

# Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 SIX Règlement de cotation

Vevey, le 21 avril 2022

[EN](#) | [DE](#)

La version anglaise fait foi

## Suivez l'événement du jour en direct

14h00 CEST [Audio-conférence pour les investisseurs](#)

Tous les détails sur notre [site Web](#)

## Nestlé publie ses ventes du premier trimestre 2022

- La croissance organique s'est élevée à 7,6%, avec une croissance interne réelle (RIG) de 2,4% et un effet prix de 5,2%. La croissance a été générale dans la plupart des zones géographiques et des catégories, avec une augmentation de l'effet prix, une dynamique soutenue des ventes dans le commerce de détail et une poursuite de la reprise des ventes dans les canaux hors domicile.
- Le chiffre d'affaires total publié a augmenté de 5,4% à 22,2 milliards de CHF (3M-2021: 21,1 milliards de CHF). Les taux de change ont réduit les ventes de 0,8%. Les cessions nettes ont eu un impact négatif de 1,3%.
- La gestion du portefeuille est conforme aux prévisions. En avril, Nestlé Health Science a finalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans Orgain, un leader de la nutrition à base végétale.
- **Prévisions annuelles 2022 confirmées:** croissance organique des ventes d'environ 5% et marge opérationnelle courante récurrente comprise entre 17,0% et 17,5%. Bénéfice récurrent par action à taux de change constants et rentabilité du capital prévus à la hausse.

**Mark Schneider, Administrateur délégué de Nestlé, a déclaré :** *«Au cours des premiers mois de l'année, la guerre en Ukraine a provoqué des souffrances humaines indescriptibles. Nous restons résolument engagés à soutenir nos collègues dans le pays et à fournir une aide humanitaire, tout en restant aux côtés de la communauté internationale dans l'appel à la paix.»*

*Dans ce contexte exigeant, nous avons enregistré une forte croissance organique des ventes avec une croissance interne réelle solide. Nous avons augmenté nos prix de manière responsable et avons continué d'enregistrer une demande soutenue pour nos produits par les consommateurs. Face à l'inflation forte et persistante des coûts, de nouvelles hausses de prix s'imposent et nous serons également amenés à prendre d'autres actions pour en limiter l'impact au cours de l'année. Grâce à leur grande capacité d'adaptation et leur détermination, nos équipes ont relevé ces défis tout en poursuivant la mise en œuvre de notre stratégie à long terme et nos objectifs en matière de développement durable. Nous confirmons nos prévisions pour l'année.»*

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique latine	Zone Grande Chine	Nespresso	Nestlé Health Science	Autres activités
Ventes 3M-2022 (millions de CHF)	22 238	5 800	4 633	4 633	2 697	1 361	1 602	1 449	63
Ventes 3M-2021 (millions de CHF)*	21 089	5 887	4 535	4 497	2 357	1 265	1 571	930	47
Croissance interne réelle (RIG)**	2,4%	1,4%	2,8%	1,7%	4,7%	3,8%	0,2%	4,3%	30,7%
Effet prix**	5,2%	8,5%	4,1%	4,3%	7,7%	-0,5%	3,1%	1,3%	3,6%
Croissance organique**	7,6%	9,9%	6,9%	6,0%	12,5%	3,4%	3,3%	5,6%	34,3%
Cessions et acquisitions nettes**	-1,3%	-13,6%	0,6%	-0,1%	0,1%	0,0%	0,6%	50,1%	0,0%
Taux de change**	-0,8%	2,2%	-5,4%	-2,8%	1,8%	4,2%	-2,0%	0,2%	-0,6%
Croissance du chiffre d'affaires publié	5,4%	-1,5%	2,2%	3,0%	14,4%	7,6%	2,0%	55,8%	33,6%

\* Les chiffres de 2021 ont été retraités suite à la création de la Zone Amérique du Nord (NA) et de la Zone Grande Chine (GC) à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022. La Zone AOA inclut désormais la région Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA), précédemment incluse dans la Zone EMENA.

