0%	3,7%	2,5%	-3,3%	6,7%
Adaptation des prix	1,0%	1,9%	-1,3%	0,8%	4,7%	0,7%
Croissance organique	3,6%	3,9%	2,4%	3,3%	1,4%	7,4%
Cessions et acquisitions nettes	1,1%	6,4%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-6,5%
Taux de change	-1,2%	0,5%	-3,1%	-2,3%	-0,3%	-1,4%
Croissance des ventes publiées	3,5%	10,8%	-0,8%	0,9%	0,9%	-0,5%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2019	17,1%	19,2%	18,8%	23,1%	11,8%	19,6%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2018*	16,1%	18,8%	18,7%	22,7%	10,0%	16,4%

\*Les chiffres 2018 ont été ajustés pour refléter le changement de répartition de certains frais de commercialisation et d'administration des montants Non alloués aux secteurs opérationnels, afin de mieux refléter l'utilisation des frais centraux par chaque Zone et par les activités gérées globalement.

## Ventes du Groupe

La croissance organique a atteint 3,6%. La croissance interne réelle de 2,6% est restée à l'extrémité supérieure de la fourchette de l'industrie de l'alimentation et des boissons. L'adaptation des prix a contribué pour 1,0% avec un certain ralentissement au deuxième trimestre dû à l'environnement déflationniste en Europe et une adaptation des prix plus faible au Brésil. La croissance organique a atteint 3,4% en excluant les activités faisant l'objet d'une revue stratégique. L'accélération de la croissance d'une année à l'autre a été portée par les Etats-Unis et le Brésil. La Zone AOA a enregistré une croissance solide, malgré un développement négatif des ventes au Pakistan et un ralentissement dans certaines catégories en Chine. La croissance organique du Groupe a été de 2,4% dans les marchés développés, avec une accélération significative de la croissance interne réelle au deuxième trimestre. La croissance dans les marchés émergents s'est élevée à 5,3%.

Au niveau du Groupe, toutes les catégories de produits ont enregistré une croissance positive. Les produits pour animaux de compagnie *Purina*, le café et la nutrition infantile y ont largement contribué. Le café a renoué avec une croissance moyenne à un chiffre au deuxième trimestre, avec une dynamique positive de *Nespresso* et de *Nescafé* dans toutes les Zones. Le lancement des produits Starbucks dans quatorze marchés a suscité une forte demande et une expansion dans d'autres marchés est prévue au second semestre.

Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 1,1%. Les acquisitions de la licence Starbucks et de celle d'Atrium Innovations ont plus que compensé les cessions, principalement celle de Gerber Life Insurance. Les taux de change ont eu un impact négatif de 1,2%. Les ventes totales publiées ont augmenté de 3,5% à CHF 45,5 milliards.

## Résultat opérationnel courant récurrent

Le résultat opérationnel courant récurrent a augmenté de 10,1% à CHF 7,8 milliards. La marge opérationnelle courante récurrente a atteint 17,1%, représentant une augmentation de 100 points de base à taux de change constants et sur base publiée. La classification de Nestlé Skin Health en actif destiné à la vente a contribué pour 20 points de base dans la marge opérationnelle courante récurrente du Groupe.

L'amélioration de la marge a été soutenue par une adaptation des prix, des réductions des coûts structurels, des gains en efficacité opérationnelle et une amélioration du mix de produits. L'adaptation des prix a plus que compensé l'augmentation des coûts des matières premières et d'emballage au premier semestre. Les dépenses en marketing ont augmenté de 5,1% à taux de change constants.

Les dépenses de restructuration ajoutées aux autres éléments opérationnels courants nets ont été de CHF 0,7 milliard. Le résultat opérationnel courant a augmenté de 10,4% à CHF 7,1 milliards. La marge opérationnelle courante a augmenté de 90 points de base sur base publiée, pour atteindre 15,5%.

### **Charges financières nettes et impôt sur le bénéfice**

Les charges financières nettes ont augmenté de 45,7% à CHF 504 millions, reflétant la hausse de la dette nette.

