



Good food, Good life

# Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Vevey, le 19 octobre 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 Internet](#)

## Nestlé publie ses ventes des neuf premiers mois 2022

- La croissance organique a atteint 8,5%. L'effet prix a été de 7,5%, reflétant une importante inflation des coûts des intrants. La croissance interne réelle (RIG) a été solide et s'est établie à 1,0%. La croissance organique se retrouve dans la plupart des zones géographiques et des catégories.
- Les ventes totales publiées ont augmenté de 9,2% à 69,1 milliards de CHF (9M-2021: 63,3 milliards de CHF). Les acquisitions nettes ont eu un impact positif de 1,2%. Les taux de change ont réduit les ventes de 0,6%.
- La gestion du portefeuille est conforme aux prévisions. Au troisième trimestre, Nestlé Health Science a finalisé l'acquisition de Puravida au Brésil et de The Better Health Company en Nouvelle-Zélande.
- **Mise à jour des prévisions annuelles 2022:** nous prévoyons désormais une croissance organique des ventes aux alentours de 8%. La marge opérationnelle courante récurrente devrait s'établir aux alentours de 17,0%. 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, a déclaré:** *«Nous avons enregistré une forte croissance organique tout en continuant à ajuster nos prix de manière responsable afin de refléter l'inflation. L'environnement économique est difficile et a une incidence sur le pouvoir d'achat de nombreuses personnes. C'est pourquoi nous nous efforçons de maintenir des offres économiquement accessibles tout en tenant compte des intérêts de tous nos partenaires. Notre croissance interne réelle est restée solide malgré une base de comparaison élevée et la persistance des contraintes d'approvisionnement, avec une faible élasticité de la demande. Dans le même temps, nous continuons d'investir en recherche et développement, en marketing et sur les initiatives en faveur du développement durable. Le récent lancement de notre Plan Nescafé 2030 en est une illustration. Nous restons confiants dans la force de nos marques, dans notre capacité à mettre en œuvre nos stratégies et dans la dynamique récurrente de nos catégories, ce qui nous place en bonne position pour une croissance future».*

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique latine	Zone Grande Chine	Nespresso	Nestlé Health Science	Autres activités
Chiffre d'affaires 9M-2022 (millions de CHF)	69 132	19 093	13 968	13 899	8 648	3 843	4 674	4 811	196
Chiffres d'affaires 9M-2021 (millions de CHF)*	63 294	17 173	13 736	13 343	7 416	3 585	4 654	3 237	150
Croissance interne réelle (RIG)**	1,0%	0,1%	1,5%	1,1%	2,5%	2,1%	-1,9%	1,9%	28,0%
Effet prix**	7,5%	11,1%	5,7%	7,0%	10,5%	2,6%	4,9%	2,6%	3,0%
Croissance organique**	8,5%	11,2%	7,1%	8,1%	12,9%	4,7%	3,0%	4,5%	31,0%
Cessions et acquisitions nettes**	1,2%	-4,8%	2,0%	-0,1%	0,1%	0,0%	-0,1%	42,5%	0,0%
Taux de change**	-0,6%	4,8%	-7,5%	-3,9%	3,6%	2,4%	-2,5%	1,6%	0,2%
Croissance du chiffre d'affaires publié	9,2%	11,2%	1,7%	4,2%	16,6%	7,2%	0,4%	48,6%	31,2%

\* 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) au 1er 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.

## Chiffre d'affaires du Groupe

La croissance organique s'est établie à 8,5%, atteignant 9,3% au troisième trimestre. L'effet prix a été de 7,5%, traduisant une inflation significative des coûts des intrants. La croissance interne réelle a été solide et s'est établie à 1,0% sur une base de comparaison élevée en 2021 et cela malgré des contraintes d'approvisionnement persistantes et une faible élasticité de la demande.