\*\*Les chiffres de la croissance interne réelle (RIG), de l'effet prix et de la croissance organique excluent la région Russie, avec un impact correspondant sur les lignes des cessions et acquisitions et des taux de change. La croissance organique aurait été plus élevée en comptant la région Russie.

## Ventes du Groupe

La croissance organique a atteint 7,6%, avec une croissance interne réelle de 2,4%. L'effet prix a augmenté à 5,2%, traduisant l'inflation significative des coûts. La croissance organique exclut désormais la région Russie, étant donné la forte perturbation des conditions commerciales et la décision de Nestlé de se concentrer sur la fourniture d'aliments essentiels.

La croissance a été générale dans la plupart des zones géographiques et catégories. La croissance organique a atteint 6,7% dans les marchés développés, avec un effet prix accru et une croissance interne réelle solide par rapport à une base de comparaison élevée en 2021. La croissance organique dans les marchés émergents s'est élevée à 8,8%, avec une croissance interne réelle et un effet prix forts.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le plus grand contributeur à la croissance organique, portés par les produits haut de gamme scientifiquement développés *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Fancy Feast* ainsi que par les produits vétérinaires. Le café a affiché une croissance élevée à un chiffre, alimentée par la forte demande pour *Nescafé*, *Starbucks* et *Nespresso*. Les ventes de chocolat ont enregistré une croissance à deux chiffres, avec une solide croissance des ventes de *KitKat* et des chocolats à offrir. L'activité eau a enregistré une croissance à deux chiffres grâce à la poursuite de la reprise des ventes dans les canaux hors domicile et aux produits haut de gamme *S.Pellegrino* et *Perrier*. Les produits laitiers ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, stimulée par les solides développements

des ventes des crèmes pour le café et des glaces, ainsi que de celles des laits enrichis haut de gamme. La nutrition infantile a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par l'amélioration des ventes dans les Amériques et en Europe. Nestlé Health Science a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, reflétant une forte demande en nutrition médicale et en produits de santé pour seniors. Les plats préparés et les aides culinaires ont affiché une croissance faible à un chiffre sur une base de comparaison élevée en 2021, avec une demande toujours forte pour *Maggi* et *Garden Gourmet*.

Par canal de ventes, la croissance organique dans le commerce de détail s'est élevée à 5,9%. Au sein du commerce de détail, les ventes dans le canal e-commerce ont augmenté de 5,0%, s'appuyant sur une très forte croissance de 39,6% au premier trimestre 2021. La croissance organique dans les canaux hors domicile a atteint 35,6%, avec des ventes dépassant les niveaux de 2019.

Les cessions nettes ont réduit les ventes de 1,3%, principalement en raison de la transaction liée à Nestlé Waters Amérique du Nord, finalisée le 31 mars 2021. Les cessions ont été partiellement compensées par des acquisitions, notamment celle des marques principales de The Bountiful Company. Les taux de change ont eu un effet négatif de 0,8% sur les ventes. Les ventes totales publiées ont augmenté de 5,4% à 22,2 milliards de CHF.

## Gestion du portefeuille

Le 1<sup>er</sup> avril 2022, Nestlé Health Science a finalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans Orgain, un leader de la nutrition à base végétale. L'acquisition de Orgain vient compléter le portefeuille actuel de Nestlé Health Science en produits nutritionnels qui contribuent à une vie plus saine. Cette transaction devrait contribuer positivement à la croissance organique de Nestlé, tout en étant légèrement dilutive pour la marge opérationnelle courante récurrente du Groupe en 2022. L'accord prévoit une option autorisant Nestlé Health Science à acquérir intégralement Orgain en 2024.

## Zone Amérique du Nord (NA)

- Croissance organique de 9,9%: croissance interne réelle de 1,4%; effet prix de 8,5%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique du Nord	5,8 mia de CHF	5,9 mia de CHF	1,4%	8,5%	9,9%	-13,6%	2,2%	-1,5%

La croissance organique a atteint 9,9%, avec une croissance interne réelle de 1,4%. L'effet prix a atteint 8,5%. Les cessions nettes ont réduit les ventes de 13,6%, la cession des marques de Nestlé Waters Amérique du Nord ayant plus que

contrebalancé l'acquisition de Essentia Water. Les taux de change ont eu un impact positif de 2,2%. Les ventes publiées dans la Zone Amérique du Nord ont reculé de 1,5% à 5,8 milliards de CHF.