Le taux d'imposition du Groupe a augmenté de 110 points de base à 27,5%. Le taux d'imposition récurrent a baissé de 280 points de base à 21,4%. Cette diminution résulte principalement de l'évolution géographique et du mix de nos affaires.

### **Bénéfice net et bénéfice par action**

Le bénéfice net a diminué de 14,6% à CHF 5,0 milliards, et le bénéfice par action a baissé de 12,3% à CHF 1.68. Au premier semestre de 2018, le bénéfice net avait été influencé positivement par la vente des affaires de confiseries aux Etats-Unis.

Le bénéfice récurrent par action a progressé de 15,7% à taux de change constants et de 14,6% sur base publiée, à CHF 2.13. Cette augmentation résulte principalement d'une amélioration de la performance opérationnelle et de baisse d'impôts. Le programme de rachat d'actions de Nestlé a contribué pour 1,9% à l'augmentation du bénéfice récurrent par action, net des charges financières.

### **Cash flow**

Le cash flow libre a augmenté de 40,4% pour atteindre CHF 4,1 milliards. Cette progression est due à une performance opérationnelle plus solide et à plusieurs éléments exceptionnels.

### **Programme de rachat d'actions**

Au cours du premier semestre 2019, le Groupe a racheté des actions Nestlé pour CHF 4,2 milliards. Au 30 juin 2019, le Groupe avait réalisé 73% (CHF 14,5 milliards) du programme de rachat d'actions Nestlé de CHF 20 milliards annoncé en 2017. Nestlé prévoit de terminer son programme actuel d'ici la fin décembre 2019.

### **Dette nette**

La dette nette a augmenté à CHF 38,3 milliards au 30 juin 2019, contre CHF 30,3 milliards au 31 décembre 2018. Cette hausse reflète le paiement du dividende de CHF 7,2 milliards et des rachats d'actions de CHF 4,2 milliards, partiellement compensés par la forte génération de cash flow libre de CHF 4,1 milliards.

### **Développement stratégique**

En mai, Nestlé a annoncé le passage d'un système de livraison directe en magasin à un système de distribution via des entrepôts pour les activités de pizzas et de glaces aux Etats-Unis. Cette transition commencera dans le courant du deuxième semestre 2019 et devrait se terminer au deuxième trimestre 2020.

## Zone Amériques (AMS)

- Croissance organique de 3,9%: croissance interne réelle de 2,0%; adaptation des prix de 1,9%.
- L'Amérique du Nord a enregistré une croissance organique positive, avec une adaptation des prix et une croissance interne réelle équilibrées.
- L'Amérique latine a atteint une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une croissance interne réelle et une adaptation des prix positives.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 40 points de base à 19,2%.

	Ventes 6M-2019	Ventes 6M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone AMS	CHF 15,7 mia	CHF 14,2 mia	2,0%	1,9%	3,9%	CHF 3,0 mia	CHF 2,7 mia	19,2%	18,8%

La croissance organique a augmenté à 3,9%, soutenue par une croissance interne réelle en hausse de 2,0%, grâce à une accélération aussi bien en Amérique du Nord qu'en Amérique latine. L'adaptation des prix a été positive à 1,9%, portée essentiellement par les Etats-Unis. Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 6,4%, principalement en raison de l'acquisition de la licence Starbucks. Les taux de change ont eu un impact positif de 0,5%. Les ventes publiées dans la Zone AMS ont augmenté de 10,8% à CHF 15,7 milliards.