La croissance organique s'est établie à 7,4% dans les marchés développés, principalement portée par l'effet prix et une croissance interne réelle légèrement positive. La croissance dans les marchés émergents s'est établie à 10,2 %, soutenue tant par l'effet prix que par la croissance interne réelle.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été les plus grands contributeurs à la croissance organique, avec le maintien de la dynamique pour les produits haut de gamme scientifiquement développés *Purina Pro Plan*, *Purina ONE* et *Fancy Feast*, ainsi que pour les produits vétérinaires. Le café a enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une évolution positive des ventes de *Nescafé*, *Starbucks* et *Nespresso*. La croissance des produits de nutrition infantile a atteint un taux à deux chiffres, avec des contributions générales de l'ensemble des zones géographiques. Les ventes de chocolat ont enregistré une croissance à deux chiffres, reflétant particulièrement une forte dynamique pour *KitKat* et pour les produits saisonniers. Malgré les contraintes d'approvisionnement, l'activité eau a affiché une croissance à deux chiffres, stimulée par les marques haut de gamme, *S.Pellegrino*, *Acqua Panna* et *Perrier*. Les produits laitiers ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une dynamique soutenue pour les crèmes pour le café et une reprise des ventes de produits de pâtisserie maison. Les boissons chocolatées et maltées ont affiché une croissance élevée à un chiffre, et particulièrement forte pour les formats prêts à boire *Milo* et *Nesquik*. Les plats préparés et les aides culinaires ont affiché une

faible croissance à un chiffre sur une base de comparaison élevée en 2021, avec une demande restée forte pour *Maggi*. Les ventes des produits à base végétale ont continué de progresser à un taux à deux chiffres, portées par *Garden Gourmet*. Nestlé Health Science a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, stimulée par la nutrition médicale et les produits de santé pour seniors.

Par canal de ventes, la croissance organique dans le commerce de détail est restée robuste, s'établissant à 7,3%. Au sein du commerce de détail, les ventes dans le canal e-commerce ont augmenté de 8,4%, après une croissance de 17,2% au cours des neuf premiers mois de 2021. La croissance organique dans les canaux hors domicile a atteint 26,1%, avec des ventes dépassant les niveaux de 2019.

Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 1,2%, principalement en raison de celles des marques principales de The Bountiful Company et Orgain. Les taux de change ont eu un impact négatif de 0,6% sur les ventes. Les ventes totales publiées ont augmenté de 9,2% à 69,1 milliards de CHF.

### Gestion du portefeuille

Le 1er 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 légèrement à la croissance organique de Nestlé, tout en étant un peu dilutive pour la marge opérationnelle courante récurrente du Groupe en 2022. L'accord prévoit une option permettant à Nestlé Health Science d'acquérir intégralement Orgain en 2024.

Le 1er septembre 2022, Nestlé Health Science a finalisé l'acquisition de Puravida, une marque brésilienne haut de gamme de nutrition et de mode de vie sain. Cette acquisition permettra à Nestlé Health Science d'étendre son portefeuille de santé grand public en Amérique latine.

Le 1er septembre 2022, Nestlé Health Science a finalisé l'acquisition de The Better Health Company, qui inclut d'une part la marque GO Healthy, la marque leader de compléments alimentaires en Nouvelle-Zélande, et d'autre part New Zealand Health Manufacturing, une usine de fabrication de vitamines, de minéraux et de compléments alimentaires, basée à Auckland. Cette acquisition élargira le portefeuille de vitamines, de minéraux et de compléments alimentaires de Nestlé Health Science dans AOA.

### Zone Amérique du Nord

- Croissance organique de 11,2%: croissance interne réelle de 0,1%; effet prix de 11,1%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique du Nord	19,1 mia de CHF	17,2 mia de CHF	0,1%	11,1%	11,2%	-4,8%	4,8%	11,2%

La croissance organique a atteint 11,2%, avec un effet prix de 11,1%. La croissance interne réelle s'est élevée à 0,1%, sur une base de comparaison élevée en 2021 et malgré des contraintes d'approvisionnement. Les cessions nettes ont réduit les ventes de 4,8%, principalement en raison de celle des marques de Nestlé Waters en Amérique du Nord. Les taux de change ont eu un impact positif de 4,8%. Dans la Zone Amérique du Nord, les ventes publiées ont augmenté de 11,2% à 19,1 milliards de CHF.

