
Communiqué de presse

Le texte anglais fait foi

Vevey, le 17 octobre 2019



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/allevnts/2019-nine-month-sales>

Nestlé publie ses ventes des neuf mois 2019

- La croissance organique s'élève à 3,7%, avec une croissance interne réelle (RIG) de 3,0% et une augmentation des prix de 0,7%. Cette croissance a été soutenue par une dynamique robuste aux Etats-Unis et dans les produits pour animaux de compagnie *Purina*.
- Les ventes totales publiées ont augmenté de 2,9% à CHF 68,4 milliards (9M-2018: CHF 66,4 milliards). Les acquisitions nettes ont eu un impact positif de 0,7% et la variation des taux de change a réduit les ventes de 1,5%.
- La gestion du portefeuille est totalement conforme aux prévisions. La vente de Nestlé Skin Health pour CHF 10,2 milliards a été finalisée le 1^{er} octobre 2019. La revue stratégique de l'activité de charcuterie *Herta* est en cours et devrait être terminée d'ici la fin de l'année.
- Le Conseil d'administration de Nestlé a décidé de distribuer aux actionnaires de Nestlé un montant allant jusqu'à CHF 20 milliards durant la période de 2020 à 2022, principalement sous la forme de rachats d'actions.
- 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:

« Nous sommes satisfaits de nos résultats sur les neuf premiers mois de 2019 et avons fait de nouveaux progrès vers l'atteinte de nos objectifs financiers 2020. Nous continuons à enregistrer une bonne performance dans notre plus grand marché, les Etats-Unis, ainsi qu'une très forte croissance de nos produits pour animaux de compagnie Purina au niveau mondial. La croissance de Nestlé a été soutenue par des investissements dans nos marques, une accélération de nos innovations et une exécution disciplinée de notre stratégie. Au cours du troisième trimestre, nous avons continué le déploiement des produits Starbucks, aujourd'hui présents dans 34 pays. La transformation de notre portefeuille est totalement conforme à nos prévisions, comme le démontre la vente de Nestlé Skin Health finalisée dans les délais prévus. Grâce à des investissements prudents et une approche rigoureuse en matière d'acquisitions, notre modèle de création de valeur est source de croissance rentable et de versements de liquidités attractifs pour nos actionnaires. »

	Total Groupe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Autres activités
Ventes 9M-2019 (CHF millions)	68 367	23 995	13 650	15 938	6 097	8 687
Ventes 9M-2018 (CHF millions)	66 424	21 918	13 731	15 799	6 127	8 849
Croissance interne réelle (RIG)	3,0%	2,7%	4,6%	2,5%	-2,5%	6,4%
Adaptation des prix	0,7%	1,4%	-1,7%	0,6%	3,0%	0,7%
Croissance organique	3,7%	4,1%	2,9%	3,1%	0,5%	7,1%
Cessions et acquisitions nettes	0,7%	5,5%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-7,3%
Taux de change	-1,5%	-0,1%	-3,4%	-2,1%	-0,8%	-1,6%
Croissance des ventes publiées	2,9%	9,5%	-0,6%	0,9%	-0,5%	-1,8%

Ventes du Groupe

La croissance organique du Groupe s'est élevée à 3,7%. La croissance interne réelle de 3,0% s'est maintenue dans le haut de la fourchette de l'industrie agro-alimentaire. Les hausses des prix ont contribué à hauteur de 0,7% à la croissance, avec un ralentissement temporaire au troisième trimestre, principalement dû au calendrier des hausses de prix et à des baisses de prix du café. La croissance organique a atteint 3,5% en excluant les activités faisant l'objet d'une revue stratégique.

L'accélération de la croissance par rapport à la même période de l'année précédente a été portée par les Etats-Unis et le Brésil. EMENA a contribué à cette dynamique positive avec une forte croissance interne réelle au troisième trimestre. AOA a enregistré une croissance solide en dépit d'un ralentissement dans certaines catégories en Chine. La croissance organique s'est établie à 2,7% dans les marchés développés, soutenue par une forte croissance interne réelle. La croissance dans les marchés émergents s'est élevée à 5,0%.

Toutes les catégories de produits ont enregistré une croissance positive, portée par les produits pour animaux de compagnie *Purina* et le café. Les produits Starbucks récemment lancés ont connu une forte demande et ont été introduits dans de nouveaux marchés. Nestlé Health Science a enregistré de bons résultats, affichant une croissance élevée au troisième trimestre. La croissance de l'activité eau est restée modérée, reflétant une base de prix comparable élevée et une saison estivale défavorable en Europe.

Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 0,7%. Les acquisitions de la licence Starbucks et 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 1,5%. Les ventes totales publiées ont augmenté de 2,9%, à CHF 68,4 milliards.

Zone Amériques (AMS)

- Croissance organique de 4,1%: croissance interne réelle de 2,7%; adaptation des prix de 1,4%.
- L'Amérique du Nord a affiché une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une croissance interne réelle et une adaptation des prix positives.
- L'Amérique latine a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une croissance interne réelle et une adaptation des prix positives.

	Ventes 9M-2019	Ventes 9M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone AMS	CHF 24,0 mia	CHF 21,9 mia	2,7%	1,4%	4,1%	5,5%	-0,1%	9,5%

La croissance organique a augmenté à 4,1%, soutenue par une croissance interne réelle en hausse de 2,7%. L'adaptation des prix a été positive à 1,4%. La croissance s'est améliorée par rapport à la même période de l'année précédente en Amérique du Nord et en Amérique latine, l'Amérique du Nord ayant poursuivi son accélération au troisième trimestre. Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 5,5%, principalement en raison de l'acquisition de la licence Starbucks. Les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 0,1%. Les ventes publiées dans la Zone AMS ont augmenté de 9,5% à CHF 24,0 milliards.

L'Amérique du Nord a enregistré une croissance moyenne à un chiffre. La croissance interne réelle a été forte, reflétant une série de nouveaux lancements de produits sur le marché. Le plus grand contributeur à la croissance a été la catégorie des produits pour animaux de compagnie *Purina*, dont les ventes ont considérablement progressé dans l'e-commerce et les marques haut de gamme. *Purina Pro Plan*, *Purina One*, la litière *Tidy Cats* et les produits vétérinaires ont affiché une croissance à deux chiffres. La catégorie boissons, qui inclut les crèmes à café *Coffee mate*, Starbucks et le café *Nescafé*, a enregistré une croissance moyenne à un chiffre. Le lancement des crèmes à café Starbucks a suscité une forte demande. Concernant les activités pizzas et glaces aux Etats-Unis, le passage d'un système de livraison directe en magasin à un système de distribution via des entrepôts est totalement conforme aux prévisions. Les glaces ont connu une croissance moyenne à un chiffre, avec de solides performances pour *Häagen-Dazs* et les barres glacées naturelles sans OGM *Outshine*. Les surgelés ont enregistré une croissance faible à un chiffre, soutenue par les pizzas, *Hot Pockets* et *Stouffer's*.

L'Amérique latine a enregistré une croissance moyenne à un chiffre avec des contributions positives dans la plupart des marchés et catégories. Le Brésil a affiché une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par les solides performances des produits laitiers, de la nutrition infantile et de *KitKat*. Le Mexique a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte demande constante pour *Nescafé*. L'Amérique latine a réalisé une croissance élevée à un chiffre pour le café, les produits pour animaux de compagnie *Purina* et les produits laitiers.

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

- Croissance organique de 2,9%: croissance interne réelle de 4,6%; adaptation des prix de -1,7%.
- 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 affiché une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une forte croissance interne réelle. L'adaptation des prix a été négative.
- Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord ont réalisé une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une solide croissance interne réelle et une adaptation des prix positive.

	Ventes 9M-2019	Ventes 9M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone EMENA	CHF 13,7 mia	CHF 13,7 mia	4,6%	-1,7%	2,9%	-0,1%	-3,4%	-0,6%

La croissance organique s'est élevée à 2,9%, avec une croissance interne réelle solide de 4,6%. Les prix ont baissé de 1,7%, principalement en raison de la baisse des prix du café. Les acquisitions nettes ont diminué les

ventes de 0,1%. Les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 3,4%. Les ventes publiées dans la Zone EMENA ont diminué de 0,6% à CHF 13,7 milliards.

La Zone EMENA a enregistré une croissance interne réelle moyenne à un chiffre, la dynamique s'étant accélérée au troisième trimestre. Chaque sous-région a apporté des contributions substantielles à cette tendance positive en gagnant des parts de marché dans toutes les catégories. L'adaptation des prix est restée négative, en particulier dans le café. Dans l'ensemble, le développement organique positif des ventes a été soutenu par la forte croissance des produits pour animaux de compagnie *Purina* et de la nutrition infantile. Le café a enregistré une croissance positive, avec une croissance interne réelle élevée à un chiffre au troisième trimestre, soutenue par le lancement des produits Starbucks dans 20 pays de la Zone. La confiserie a maintenu une bonne dynamique avec une croissance à deux chiffres pour *KitKat*. Les produits alimentaires végétariens et ceux à base végétale ont affiché une croissance à deux chiffres, portée par le lancement de *Garden Gourmet Incredible Burger* dans 10 pays de la Zone.