La croissance organique dans la Zone Amérique du Nord a été proche d'un taux à deux chiffres, stimulée par un effet prix accru, par la forte dynamique dans le canal e-commerce et par la poursuite de la reprise des ventes dans les canaux hors domicile. La Zone a continué de gagner des parts de marché dans l'ensemble des catégories, avec en tête les produits pour animaux de compagnie, le café et les crèmes pour le café.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le plus grand contributeur à la croissance, soutenus par une forte dynamique dans le canal e-commerce et des produits haut de gamme *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Fancy Feast*. Les produits hors domicile de Nestlé Professional et Starbucks ont affiché une croissance à deux chiffres. La catégorie boissons a enregistré une croissance élevée à un chiffre, soutenue par une forte demande de produits Starbucks pour la consommation à domicile et *Coffee mate*. Les ventes dans la catégorie eau ont augmenté à un taux à deux chiffres, portées par une reprise des ventes des produits haut de gamme *S.Pellegrino* et *Perrier* ainsi que le maintien d'une forte demande pour *Essentia*. La croissance dans la nutrition infantile a atteint un taux à deux chiffres, reflétant les pénuries d'approvisionnement sur le marché. Les produits surgelés ont affiché une croissance positive, malgré les contraintes dans la chaîne d'approvisionnement et une base de comparaison élevée en 2021. La croissance positive des ventes des pizzas surgelées et des produits de la marque *Hot Pockets* a été partiellement contrebalancée par une croissance négative des repas surgelés. Les ventes de chocolat au Canada ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par *KitKat*.

## Zone Europe (EUR)

- Croissance organique de 6,9%: croissance interne réelle de 2,8%; effet prix de 4,1%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Europe*	4,6 mia de CHF	4,5 mia de CHF	2,8%	4,1%	6,9%	0,6%	-5,4%	2,2%

\* Les chiffres de la croissance interne réelle (RIG), de l'effet prix et de la croissance organique excluent la région Russie, avec un impact correspondant sur les lignes des cessions et acquisitions et des taux de change.

La croissance organique a atteint 6,9%, avec une croissance interne réelle solide de 2,8%. L'effet prix a augmenté à 4,1%, avec une accélération dans la plupart des régions et des catégories. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,4% sur les ventes. Les ventes publiées dans la Zone Europe ont progressé de 2,2% à 4,6 milliards de CHF.

La Zone Europe a enregistré une croissance organique élevée à un chiffre, soutenue par un effet prix élevé, une dynamique soutenue dans le canal e-commerce et une poursuite de la reprise des ventes dans les canaux hors domicile. La Zone a continué de gagner des parts de marché, en particulier dans la catégorie des produits pour animaux de compagnie, le café et les produits à base végétale.

Par catégorie de produits, le principal contributeur à la croissance a été Nestlé Professional, dont les ventes ont dépassé les niveaux de 2019. Les ventes des produits pour animaux de compagnie Purina ont augmenté à un taux à deux chiffres, soutenues par les produits haut de gamme *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Gourmet*, ainsi que par les produits vétérinaires. *Tails.com* et *Lily's Kitchen* ont également connu une forte dynamique des ventes, soutenue par une expansion continue de la distribution. Les ventes dans la nutrition infantile ont augmenté à un taux à deux chiffres, soutenues par des gains de parts de marché. L'activité eau a affiché une croissance à deux chiffres, portée par *S.Pellegrino*. Les ventes de chocolat ont augmenté à un taux moyen à deux chiffres, portées par la forte reprise des ventes de *KitKat* et des chocolats à offrir. Les ventes de café n'ont presque pas évolué, après une forte croissance à deux chiffres au premier trimestre 2021. Les produits Starbucks et *Nescafé Farmers Origins*, une nouvelle gamme de capsules de café pour les machines Nespresso, ont rencontré un vif succès auprès des consommateurs. Les produits culinaires ont enregistré une baisse des ventes par rapport à une base de comparaison élevée en 2021. Les produits à base végétale *Garden Gourmet* ont continué d'enregistrer une forte dynamique des ventes.