La Zone Amérique du Nord a enregistré une croissance organique à deux chiffres, soutenue par l'effet prix, la forte dynamique dans le canal e-commerce et la reprise des canaux hors domicile. Nestlé a gagné des parts de marchés dans la Zone, grâce aux aliments pour animaux de compagnie et au café soluble et en portions.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été les plus grands contributeurs à la croissance, avec une forte dynamique dans tous les canaux, en particulier dans le canal e-commerce et les magasins spécialisés pour animaux de compagnie. *Purina Pro Plan*, y compris les produits vétérinaires, *Purina ONE* et *Fancy Feast* ont tous affiché une forte croissance à deux chiffres, soutenue par l'innovation. Nestlé Professional et les produits Starbucks pour la consommation hors domicile ont enregistré une forte croissance à deux chiffres. La croissance des ventes de la catégorie boissons, comprenant les produits Starbucks pour la consommation à domicile, *Coffee mate* et *Nescafé*, a avoisiné un taux à deux chiffres. Les formules infantiles ont enregistré une forte demande, suite à la persistance des contraintes d'approvisionnement sur le marché. Les aliments pour bébés ont enregistré une robuste croissance, grâce aux nouveaux lancements dans le segment des encas sains et des produits à base végétale. L'activité eau a enregistré une croissance à deux chiffres, stimulée par *S.Pellegrino* et *Essentia*. Les aliments surgelés ont affiché une croissance faible à un chiffre, sur une base de comparaison élevée en 2021. L'évolution des ventes de pizzas et de repas surgelés a été positive. Les produits laitiers, dont *Carnation* et *Nido*, ont également enregistré une croissance à deux chiffres avec des gains de parts de marché. La boisson prête à boire *Nesquik* aux États-Unis et *KitKat* au Canada ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par le lancement de nouveaux produits.

## Zone Europe

- Croissance organique de 7,1%: croissance interne réelle de 1,5%; effet prix de 5,7%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Europe*	14,0 mia de CHF	13,7 mia de CHF	1,5%	5,7%	7,1%	2,0%	-7,5%	1,7%

\*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 7,1%, avec un effet prix de 5,7%. La croissance interne réelle a été solide, s'établissant à 1,5%, sur une base de comparaison élevée en 2021 et malgré des contraintes d'approvisionnement. Le taux de change a eu un impact négatif sur les ventes de 7,5%, reflétant l'appréciation du franc suisse par rapport à l'euro. Les ventes publiées dans la Zone Europe ont été en hausse de 1,7% à 14,0 milliards de CHF.

Dans un environnement économique difficile, la Zone Europe a enregistré une croissance organique élevée à un chiffre. L'effet prix, le maintien de la dynamique dans les canaux hors domicile et l'innovation ont soutenu la croissance. La Zone a enregistré des gains de parts de marché pour le café, les produits de nutrition infantile et les aliments à base végétale.

Par catégorie de produits, les principaux contributeurs à la croissance ont été les produits pour animaux de compagnie Purina, sous l'impulsion des marques haut de gamme *Gourmet*, *Purina ONE* et *Purina Pro Plan*. Nestlé Professional a enregistré une croissance à deux chiffres, portée par les boissons. L'activité eau a affiché une croissance à deux chiffres, avec de fortes contributions des marques internationales et locales. Les ventes de produits de nutrition infantile ont enregistré une croissance à deux chiffres, grâce à la solide dynamique des produits contenant des oligosaccharides du lait maternel (HMO). Le chocolat a affiché une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte demande pour *KitKat* et les offres saisonnières. Au troisième trimestre, notre chocolat à base végétale *KitKat V*, a été déployé dans 15 pays européens. Le café a affiché une croissance faible à un chiffre, portée par le café soluble *Nescafé* et la poursuite de la solide évolution des ventes de *Starbucks by Nespresso*. Les ventes des produits culinaires ont baissé, sous l'effet de la croissance négative des pizzas et des nouilles. Les produits à base végétale *Garden Gourmet* ont poursuivi leur croissance à deux chiffres, grâce aux lancements de nouveaux produits.

## Zone Asie, Océanie et Afrique (AOA)

- Croissance organique de 8,1%: croissance interne réelle de 1,1%; effet prix de 7,0%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone AOA	13,9 mia de CHF	13,3 mia de CHF	1,1%	7,0%	8,1%	-0,1%	-3,9%	4,2%

La croissance organique a atteint 8,1%, avec une croissance interne réelle de 7,0% et un effet prix de 1,1%. Les taux de change ont réduit les ventes de 3,9%. Dans la Zone AOA, les ventes publiées ont augmenté de 4,2% à 13,9 milliards de CHF.