Zone Asie, Océanie et Afrique subsaharienne (AOA)

- Croissance organique de 3,1%: croissance interne réelle de 2,5%; adaptation des prix de 0,6%.
- La Chine a enregistré une croissance plate, avec une croissance interne réelle et une adaptation des prix modestes.
- L'Asie du Sud-Est a maintenu une croissance organique moyenne à un chiffre, soutenue par une forte croissance interne réelle et une adaptation des prix positive.
- L'Asie du Sud a affiché une croissance organique moyenne à un chiffre. Tant la croissance interne réelle que l'adaptation des prix ont été positives.
- L'Afrique subsaharienne a affiché une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une solide croissance interne réelle et une adaptation des prix positive.
- Le Japon et l'Océanie ont réalisé une faible croissance organique à un chiffre, avec une solide croissance interne réelle et une adaptation des prix négative.

	Ventes 9M-2019	Ventes 9M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone AOA	CHF 15,9 mia	CHF 15,8 mia	2,5%	0,6%	3,1%	-0,1%	-2,1%	0,9%

La croissance organique s'est élevée à 3,1%, avec une croissance interne réelle de 2,5% et une adaptation des prix de 0,6%. Les acquisitions nettes ont eu un impact négatif marginal de 0,1%. Les taux de change ont diminué les ventes de 2,1%. Les ventes publiées dans la Zone AOA ont augmenté de 0,9% à CHF 15,9 milliards.

La Zone AOA a affiché une solide croissance en dépit d'un ralentissement en Chine et d'un environnement difficile au Pakistan.

La Chine a enregistré une croissance plate du fait d'un ralentissement dans certaines catégories. Les produits culinaires, le café et les glaces ont affiché une bonne performance. La nutrition infantile a ralenti et a enregistré une croissance faible à un chiffre suite au recul des ventes de la gamme *S-26*. Les ventes de lait d'arachide et des bouillies de riz *Yinlu* ont baissé.

L'Asie du Sud-Est a enregistré une bonne croissance, avec une solide dynamique au Vietnam et en Indonésie. *Bear Brand*, les produits prêts-à-boire *Milo* et *Nescafé* ont affiché une croissance à deux chiffres. L'Asie du Sud a connu une accélération, enregistrant une croissance moyenne à un chiffre malgré des difficultés spécifiques

au Pakistan. *NAN*, *Maggi* et *KitKat* ont poursuivi leurs bonnes performances, aidées par les lancements de nouveaux produits et l'extension des réseaux de distribution. L'Afrique subsaharienne a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par la nutrition infantile, *Maggi* et *Nescafé*. Le Japon et l'Océanie ont enregistré une solide croissance avec une forte demande des produits pour animaux de compagnie *Purina*, *KitKat* ainsi que la nouvelle gamme Starbucks.

Par catégorie de produits, les plus grands contributeurs à la croissance de la Zone ont été la nutrition infantile, les produits culinaires et les produits pour animaux de compagnie *Purina*. La nutrition infantile a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par une solide croissance en dehors de la Chine.

Nestlé Waters

- Croissance organique de 0,5%: croissance interne réelle de -2,5%; adaptation des prix de 3,0%.
- L'Amérique du Nord a enregistré une croissance organique plate. L'adaptation des prix positive a été contrebalancée par une croissance interne réelle négative.
- L'Europe a connu une croissance organique négative. Tant la croissance interne réelle que l'adaptation des prix ont diminué.
- Les marchés émergents ont affiché une croissance organique élevée à un chiffre, avec une forte adaptation des prix et une croissance interne réelle positive.

	Ventes 9M-2019	Ventes 9M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nestlé Waters	CHF 6,1 mia	CHF 6,1 mia	-2,5%	3,0%	0,5%	-0,2%	-0,8%	-0,5%

La croissance organique s'est élevée à 0,5%. L'adaptation des prix a augmenté de 3,0% et la croissance interne réelle a diminué de 2,5%. Au troisième trimestre, la croissance a ralenti du fait de comparables élevés en termes d'adaptation des prix en Amérique du Nord et d'une saison estivale décevante en Europe. Les acquisitions nettes ont diminué les ventes de 0,2%. Les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 0,8%. Les ventes publiées de Nestlé Waters ont baissé de 0,5% à CHF 6,1 milliards.