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

- Croissance organique de 6,0%: croissance interne réelle de 1,7%; effet prix de 4,3%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone AOA	4,6 mia de CHF	4,5 mia de CHF	1,7%	4,3%	6,0%	-0,1%	-2,8%	3,0%

La croissance organique a atteint 6,0%, avec une croissance interne réelle de 1,7%. L'effet prix a augmenté à 4,3%, avec des contributions générales de la plupart des régions et des catégories. Les taux de change ont réduit les ventes de 2,8%. Les ventes publiées dans la Zone AOA ont augmenté 3,0% à 4,6 milliards de CHF.

La Zone AOA a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, avec une dynamique particulièrement forte en Asie du Sud et en Afrique sub-saharienne. La croissance a été portée par une hausse de l'effet prix, la poursuite de la reprise des ventes dans les canaux hors domicile et la demande constante pour les offres économiques. La Zone a enregistré des gains de parts de marché dans la plupart des catégories, en particulier pour les produits culinaires, le café et les glaces.

L'Asie du Sud-Est a affiché une croissance faible à un chiffre, avec une forte demande pour *Maggi* et *Nescafé*, notamment en Malaisie. L'Asie du Sud a enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par la poursuite de l'expansion de la distribution et par l'innovation, avec une forte croissance pour *Maggi* et *KitKat*. Les ventes en Afrique subsaharienne ont augmenté à un taux à deux chiffres, portées par la forte dynamique des offres nutritionnelles économiques de *Maggi* et *Milo*. La région Moyen-Orient et Afrique du Nord a affiché une croissance faible à un chiffre, la forte demande en produits culinaires ayant partiellement compensé le recul des ventes des produits laitiers. Le Japon a affiché une croissance élevée à un chiffre, portée par le café et les produits pour animaux de compagnie Purina. En Corée du Sud, les ventes ont augmenté à un taux à deux chiffres, portées par le café. L'Océanie a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée notamment par *Nescafé* et *Maggi*.

Par catégorie de produits, les produits culinaires ont été le plus grand contributeur à la croissance, portés par *Maggi*. Le café a affiché une croissance élevée à un chiffre, grâce à une demande soutenue pour les produits *Nescafé* et Starbucks. Les ventes de Nestlé Professional ont augmenté à un taux à deux chiffres. Les ventes de boissons chocolatées et maltées ont augmenté à un taux élevé à un chiffre. Le nouveau produit *Milo* à base de soja récemment lancé a rencontré un vif succès auprès des consommateurs. Les ventes de chocolat ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une forte demande pour *KitKat*. La nutrition infantile a renoué avec une croissance positive, portée par *Lactogen*. Les ventes de produits pour animaux de compagnie Purina ont augmenté à un taux élevé à un chiffre, portées par les marques *Purina Pro Plan* et *Purina ONE*.

### Zone Amérique latine (LATAM)

- Croissance organique de 12,5%: croissance interne réelle de 4,7%; effet prix de 7,7%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique latine	2,7 mia de CHF	2,4 mia de CHF	4,7%	7,7%	12,5%	0,1%	1,8%	14,4%

La croissance organique a atteint 12,5%, avec une solide croissance interne réelle de 4,7%. L'effet prix a augmenté à 7,7%. Les taux de change ont eu un impact positif de 1,8% sur les ventes. Les ventes publiées dans la Zone Amérique latine ont augmenté de 14,4% à 2,7 milliards de CHF.

La Zone Amérique latine a enregistré une croissance organique à deux chiffres par rapport à une base de comparaison élevée en 2021. La croissance a été soutenue par une exécution solide et une dynamique continue dans le canal e-commerce, avec des contributions de la plupart des régions et des catégories de produits. La Zone a gagné des parts de marché dans les aliments pour animaux de compagnie, la nutrition infantile et les produits laitiers réfrigérés.