La croissance organique dans la zone AOA a atteint un taux élevé à un chiffre, grâce à l'effet prix, à l'optimisation du portefeuille et à la poursuite de la reprise dans les canaux hors domicile. La Zone a enregistré des gains de parts de marché pour les

produits culinaires, le café prêt à boire et en portions, ainsi que pour les produits de nutrition infantile.

L'Asie du Sud-Est a affiché une croissance moyenne à un chiffre, portée par *Nescafé*, *Maggi* et *KitKat*, notamment en Malaisie. L'Asie du Sud a enregistré une forte croissance à deux chiffres, avec des gains de parts de marché et la poursuite de la dynamique pour *Maggi*, *KitKat* et *Nescafé*. Au troisième trimestre, Nestlé Inde a lancé une gamme de céréales haut de gamme pour nourrissons sous la marque *Gerber*. Au Moyen-Orient et en Afrique, les ventes ont augmenté à un taux avoisinant les deux chiffres, grâce à la solide dynamique des offres économiques pour les produits *Maggi*, *Milo* et de nutrition infantile. Le Japon a affiché une croissance moyenne à un chiffre, portée par les produits prêts à boire *Nescafé* et les produits pour animaux de compagnie Purina. La Corée du Sud a enregistré une croissance à deux chiffres, stimulée par les produits Starbucks et la demande accrue pour *KitKat*. L'Océanie a affiché une croissance élevée à un chiffre, particulièrement forte pour *Nescafé* et *Maggi*. La croissance des ventes de chocolat a été forte, soutenue par le lancement d'une nouvelle gamme *KitKat* avec un fourrage *Milo*.

Par catégorie de produits, les produits culinaires ont été les plus grands contributeurs à la croissance, portée par *Maggi* qui a enregistré une croissance à deux chiffres, et particulier pour les aides culinaires et les nouilles. Le café a affiché une croissance élevée à un chiffre, avec une demande toujours forte pour les produits *Nescafé* et Starbucks. La Zone a lancé les produits prêts à boire Starbucks dans certains marchés. Nestlé Professional a enregistré une forte croissance à deux chiffres dans l'ensemble des zones géographiques et des catégories. Les ventes de produits de nutrition infantile ont atteint une croissance élevée à un chiffre, avec la poursuite de la reprise au troisième trimestre. Les boissons chocolatées et maltées ont affiché une croissance élevée à un chiffre. Les ventes de chocolat ont enregistré une croissance à deux chiffres, portée par *KitKat*. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une dynamique soutenue pour *Purina ONE*, *Felix* et *Purina Pro Plan*.

## Zone Amérique latine

- Croissance organique de 12,9%: croissance interne réelle de 2,5%; effet prix de 10,5%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique latine	8,6 mia de CHF	7,4 mia de CHF	2,5%	10,5%	12,9%	0,1%	3,6%	16,6%

La croissance organique a atteint 12,9%, avec un effet prix de 10,5%. La croissance interne réelle a été solide et s'est établie à 2,5%, après une croissance élevée à un chiffre en 2021. Le taux de change a eu un impact positif de 3,6%. Dans la Zone Amérique latine, les ventes publiées ont augmenté de 16,6% à 8,6 milliards de CHF.

La Zone Amérique latine a maintenu une croissance organique à deux chiffres, avec des contributions générales dans l'ensemble des catégories et des zones géographiques. La croissance a été soutenue par l'effet prix, une très bonne mise en œuvre de la stratégie et la poursuite de la dynamique dans les canaux hors foyer. La Zone a enregistré des gains de parts de marché pour les produits de nutrition infantile, les aliments pour animaux de compagnie et les crèmes pour le café.

Le Brésil a enregistré une croissance à deux chiffres, reflétant une forte demande pour le chocolat, les produits de nutrition infantile, ainsi que pour les boissons chocolatées et maltées. Le Mexique a posté une croissance élevée à un chiffre, avec une forte évolution des ventes de produits pour animaux de compagnie Purina, de Nescafé et de Carnation. En juillet, Nestlé a inauguré une nouvelle usine Nescafé à Veracruz, au Mexique, pour répondre à la forte demande des consommateurs à travers la Zone. Le Chili a enregistré une croissance élevée à un chiffre, portée par les ventes de chocolat et celles des produits pour animaux de compagnie Purina. La Colombie et la Région de la Plata ont continué à enregistrer une forte croissance à deux chiffres, soutenue par les volumes.