La croissance organique a été plate en Amérique du Nord. Les marques haut de gamme *S.Pellegrino*, *Perrier* et *Acqua Panna* ont enregistré une croissance à deux chiffres grâce à un solide portefeuille d'innovations axées sur des offres aromatisées et fonctionnelles. L'activité de vente directe aux consommateurs *ReadyRefresh* a enregistré une croissance moyenne à un chiffre aidée par l'adaptation des prix et par une nouvelle plateforme digitale *conviviale*. Les effets de la hausse des prix en 2018 ont pesé sur la croissance des formats pack et de *Nestlé Pure Life*.

Les ventes en Europe ont enregistré une croissance négative en raison d'une saison estivale décevante et des comparables élevés au troisième trimestre. Les marchés émergents ont réalisé une croissance élevée à un chiffre. *Nestlé Pure Life* en Egypte, *Erikli* en Turquie et *La Vie* au Vietnam ont enregistré une croissance à deux chiffres, suite à leur expansion dans les segments des eaux pétillantes et aromatisées.

Autres activités

- Croissance organique de 7,1%: croissance interne réelle de 6,4%; adaptation des prix de 0,7%.
- Nespresso a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une solide croissance interne réelle et une adaptation des prix positive.

- Nestlé Health Science a réalisé une croissance organique élevée à un chiffre uniquement due à la solide croissance interne réelle.
- Nestlé Skin Health a affiché une croissance organique élevée à un chiffre, avec une forte croissance interne réelle et une adaptation des prix légèrement positive.

	Ventes 9M-2019	Ventes 9M-2018	Croissance interne réelle	Adaptation des prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Autres activités	CHF 8,7 mia	CHF 8,8 mia	6,4%	0,7%	7,1%	-7,3%	-1,6%	-1,8%

La croissance organique de 7,1% a été portée par une solide croissance interne réelle de 6,4% et une adaptation des prix de 0,7%. Les acquisitions nettes ont diminué les ventes de 7,3%, principalement sous l'effet de la cession de Gerber Life Insurance, qui a plus que contrebalancé la consolidation d'Atrium Innovations. Les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 1,6%. Les ventes publiées des Autres activités ont baissé de 1,8% à CHF 8,7 milliards.

Nespresso a maintenu une solide croissance organique moyenne à un chiffre. L'Amérique du Nord et les marchés émergents ont connu une forte croissance à deux chiffres. L'Europe a maintenu une croissance positive. Le système *Vertuo*, désormais disponible dans 21 marchés, a continué de susciter une forte demande de la part des consommateurs. Nestlé Health Science a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une accélération au troisième trimestre, affichant une croissance élevée à un chiffre sur cette période. La nutrition médicale et Atrium Innovations ont apporté la plus grande contribution. Nestlé Skin Health a affiché une croissance élevée à un chiffre, avec une croissance moyenne à un chiffre au troisième trimestre.

Distribution de liquidités aux actionnaires de Nestlé

Le Conseil d'administration de Nestlé a décidé de distribuer aux actionnaires de Nestlé un montant pouvant aller jusqu'à CHF 20 milliards durant la période de 2020 à 2022, tout en conservant la politique de distribution de dividendes adoptée depuis longtemps par Nestlé. Cette décision reflète la capacité qu'a Nestlé de générer durablement des niveaux élevés de liquidités ainsi que les importantes entrées de fonds provenant de cessions.

La distribution devrait se faire principalement sous la forme d'un programme de rachats d'actions dès janvier 2020. Le Conseil d'administration pourrait envisager de verser une partie du montant total sous la forme d'un ou de plusieurs dividendes spéciaux durant la période de 2020 à 2022. Le volume des rachats d'actions mensuels et les versements d'éventuels dividendes spéciaux dépendra des conditions de marché.

Le Conseil d'administration de Nestlé et la direction générale réaffirment leur préférence pour des investissements qui créent de la valeur et qui soutiennent le développement des activités principales du Groupe que sont les aliments, les boissons et les produits de santé nutritionnelle. Si des opportunités d'acquisitions importantes devaient se présenter au cours de cette période, le montant versé aux actionnaires sera adapté en conséquence.

Nos affaires en tant que force au service du bien commun: travailler ensemble pour mettre fin à la déforestation

Les forêts sont essentielles à la santé de notre planète: elles aident à stabiliser le climat, régulent les écosystèmes et abritent une très grande biodiversité. Nestlé est tributaire de forêts saines pour s'assurer un approvisionnement durable en ressources. La destruction des forêts, en particulier dans les zones tropicales riches en biodiversité, requiert des mesures urgentes.