Les ventes au Brésil ont augmenté à un taux à deux chiffres, avec une solide croissance des ventes de chocolat, de boissons chocolatées et maltées ainsi que des produits de nutrition infantile. Le Mexique a également enregistré une croissance générale à deux chiffres, reflétant la forte demande pour *Nescafé*, les produits pour animaux de compagnie Purina et *Carnation*. Les ventes au Chili ont augmenté à un taux à deux chiffres, portées par le chocolat, les glaces et les produits pour animaux de compagnie Purina. La demande pour La Fête, une marque de chocolat haut de gamme de vente directe aux consommateurs et récemment acquise, a été forte au Chili.

Par catégorie de produits, le chocolat a été le plus grand contributeur à la croissance, en particulier *KitKat* et les chocolats à offrir. Les ventes de produits pour animaux de compagnie Purina ont enregistré une croissance à deux chiffres, portée par *Dog Chow*, *Cat Chow* et *Purina Pro Plan*. Le café et Nestlé Professional ont également enregistré une croissance solide à deux chiffres. La nutrition infantile a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, bénéficiant de la forte demande pour *Nido* et les produits fonctionnels *NAN*. Les ventes des produits laitiers n'ont pas évolué sur une base de comparaison élevée en 2021.

### Zone Grande Chine (GC)

- Croissance organique de 3,4%: croissance interne réelle de 3,8% ; effet prix de -0,5% .

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Grande Chine	1,4 mia de CHF	1,3 mia de CHF	3,8%	-0,5%	3,4%	0,0%	4,2%	7,6%

La croissance organique a atteint 3,4%, avec une croissance interne réelle de 3,8% et un effet prix de -0,5%. Les taux de change ont eu un impact positif de 4,2% sur les ventes. Les ventes publiées dans la Zone Grande Chine ont progressé de 7,6% à 1,4 milliard de CHF.

La Zone Grande Chine a enregistré une croissance organique faible à un chiffre, partiellement impactée par le calendrier du Nouvel An chinois. La croissance a été soutenue par l'innovation, avec des gains de parts de marché dans les produits culinaires, les cafés prêts à boire et le chocolat.

Par catégorie de produits, la forte évolution des ventes dans la plupart des catégories a été partiellement contrebalancée par un recul des ventes dans la nutrition infantile. Nous poursuivons nos initiatives pour un retour à une croissance positive. Le café a affiché une croissance à deux chiffres, soutenue par la forte dynamique des boissons prêtes à boire de *Nescafé* et des produits Starbucks. Les ventes de produits culinaires ont augmenté à un taux à deux chiffres, soutenues par le lancement de nouveaux produits. Nestlé Professional a enregistré une croissance élevée à un chiffre, malgré les restrictions de déplacements dans plusieurs régions. Les ventes de chocolat ont

augmenté à un taux élevé à un chiffre, portées par une forte demande pour la gaufrette chocolatée *Shark* et une solide croissance de *Hsu Fu Chi*.

## Nespresso

- Croissance organique de 3,3%: croissance interne réelle de 0,2%; effet prix de 3,1%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nespresso*	1,6 mia de CHF	1,6 mia de CHF	0,2%	3,1%	3,3%	0,6%	-2,0%	2,0%

\*Les chiffres de la croissance interne réelle (RIG), de l'effet prix et de la croissance organique excluent la région Russie, avec un impact correspondant sur les lignes des cessions et acquisitions et des taux de change.

La croissance organique s'est élevée à 3,3%, basée sur une croissance interne réelle de 0,2% et une augmentation de l'effet prix de 3,1%. Les taux de change ont eu un impact négatif sur les ventes de 2,0%. Les ventes publiées ont augmenté de 2,0% à 1,6 milliard de CHF.

Nespresso a enregistré une croissance organique faible à un chiffre après une forte croissance à deux chiffres au premier trimestre 2021. La reprise des ventes dans les canaux hors domicile s'est poursuivie, avec une adoption accrue du système *Momento* récemment lancé. La croissance a été soutenue par le maintien de la dynamique du système *Vertuo* et l'innovation. Les nouveaux produits ont inclus notamment les éditions limitées dans la gamme *Master Origins*, *Aged Sumatra* et *Papua New Guinea*, ainsi que la gamme *World Explorations* avec *Miami Espresso*.