Par catégorie de produits, les ventes de chocolat ont le plus contribué à la croissance, reflétant une forte demande pour KitKat et les principales marques locales. Les 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 a enregistré une croissance généralisée à deux chiffres, soutenue par le café soluble Nescafé, Nescafé Dolce Gusto et la poursuite du déploiement des produits Starbucks. Les produits laitiers ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, portée par les laits enrichis et les produits de pâtisserie maison. Les produits de nutrition infantile ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, bénéficiant de la forte demande pour Nido et les produits fonctionnels NAN. Nestlé Professional a enregistré une forte croissance à deux chiffres, avec des gains de parts de marché et des ventes nettement supérieures aux niveaux d'avant la pandémie.

## Zone Grande Chine

- Croissance organique de 4,7%: croissance interne réelle de 2,1%; effet prix de 2,6%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Grande Chine	3,8 mia de CHF	3,6 mia de CHF	2,1%	2,6%	4,7%	0,0%	2,4%	7,2%

La croissance organique a été de 4,7%, avec un effet prix de 2,6% et une croissance interne réelle de 2,1%. Les taux de change ont eu un impact positif de 2,4%. Les ventes publiées dans la Zone Grande Chine ont augmenté de 7,2% à 3,8 milliards de CHF.

La Zone Grande Chine a enregistré une croissance organique moyenne à un chiffre, malgré les restrictions de déplacement liées à la pandémie de COVID-19. La croissance a été soutenue par une très bonne mise en œuvre de la stratégie, le maintien de la dynamique dans le canal e-commerce et une innovation continue.

Par catégorie de produits, les produits de nutrition infantile ont enregistré une croissance à deux chiffres, avec une amélioration de l'évolution des parts de marché pour *NAN* et *illumina*. Le café a affiché une croissance élevée à un chiffre, portée par le café soluble *Nescafé* et les produits Starbucks. Les produits *Hsu Fu Chi* et *Shark Wafer* ont tous deux enregistré une croissance élevée à un chiffre. Les produits culinaires ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, bénéficiant de l'extension des réseaux de distribution aux « lower-tier cities ». Les ventes de produits pour animaux de compagnie Purina ont progressé à un taux élevé à un chiffre, grâce à *Mon Petit*, *Fancy Feast* ainsi qu'à *Dentalife* lancé récemment. Les ventes dans Nestlé Professional ont baissé à un taux moyen à un chiffre, reflétant les restrictions dans les canaux hors domicile.

## Nespresso

- Croissance organique de 3,0%: croissance interne réelle de -1,9%; effet prix de 4,9%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nespresso*	4,7 mia de CHF	4,7 mia de CHF	-1,9%	4,9%	3,0%	-0,1%	-2,5%	0,4%

\*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 3,0%, avec un effet prix de 4,9%. La croissance interne réelle s'est établie à -1,9% après une forte croissance à deux chiffres en 2021 durant la pandémie. Les taux de change ont eu un impact négatif de 2,5% sur les ventes. Les ventes publiées à Nespresso ont augmenté de 0,4% à 4,7 milliards de CHF.

Nespresso a enregistré une croissance organique faible à un chiffre, après une croissance à deux chiffres en 2021, la consommation restant supérieure aux niveaux affichés avant la pandémie. Le système *Vertuo* a continué d'enregistrer une forte dynamique, avec des contributions générales dans toutes les zones géographiques. Au cours du troisième trimestre, Nespresso a lancé dans un certain nombre de marchés européens *Vertuo Pop*, une nouvelle machine compacte fabriquée à partir de matériaux recyclés. La croissance a également été soutenue par la poursuite de la reprise dans les canaux hors domicile, avec la poursuite de l'expansion du système *Momento* et un meilleur développement des ventes pour les offres destinées aux bureaux.



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 de ses ventes. Les autres régions ont enregistré ensemble une croissance élevée à un chiffre.

## Nestlé Health Science

- Croissance organique de 4,5%: croissance interne réelle de 1,9%; effet prix de 2,6%.