Engagés pour des produits ne causant pas de déforestation. Au cours des dix dernières années, Nestlé a été à l'avant-garde de la lutte contre la déforestation par les efforts qu'elle a déployés dans sa chaîne d'approvisionnement. La Société a développé une approche intégrée associant certification, cartographie de la chaîne d'approvisionnement, contrôles sur le terrain et surveillance par satellite. En avril 2019, 77% des principales matières premières agricoles que Nestlé achète, dont le soja et l'huile de palme, ont été vérifiées comme ne causant pas de déforestation. Ce chiffre dépassera la barre des 90% d'ici fin 2020. Et Nestlé ne s'arrêtera pas là. Elle continuera de travailler aussi bien avec des petits agriculteurs que des grands fournisseurs pour se rapprocher de l'objectif de 100% au cours des trois prochaines années. A cette fin, Nestlé continuera d'agir sur trois fronts:

1. **Utiliser la technologie.** La transparence est gage de confiance et garantit une prise de responsabilité. Nestlé a été un précurseur dans le déploiement des technologies qui rendent cette démarche possible. La Société a en effet été la première dans l'industrie alimentaire à utiliser Starling, le système d'imagerie par satellite d'Airbus qui permet de détecter la déforestation en temps réel. Nestlé a également été la première à être transparente dans sa chaîne d'approvisionnement. Elle publie une liste de fournisseurs directs, des exploitations et des pays d'origine, ainsi que le volume total des principales matières premières agricoles achetées.
2. **Soutenir les petits exploitants.** L'expérience montre que la lutte contre la déforestation passe par la collaboration avec les petits agriculteurs. Dans le cas de l'huile de palme, 40% de la production mondiale est assurée par ces fermiers, qui travaillent souvent dans des zones proches de forêts ne bénéficiant d'aucun plan de préservation. Il faut donc prendre des mesures qui soutiennent les communautés productrices et assurent leurs moyens de subsistance. A cette fin, Nestlé fournit une assistance technique à près de 50 000 petits producteurs agricoles. La Société intensifie des initiatives pour les aider à augmenter leur productivité et à diversifier leurs revenus. Le but est de rendre la préservation des forêts économiquement attractive, de restaurer les réserves forestières et de promouvoir l'agriculture régénérative, ce qui aide à augmenter l'absorption de carbone dans l'atmosphère. Il s'agira d'un élément clé dans la réalisation de l'ambition de Nestlé d'atteindre zéro émissions nettes de gaz à effet de serre dans sa chaîne d'approvisionnement d'ici 2050.
3. **Militer pour la publication des données.** Nestlé s'efforce de créer des approches sectorielles, de partager le savoir-faire et de déployer des solutions à grande échelle. La Société milite en faveur d'une transparence accrue ainsi que d'une harmonisation des pratiques de publication des données et de rapports au niveau de l'industrie. La lutte contre la déforestation exige que toutes les parties intensifient leurs efforts, mais aussi qu'elles prennent et assument leurs responsabilités en matière de gestion des forêts.

Perspectives

Nestlé confirme ses prévisions annuelles pour 2019. Nous prévoyons une croissance organique des ventes aux alentours de 3,5% et une marge opérationnelle courante récurrente 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 des neuf mois 2019 par secteur opérationnel

	Total Groupe	Zone AMS	Zone EMENA	Zone AOA	Nestlé Waters	Autres activités
Ventes 9M-2019 (CHF millions)	68 367	23 995	13 650	15 938	6 097	8 687
Ventes 9M-2018 (CHF millions)	66 424	21 918	13 731	15 799	6 127	8 849
Croissance interne réelle (RIG)	3,0%	2,7%	4,6%	2,5%	-2,5%	6,4%
Adaptation des prix	0,7%	1,4%	-1,7%	0,6%	3,0%	0,7%
Croissance organique	3,7%	4,1%	2,9%	3,1%	0,5%	7,1%
Cessions et acquisitions nettes	0,7%	5,5%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	-7,3%
Taux de change	-1,5%	-0,1%	-3,4%	-2,1%	-0,8%	-1,6%
Croissance des ventes publiées	2,9%	9,5%	-0,6%	0,9%	-0,5%	-1,8%

Aperçu des ventes des neuf mois 2019 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 9M-2019 (CHF millions)	68 367	16 880	5 764	9 806	11 698	8 888	5 358	9 973
Ventes 9M-2018 (CHF millions)	66 424	15 388	5 765	9 758	11 905	8 716	5 542	9 350
Croissance interne réelle (RIG)	3,0%	2,7%	-2,2%	1,7%	5,0%	3,0%	3,4%	5,6%
Adaptation des prix	0,7%	0,1%	3,1%	1,3%	0,2%	-0,2%	-1,1%	1,7%
Croissance organique	3,7%	2,8%	0,9%	3,0%	5,2%	2,8%	2,3%	7,3%

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