Par zone géographique, l'Amérique du Nord a affiché une croissance à deux chiffres avec des gains continus de parts de marché. L'Europe a enregistré une baisse des ventes par rapport à une base de comparaison élevée en 2021. Les autres régions ont ensemble enregistré une croissance à deux chiffres.

## Nestlé Health Science

- Croissance organique de 5,6%: croissance interne réelle de 4,3%; effet prix de 1,3%.

	Chiffre d'affaires 3M-2022	Chiffre d'affaires 3M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Cessions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nestlé Health Science*	1,4 mia de CHF	0,9 mia de CHF	4,3%	1,3%	5,6%	50,1%	0,2%	55,8%

\* Les chiffres de la croissance interne réelle (RIG), de l'effet prix et de la croissance organique excluent la région Russie, avec un impact correspondant sur les lignes des cessions et acquisitions et des taux de change.



La croissance organique a été de 5,6%, avec une croissance interne réelle solide de 4,3% et une augmentation de l'effet prix de 1,3%. Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 50,1%, principalement en raison de l'acquisition des marques principales de The Bountiful Company. Les taux de change ont eu un impact positif sur les ventes de 0,2%. Les ventes publiées de Nestlé Health Science ont augmenté de 55,8% à 1,4 milliard de CHF.

Nestlé Health Science a affiché une croissance organique moyenne à un chiffre avec des gains de parts de marché, s'appuyant sur deux années consécutives de croissance à deux chiffres. La croissance a été soutenue par l'innovation et l'expansion géographique.

Consumer Care a affiché une croissance faible à un chiffre. Les produits de santé pour seniors ont enregistré une croissance à deux chiffres, portée par *Boost* et *Nutren*. Les vitamines, minéraux et compléments ont affiché une croissance légèrement positive par rapport à une base de comparaison élevée au début de 2021 pendant la pandémie. *Vital Proteins* et *Solgar* ont continué de bénéficier d'une forte dynamique.

La nutrition médicale a atteint une croissance à deux chiffres, grâce à la poursuite de la forte évolution des ventes de produits pédiatriques, notamment *Althéra*, *Alfaré* et *Alfamino*. Après des retards liés à la COVID-19, *Palforzia*, le traitement contre l'allergie aux arachides, a enregistré une évolution favorable de ses ventes.

Par zone géographique, les ventes en Amérique du Nord ont augmenté à un taux moyen à un chiffre. L'Europe a enregistré une légère diminution de ses ventes. Les autres régions ont affiché une croissance à deux chiffres.

## **Fournir une aide humanitaire au peuple d'Ukraine**

Depuis le début de la guerre, Nestlé s'est attachée à soutenir ses employés, leurs familles et le peuple en Ukraine. La Société a mobilisé ses équipes dans toute la région pour acheminer de la nourriture et des fournitures essentielles à la population locale. En collaboration avec les organisations caritatives ukrainiennes, Nestlé a également organisé une aide humanitaire directe dans la zone de guerre.

Nestlé est l'une des rares entreprises qui continuent à approvisionner les rayons des magasins pour la population en Ukraine. La Société a pu maintenir en grande partie ses activités dans l'ouest du pays, alors que les activités de son usine de Kharkiv ont été interrompues en raison des bombardements intensifs. Les employés de Nestlé se sont portés volontaires pour transformer le centre de distribution de l'entreprise à Kharkiv en un centre de dons, afin de fournir de la nourriture à la communauté locale. A ce jour, Nestlé a fait don de plus de 40 millions de portions d'aliments, de boissons et de produits nutritionnels à travers le pays.

Nestlé a été et reste en contact étroit avec ses 5800 employés en Ukraine. Entre autres mesures, la Société leur accorde des avances sur salaire, offre des aides financières

ponctuelles pour soutenir leur relocalisation, maintient leurs salaires dans un avenir proche et offre des emplois dans d'autres sociétés opérationnelles Nestlé.

De plus, Nestlé a mis en place des centres de soutien dans les pays voisins, comme la Pologne, afin d'accueillir les employés et leurs familles ayant fui l'Ukraine. Par exemple, une partie de l'usine de Nestlé la compagnie à Rzeszow, en Pologne, a été convertie en logements pour réfugiés et des logements temporaires ont été organisés dans d'autres régions d'Europe centrale et de l'Est.