L'Amérique du Nord a maintenu une bonne croissance des ventes tout au long du premier semestre, avec une accélération significative au deuxième trimestre, enregistrant ainsi son meilleur trimestre en terme de croissance organique sur les huit dernières années. Le plus grand contributeur à la croissance a été la catégorie des produits pour animaux de compagnie *Purina*, dont la dynamique est restée forte dans le e-commerce et dans les marques haut de gamme comme *Purina Pro Plan*, *Purina ONE* et la litière *Tidy Cats*. Les produits vétérinaires ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par les lancements de nouveaux produits tels que les compléments probiotiques pour chiens *Purina Calming Care*. La catégorie boissons, qui comprend Starbucks, les crèmes à café *Coffee-mate* et *Nescafé*, a affiché une forte croissance à un chiffre. La croissance des produits surgelés a été positive, stimulée par les marques *Hot Pockets* et *Stouffer's*. Les pizzas et les glaces aux Etats-Unis ont affiché une solide dynamique au second trimestre.

L'Amérique latine a affiché une croissance moyenne à un chiffre, avec des contributions positives dans la plupart des marchés et des catégories. Le Brésil a enregistré une croissance élevée à un chiffre, soutenue par les solides performances des produits laitiers non réfrigérés, de la nutrition infantile, de Nestlé Professional et de *KitKat*. La croissance au second trimestre a été aidée par des comparables favorables dus à la grève des camionneurs en mai 2018. Le Mexique a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte demande pour *Nescafé* et pour la confiserie. L'Amérique latine a affiché une croissance à deux chiffres pour les produits pour animaux de compagnie *Purina*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone s'est améliorée de 40 points de base. Cette amélioration a été soutenue par l'adaptation des prix, la gestion du portefeuille et les réductions des coûts structurels. Ceux-ci ont plus que compensé les augmentations des coûts liés à l'inflation des matières premières.

## Zone Europe, Moyen-Orient et Afrique du Nord (EMENA)

- Croissance organique de 2,4%: croissance interne réelle de 3,7%; adaptation des prix de -1,3%.
- L'Europe de l'Ouest a affiché une solide croissance interne réelle, partiellement contrebalancée par l'évolution négative des prix.

- L'Europe Centrale et de l'Est a conservé une croissance organique moyenne à un chiffre, principalement portée par la croissance interne réelle. L'adaptation des prix a aussi été positive.
- Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord ont continué d'enregistrer une croissance organique moyenne à un chiffre. La croissance interne réelle et l'adaptation des prix ont été positives.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 10 points de base à 18,8%.

	Ventes 6M-2019	Ventes 6M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone EMENA	CHF 9,2 mia	CHF 9,3 mia	3,7%	-1,3%	2,4%	CHF 1,7 mia	CHF 1,7 mia	18,8%	18,7%

La croissance organique a été de 2,4%, soutenue par une forte croissance interne réelle de 3,7%. Les prix ont évolué à la baisse de 1,3%, les tendances déflationnistes continuant d'affecter les secteurs de l'alimentation et de la distribution dans la plupart des marchés d'Europe de l'Ouest. Les acquisitions nettes ont diminué les ventes de 0,1% et les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 3,1%. Les ventes publiées dans la Zone EMENA ont diminué de 0,8% à CHF 9,2 milliards.

La Zone EMENA a affiché une solide croissance interne réelle, soutenue par les bons résultats en Europe de l'Ouest et de l'Est, en particulier au deuxième trimestre. L'évolution des prix est restée négative, principalement en raison de l'environnement déflationniste continu en Europe de l'Ouest. Les catégories de produits pour animaux de compagnie *Purina* et nutrition infantile ont été les principaux contributeurs à la croissance dans toute la Zone. Dans la catégorie des produits pour animaux de compagnie, *Felix*, *Purina ONE* et *Tails.com* ont été les principales plateformes de croissance. Le café a affiché une performance légèrement négative au premier trimestre, mais il a renoué avec la croissance au deuxième trimestre. La dynamique s'est améliorée pour la confiserie, avec une croissance à deux chiffres pour *KitKat*. Les produits alimentaires végétariens ont enregistré une forte croissance à deux chiffres en Europe de l'Ouest. Le produit à base végétale *Garden Gourmet Incredible Burger* a été lancé dans neuf marchés au deuxième trimestre.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 10 points de base, grâce à la baisse des coûts structurels et à un mix de produits favorable. Les investissements marketing et commerciaux ont contribué à soutenir l'innovation et à développer nos marques.