	Chiffre d'affaires 9M-2022	Chiffre d'affaires 9M-2021	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nestlé Health Science*	4,8 mia de CHF	3,2 mia de CHF	1,9%	2,6%	4,5%	42,5%	1,6%	48,6%

\*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 4,5%, après une croissance à deux chiffres en 2020 et 2021 durant la pandémie. L'effet prix a été de 2,6% avec une croissance interne réelle de 1,9%. Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 42,5%, essentiellement en raison de l'acquisition des marques principales de The Bountiful Company et Orgain. Les taux de change ont eu un impact positif sur les ventes de 1,6%. Les ventes publiées de Nestlé Health Science ont augmenté de 48,6% à 4,8 milliards de CHF.

Nestlé Health Science a enregistré des gains de parts de marché. La croissance a été soutenue par l'effet prix, l'innovation et l'expansion géographique.

Les produits de santé grand public ont affiché une croissance faible à un chiffre. Les produits de santé pour seniors ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par *Boost* et *Nutren*. Les ventes de vitamines, minéraux et suppléments sont restées quasiment stables, sur une base de comparaison élevée, notamment en ce qui concerne les produits pour renforcer l'immunité pendant la pandémie. *Vital Proteins* a enregistré une croissance à deux chiffres, bénéficiant du lancement de nouveaux produits et de la poursuite de l'expansion géographique. *Pure Encapsulations*, une offre très haut de gamme recommandée par les professionnels de la santé, a enregistré une croissance à deux chiffres. Orgain, l'activité de nutrition à base végétale récemment acquise, a enregistré une forte croissance à deux chiffres. La croissance a été stimulée par l'extension des réseaux de distribution et l'innovation, en particulier pour la gamme de nutrition biologique protéinée pour enfants.

La nutrition médicale a enregistré une croissance à deux chiffres, grâce à une solide évolution des ventes de produits pédiatriques et de produits contre les allergies, *Althéra*, *Alfaré* et *Alfamino*. *Zenpep* a affiché une croissance élevée à un chiffre avec des gains de parts de marché. Un plus grand nombre de patients ont choisi de suivre *Palforza*, le traitement contre l'allergie aux arachides.

Par zone géographique, les ventes en Amérique du Nord ont augmenté à un taux moyen à un chiffre. La croissance en Europe a été positive. Les autres régions ont affiché ensemble une croissance à deux chiffres.

### **La contribution sociétale de notre entreprise: réduire les émissions de gaz à effet de serre dans la culture du café et améliorer les moyens de subsistance des producteurs de café**

Nestlé s'est engagée à réduire progressivement les émissions absolues de gaz à effet de serre dans sa chaîne d'approvisionnement et à atteindre des émissions nettes nulles d'ici 2050. C'est pourquoi l'entreprise soutient la transition vers un système alimentaire régénératif. Avec le ***Plan Nescafé 2030***, l'entreprise concrétise désormais ces ambitions par le biais de sa plus grande marque de café.

Le Plan Nescafé 2030 est une stratégie intégrée qui vise simultanément à réduire les émissions de gaz à effet de serre dans la culture du café tout en augmentant les revenus des producteurs de café par la mise en œuvre d'une agriculture régénératrice. Il s'appuie sur le travail en matière de développement durable conduit sous la marque Nescafé depuis dix ans. La marque investira plus d'un milliard de francs suisses dans le plan d'ici 2030 – un investissement qui est soutenu par le financement de l'agriculture régénératrice de Nestlé.

Nescafé travaillera avec les producteurs de café pour les aider dans la transition vers l'agriculture régénératrice en leur fournissant une formation, un soutien financier et des plantules de café à haut rendement. Les pratiques régénératrices qui seront encouragées sont notamment les suivantes:

- La plantation de cultures de couverture;
- L'optimisation de la fertilisation, y compris l'utilisation d'engrais organiques;
- Le recours intensif à l'agroforesterie et aux cultures intercalaires;
- L'élagage ou le remplacement des arbres existants par des variétés résistantes aux maladies et au changement climatique.