Les employés de Nestlé dans le monde entier ont démontré la longue tradition de soutien humanitaire de l'entreprise. Ils soutiennent l'effort d'aide humanitaire par des dons à la Fédération internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (FICR), contributions que la Société s'est engagée à doubler de manière à multiplier par deux leur impact. La compagnie a également soutenu la campagne #StandUpForUkraine de Global Citizen en s'engageant à apporter un soutien financier à Global Giving, qui fournira une aide essentielle aux réfugiés ayant fui l'Ukraine. Au total, Nestlé s'est engagée à verser cette année plus de 15 millions de CHF sous forme de contributions monétaires et de produits à la population d'Ukraine.

### **Perspectives**

**Prévisions annuelles 2022 confirmées:** croissance organique des ventes d'environ 5% et marge opérationnelle courante récurrente comprise entre 17,0% et 17,5%. Bénéfice récurrent par action à taux de change constants et rentabilité du capital prévus à la hausse.

---

### **Contacts:**

Médias	Christoph Meier	Tél.: +41 21 924 2200	mediarelations@nestle.com
Investisseurs	Luca Borlini	Tél.: +41 21 924 3509	ir@nestle.com

## Annexe

### Aperçu des ventes du premier trimestre par secteur opérationnel

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique latine	Zone Grande Chine	Nespresso	Nestlé Health Science	Autres activités
Ventes 3M-2022 (millions de CHF)	22 238	5 800	4 633	4 633	2 697	1 361	1 602	1 449	63
Ventes 3M-2021 (millions de CHF)*	21 089	5 887	4 535	4 497	2 357	1 265	1 571	930	47
Croissance interne réelle (RIG)**	2,4%	1,4%	2,8%	1,7%	4,7%	3,8%	0,2%	4,3%	30,7%
Effet prix**	5,2%	8,5%	4,1%	4,3%	7,7%	-0,5%	3,1%	1,3%	3,6%
Croissance organique**	7,6%	9,9%	6,9%	6,0%	12,5%	3,4%	3,3%	5,6%	34,3%
Cessions et acquisitions nettes**	-1,3%	-13,6%	0,6%	-0,1%	0,1%	0,0%	0,6%	50,1%	0,0%
Taux de change**	-0,8%	2,2%	-5,4%	-2,8%	1,8%	4,2%	-2,0%	0,2%	-0,6%
Croissance du chiffre d'affaires publié	5,4%	-1,5%	2,2%	3,0%	14,4%	7,6%	2,0%	55,8%	33,6%

### Aperçu des ventes du premier trimestre par produit

	Total Groupe	Boissons liquides et en poudre	Eaux	Produits laitiers et glaces	Nutrition et Health Science	Plats préparés et aides culinaires	Confiserie	Produits pour animaux de compagnie
Ventes 3M-2022 (millions de CHF)	22 238	6 063	790	2 709	3 596	3 098	1 873	4 109
Ventes 3M-2021 (millions de CHF)	21 089	5 771	1 389	2 598	2 995	3 016	1 700	3 620
Croissance interne réelle (RIG)**	2,4%	2,4%	14,1%	-1,4%	2,5%	-3,5%	7,5%	5,8%
Effet prix**	5,2%	4,9%	7,2%	5,6%	2,0%	6,4%	3,0%	7,7%
Croissance organique**	7,6%	7,3%	21,3%	4,2%	4,5%	2,9%	10,5%	13,6%

\* Les chiffres de 2021 ont été retraités suite à la création de la Zone Amérique du Nord (NA) et de la Zone Grande Chine (GC) à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022. La Zone AOA inclut désormais la région Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA), précédemment incluse dans la Zone EMENA.

\*\*Les chiffres de la croissance interne réelle (RIG), de l'effet prix et de la croissance organique excluent la région Russie, avec un impact correspondant sur les lignes des cessions et acquisitions et des taux de change. La croissance organique aurait été plus élevée en comptant la région Russie.