### Zone Asie, Océanie et Afrique subsaharienne (AOA)

- Croissance organique de 3,3%: croissance interne réelle de 2,5%; adaptation des prix de 0,8%.
- La Chine a affiché une croissance organique faible à un chiffre, avec une adaptation des prix et une croissance interne réelle positives.
- L'Asie du Sud-Est a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, s'appuyant sur une forte croissance interne réelle et une adaptation des prix positive.
- L'Asie du Sud a réalisé un taux de croissance organique à un chiffre dans le bas de la fourchette. La croissance interne réelle et l'adaptation des prix ont été positives.
- L'Afrique subsaharienne a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une adaptation des prix et une croissance interne réelle équilibrées.
- Au Japon et en Océanie la croissance organique a été positive, avec une solide croissance interne réelle, mais une adaptation de prix négative.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 40 points de base à 23,1%.

	Ventes 6M-2019	Ventes 6M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Zone AOA	CHF 10,7 mia	CHF 10,6 mia	2,5%	0,8%	3,3%	CHF 2,5 mia	CHF 2,4 mia	23,1%	22,7%

La croissance organique a été de 3,3%, avec une croissance interne réelle de 2,5% et une adaptation des prix de 0,8%. Les acquisitions nettes ont eu un impact négatif de 0,1% sur les ventes. Les taux de change ont réduit les ventes de 2,3%. Les ventes publiées dans la Zone AOA ont augmenté de 0,9% à CHF 10,7 milliards.

La croissance a été solide dans la Zone AOA au premier semestre, malgré le développement négatif des ventes au Pakistan dû aux conditions de marché difficiles. La Chine a affiché une croissance modérée dans quelques catégories mais les produits culinaires et les glaces ont enregistré une bonne croissance. L'Asie du Sud-Est a réalisé une forte croissance, avec des contributions à deux chiffres en Indonésie et au Vietnam portée par la marque *Bear Brand* et les produits prêts à boire *Nescafé* et *Milo*. L'Asie du Sud, excepté le Pakistan, a enregistré une croissance élevée à un chiffre et une croissance solide pour les marques *NAN*, *Maggi* et *KitKat*. L'Afrique subsaharienne a maintenu une croissance moyenne à un chiffre. Le Japon et l'Océanie ont renoué avec la croissance, principalement grâce à une dynamique de croissance interne réelle positive au second trimestre.

Les produits pour animaux de compagnie *Purina* ont enregistré une croissance à deux chiffres et la nutrition infantile a affiché une croissance moyenne à un chiffre. Le café a connu une forte demande des produits Starbucks dans les marchés où ils ont été lancés (Japon, Corée du Sud, Hong Kong et Taiwan).

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone s'est améliorée de 40 points de base, portée par l'adaptation des prix, des réductions des coûts structurels et un mix de produits favorable. Les investissements marketing ont augmenté afin de soutenir l'innovation et de développer nos marques.

### Nestlé Waters

- Croissance organique de 1,4%: croissance interne réelle de -3,3%; adaptation des prix de 4,7%.
- L'Amérique du Nord a enregistré une croissance organique positive. La forte adaptation des prix a été partiellement contrebalancée par la croissance interne réelle négative.
- L'Europe a enregistré une croissance organique négative. L'adaptation des prix légèrement positive a été entièrement contrebalancée par la croissance interne réelle négative.
- Les marchés émergents ont affiché une croissance organique élevée à un chiffre, avec une forte adaptation des prix et une croissance interne réelle positive.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 180 points de base à 11,8%.