Nescafé testera, apprendra et évaluera l'efficacité de multiples pratiques d'agriculture régénératrice, en donnant la priorité aux sept pays d'où proviennent 90% de son café: le Brésil, le Vietnam, le Mexique, la Colombie, la Côte d'Ivoire, l'Indonésie et le Honduras. Son objectif, à l'instar de l'ambition du groupe Nestlé pour tous les ingrédients clés, est de s'approvisionner en café issu de méthodes agricoles régénératrices à hauteur de 20% d'ici 2025 et de 50% d'ici 2030.

L'agriculture régénératrice améliorera la santé et la fertilité des sols. Un sol plus sain retient davantage d'eau et absorbe plus de carbone de l'atmosphère. Cela aidera Nescafé à réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 50% d'ici à 2030, conformément à l'engagement du groupe Nestlé.

*Nescafé* contribuera simultanément à augmenter les revenus des agriculteurs qui effectuent la transition vers l'agriculture régénératrice. *Nescafé* pilotera un programme de soutien financier dans certains pays afin de tester la meilleure approche en fonction des conditions locales. Parmi les mesures qui peuvent être utilisées, citons: des incitations conditionnelles en espèces pour l'adoption de pratiques d'agriculture régénératrice, une protection des revenus par le biais d'une assurance contre les intempéries et un meilleur accès aux lignes de crédit pour les agriculteurs.

*Nescafé* suivra les progrès et évaluera les résultats de ses programmes sur le terrain grâce à son partenariat de suivi et d'évaluation avec Rainforest Alliance. *Nescafé* s'associe également à Sustainable Food Lab, entre autres, pour des sujets liés à l'évaluation des revenus des producteurs de café, à la stratégie et au suivi des progrès.

Grâce à son plan d'envergure, *Nescafé* a pour objectif de contribuer à rendre la culture du café plus durable à l'échelle mondiale.

## Perspectives

**Mise à jour des prévisions annuelles 2022:** nous prévoyons désormais une croissance organique des ventes aux alentours de 8%. La marge opérationnelle courante récurrente devrait s'établir aux alentours de 17,0%. 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 2200	mediarelations@nestle.com
Investisseurs	Luca Borlini	Tél.: +41 21 924 3509	ir@nestle.com

## Annexe

### Aperçu du chiffre d'affaires des neuf premiers mois 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
Chiffre d'affaires 9M-2022 (millions de CHF)	69 132	19 093	13 968	13 899	8 648	3 843	4 674	4 811	196
Chiffres d'affaires 9M-2021 (millions de CHF)*	63 294	17 173	13 736	13 343	7 416	3 585	4 654	3 237	150
Croissance interne réelle (RIG)**	1,0%	0,1%	1,5%	1,1%	2,5%	2,1%	-1,9%	1,9%	28,0%
Effet prix**	7,5%	11,1%	5,7%	7,0%	10,5%	2,6%	4,9%	2,6%	3,0%
Croissance organique**	8,5%	11,2%	7,1%	8,1%	12,9%	4,7%	3,0%	4,5%	31,0%
Cessions et acquisitions nettes**	1,2%	-4,8%	2,0%	-0,1%	0,1%	0,0%	-0,1%	42,5%	0,0%
Taux de change**	-0,6%	4,8%	-7,5%	-3,9%	3,6%	2,4%	-2,5%	1,6%	0,2%
Croissance du chiffre d'affaires publié	9,2%	11,2%	1,7%	4,2%	16,6%	7,2%	0,4%	48,6%	31,2%

\* 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) au 1er janvier 2022. La Zone AOA comprend 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.

### Aperçu du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année par produit

	Total Groupe	Boissons liquides et en poudre	Eaux	Produits laitiers et glaces	Nutrition et Health Science	Plats préparés et aides culinaires	Confi-serie	Produits pour animaux de compagnie
Chiffre d'affaires 9M-2022 (millions de CHF)	69 132	18 461	2 776	8 267	11 625	9 152	5 640	13 211
Chiffre d'affaires 9M-2021 (millions de CHF)	63 294	17 499	3 230	7 837	9 363	8 873	5 132	11 360
Croissance interne réelle (RIG)**	1,0%	0,7%	6,0%	-3,6%	3,7%	-6,3%	6,4%	4,8%
Effet prix**	7,5%	7,3%	9,1%	8,5%	4,8%	8,9%	4,4%	9,6%
Croissance organique**	8,5%	8,0%	15,1%	4,8%	8,5%	2,6%	10,7%	14,4%

\*\*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.