	Ventes 6M-2019	Ventes 6M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018	Marge 6M-2019	Marge 6M-2018
Nestlé Waters	CHF 4,0 mia	CHF 4,0 mia	-3,3%	4,7%	1,4%	CHF 0,5 mia	CHF 0,4 mia	11,8%	10,0%

La croissance organique a atteint 1,4% au premier semestre. La croissance interne réelle a diminué de 3,3%, impactée par des hausses de prix aux Etats-Unis et une croissance ralentie en Europe. L'adaptation des prix a été de 4,7%. Les acquisitions nettes ont réduit les ventes de 0,2%. Les taux de change ont diminué les ventes de 0,3%. Les ventes publiées de Nestlé Waters ont augmenté de 0,9% à CHF 4,0 milliards.

En Amérique du Nord, la croissance a été soutenue par les hausses de prix de 2018 suite à la forte inflation des coûts des emballages et de distribution. Les marques haut de gamme *S.Pellegrino*, *Perrier* et *Acqua Panna* ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, soutenue par des innovations réussies telles que *S.Pellegrino Essenza* et *Perrier & Juice*. L'activité de vente directe aux consommateurs *ReadyRefresh* a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, profitant d'une nouvelle plateforme digitale et d'une meilleure exécution. *Poland Spring* a aussi contribué avec une croissance positive. Parmi les nouveaux produits se trouve *Poland Spring ORIGIN*, une eau de source haut de gamme en bouteille dans un emballage 100% recyclé. *Nestlé Pure Life* a enregistré une croissance négative dans un contexte de concurrence de prix dans le segment des produits abordables.

Le développement des ventes a été négatif en Europe. La croissance s'est ralentie au deuxième trimestre à la suite de conditions météorologiques défavorables, en particulier en Europe du Nord. Les marchés émergents ont réalisé une croissance élevée à un chiffre, soutenue par une forte dynamique en Asie, en Turquie et en Egypte. *Nestlé Pure Life* a fortement contribué à la croissance dans les marchés émergents, avec le lancement de gammes pétillantes et aromatisées.

La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 180 points de base. Cette progression s'explique par une adaptation des prix à la hausse et par une réduction des coûts structurels. Ces mesures ont plus que compensé une nouvelle augmentation des coûts des emballages PET ainsi que des investissements en marketing plus élevés.

### Autres activités

- Croissance organique de 7,4%: croissance interne réelle de 6,7%; adaptation des prix de 0,7%.
- *Nespresso* a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une très forte dynamique dans la région Amériques.
- *Nestlé Health Science* a maintenu une croissance organique moyenne à un chiffre, essentiellement basée sur la croissance interne réelle.
- *Nestlé Skin Health* a connu une croissance organique à deux chiffres, avec une forte croissance interne réelle.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 320 points de base à 19,6%.

	Ventes 6M-2019	Ventes 6M-2018	Croissance			Résultat opérationnel courant récurrent	Résultat opérationnel courant récurrent	Marge	Marge
			interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	6M-2019	6M-2018	6M-2019	6M-2018
Autres activités	CHF 5,8 mia	CHF 5,9 mia	6,7%	0,7%	7,4%	CHF 1,1 mia	CHF 1,0 mia	19,6%	16,4%

La croissance organique de 7,4% a été portée par une solide croissance interne réelle de 6,7% et une adaptation des prix de 0,7%. Les acquisitions nettes ont diminué les ventes de 6,5%, principalement sous l'effet de la cession de *Gerber Life Insurance*, qui a contrebalancé l'apport d'*Atrium Innovations*. Les taux de change ont eu un impact négatif de 1,4% sur les ventes. Les ventes publiées des Autres activités ont baissé de 0,5% à CHF 5,8 milliards.

*Nespresso* a maintenu une croissance moyenne à un chiffre. L'Amérique du Nord et les marchés émergents ont enregistré une croissance à deux chiffres. La croissance organique a également été positive en Europe, grâce à la forte demande du système *Vertuo* et des *Limited Editions* de *Nespresso*.

*Nestlé Health Science* a affiché une croissance organique moyenne à un chiffre, soutenue par un fort développement des ventes dans la nutrition médicale et une expansion géographique dans les marchés

émergents. L'innovation a apporté un élan supplémentaire à la croissance, avec la forte demande des produits *Dr. Formulated* CBD certifiés sans THC (tétrahydrocannabinol) et sans OGM, qui ont été récemment lancés. Nestlé Skin Health a enregistré une croissance organique à deux chiffres tant au premier trimestre qu'au deuxième.

La marge opérationnelle courante récurrente des Autres activités a augmenté de 320 points de base, en raison de l'amélioration généralisée dans toutes les activités et en particulier celle de Nestlé Skin Health.

### **Nos affaires en tant que force au service du bien commun**

La création de valeur partagée est un principe fondamental dans la manière dont Nestlé conduit ses affaires. Nous sommes convaincus que le succès à long-terme de notre entreprise repose sur la création de valeur pour nos actionnaires et pour la société dans son ensemble. Nestlé Health Science en est une parfaite illustration.

Etre leader dans la science nutritionnelle. Nestlé Health Science offre un vaste portefeuille de produits de nutrition médicale scientifiquement prouvées, de santé grand public et de compléments alimentaires. Chaque année, elle développe plus d'un milliard de solutions de santé nutritionnelle pour les consommateurs, les patients et leurs prestataires de soins de santé. Nestlé Health Science s'engage à redéfinir la gestion de la santé dans des domaines comme le vieillissement en bonne santé, la santé métabolique, les allergies et la santé pédiatrique.

Apporter un soutien nutritionnel et le bien-être aux patients atteints d'un cancer. La lutte contre le cancer est un domaine particulier dans lequel Nestlé Health Science peut faire une différence significative. Les taux de survie au cancer s'améliorent grâce aux progrès de la science. Néanmoins, jusqu'à 80% des patients atteints de cancer souffrent de perte de poids et/ou de malnutrition au cours de leur maladie. Leur rétablissement s'en trouve ralenti et ils répondent moins bien aux traitements. Pour y remédier, Nestlé Health Science fournit un soutien nutritionnel à 400 000 patients atteints d'un cancer dans le monde. Sur les conseils de professionnels de santé et en collaboration avec des partenaires, Nestlé Health Science a développé la plateforme virtuelle COPES™ (Cancer Oriented Personalized Eating & Emotional Support) destinée à fournir une assistance dans les domaines de la nutrition et du bien-être. COPES™ a été lancée en avril aux Etats-Unis en recrutant ses premiers patients atteints de cancer et avec l'ambition d'en atteindre un plus grand nombre. Cette plateforme supervisée par des médecins est unique car elle répond à un besoin jusque-là non couvert, de fournir aux patients atteints de cancer des conseils sur la nutrition et le bien-être, bien au-delà de la vente de nos produits. Elle fournit les avantages suivants :

- **Les patients** jouent un rôle actif afin de satisfaire leurs besoins nutritionnels spécifiques et leur bien-être. Ils bénéficient de conseils individuels de spécialistes de la nutrition certifiés en oncologie. De plus, des recettes et des menus qui peuvent être adaptés selon leurs symptômes leur sont proposés.
- **Les professionnels de santé** peuvent continuer à suivre les patients à tout moment en dehors du milieu hospitalier, ce qui leur permet d'adapter les traitements des patients en fonction de leurs symptômes et des effets secondaires.
- **Les assureurs et les souscripteurs de prises en charge** bénéficient d'informations sur les résultats attendus dans l'amélioration de la santé suite à une adhérence accrue au traitement, les réductions des séjours hospitaliers et l'amélioration de la qualité de vie.

Etre un précurseur dans le développement de produits et de services nutritionnels de dernière génération. Pour Nestlé Health Science, le traitement effectif du cancer va au-delà de l'offre de produits ; il s'agit de proposer aux patients des solutions efficaces et concertées en temps opportun. COPES™ approfondit cette collaboration, ce qui est essentiel pour le développement de produits et de services nutritionnels de dernière génération qui seront encore plus bénéfiques et rentables.

### **Appel d'offres pour l'audit de Nestlé**



Suite à un processus d'appels d'offres sous la supervision du Comité Audit, le Conseil d'administration a décidé de proposer lors de la prochaine Assemblée générale annuelle la nomination de EY comme principal prestataire de services d'audit pour l'exercice 2020.

### **Perspectives**

Les prévisions annuelles 2019 sont confirmées. Nous prévoyons une croissance organique des ventes aux alentours de 3,5% et une marge opérationnelle courante récurrente annuelle d'au moins 17,5%. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants et la rentabilité du capital sont prévus à la hausse.

---

#### **Contacts**

Médias

Christoph Meier

Tél.: +41 21 924 22 00

Investisseurs

Luca Borlini

Tél.: +41 21 924 38 20

## Annexe

### Aperçu des ventes semestrielles et du résultat opérationnel courant récurrent par secteur opérationnel

	Total Groupe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Autres activités
Ventes 6M-2019 (CHF millions)	45 456	15 666	9 231	10 725	4 003	5 831
Ventes 6M-2018 (CHF millions)	43 920	14 153	9 303	10 634	3 967	5 863
Croissance interne réelle (RIG)	2,6%	2,0%	3,7%	2,5%	-3,3%	6,7%
Adaptation des prix	1,0%	1,9%	-1,3%	0,8%	4,7%	0,7%
Croissance organique	3,6%	3,9%	2,4%	3,3%	1,4%	7,4%
Cessions et acquisitions nettes	1,1%	6,4%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-6,5%
Taux de change	-1,2%	0,5%	-3,1%	-2,3%	-0,3%	-1,4%
Croissance des ventes publiées	3,5%	10,8%	-0,8%	0,9%	0,9%	-0,5%
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019 (CHF millions)	7 773	3 009	1 733	2 482	472	1 144
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018 (CHF millions)*	7 063	2 667	1 738	2 419	398	960
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2019	17,1%	19,2%	18,8%	23,1%	11,8%	19,6%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2018*	16,1%	18,8%	18,7%	22,7%	10,0%	16,4%

### Aperçu des ventes semestrielles et du résultat opérationnel courant récurrent par produit

	Total Groupe	Boissons liquides et en poudre	Eaux	Produits laitiers et Glaces	Nutrition et Health Science	Plats préparés et produits pour cuisiner	Confiserie	Produits pour animaux de compagnie
Ventes 6M-2019 (CHF millions)	45 456	11 367	3 786	6 539	7 822	5 938	3 450	6 554
Ventes 6M-2018 (CHF millions)	43 920	10 265	3 729	6 385	7 912	5 819	3 634	6 176
Croissance interne réelle (RIG)	2,6%	2,2%	-3,0%	1,4%	5,2%	2,6%	3,3%	4,2%
Adaptation des prix	1,0%	0,5%	5,0%	1,6%	0,7%	-0,2%	-0,8%	1,9%
Croissance organique	3,6%	2,7%	2,0%	3,0%	5,9%	2,4%	2,5%	6,1%
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2019 (CHF millions)	7 773	2 619	433	1 236	1 800	1 025	408	1 319
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2018 (CHF millions)*	7 063	2 385	352	1 121	1 589	1 002	443	1 290
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2019	17,1%	23,0%	11,4%	18,9%	23,0%	17,3%	11,8%	20,1%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2018*	16,1%	23,2%	9,4%	17,6%	20,1%	17,2%	12,2%	20,9%

\*Les chiffres 2018 ont été ajustés pour refléter le changement de répartition de certains frais de commercialisation et d'administration des montants Non alloués aux secteurs opérationnels, afin de mieux refléter l'utilisation des frais centraux par chaque Zone et par les activités gérées globalement.

Ce communiqué de presse est aussi disponible en [anglais \(PDF\)](#) et en [allemand \(PDF\)](#).

**Rapport publié aujourd'hui**

[2019 Rapport semestriel \(pdf\)](#)

Autres langues disponibles dans la section [Publications](#)