

Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Vevey, le 27 juillet 2023

[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 résultats semestriels 2023

- La croissance organique s'élève à 8,7%, avec un effet prix de 9,5% et une croissance interne réelle (RIG) de -0,8%. La croissance a été générale dans les différentes régions et catégories.
- Les ventes totales publiées ont augmenté de 1,6% à 46,3 milliards de CHF (6M-2022: 45,6 milliards de CHF). Les taux de change ont réduit les ventes de 6,7%. Les acquisitions nettes ont eu un impact négatif de 0,4%.
- La marge opérationnelle courante récurrente s'élève à 17,1%, en hausse de 20 points de base sur base publiée et de 30 points de base à taux de change constants. La marge opérationnelle courante a augmenté de 120 points de base à 15,9% sur base publiée, reflétant des éléments exceptionnels de l'année précédente.
- Le bénéfice récurrent par action a progressé de 11,1% à taux de change constants et de 4,1% sur base publiée à 2.43 CHF. Le bénéfice par action a augmenté de 10,6% à 2.13 CHF sur base publiée.
- Le free cash flow s'inscrit en hausse de 1,9 milliard de CHF à 3,4 milliards de CHF, reflétant principalement une baisse du niveau des stocks.
- **Mise à jour des prévisions annuelles 2023:** nous revoyons à la hausse nos prévisions de croissance organique des ventes, tablant sur une fourchette de 7% à 8%. La marge opérationnelle courante récurrente devrait s'établir entre 17,0% et 17,5%. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait connaître une augmentation comprise entre 6% et 10%.

Mark Schneider, Administrateur délégué de Nestlé, a déclaré: *«Nous avons mis en œuvre nos priorités stratégiques avec rigueur et discipline dans un environnement de consommation en rapide évolution. Compte tenu de la solide performance du premier semestre, nous revoyons à la hausse nos prévisions de croissance organique des ventes pour 2023. La consommation à domicile post-COVID s'est à présent normalisée, levant un frein à la croissance de certaines de nos catégories. Les canaux hors domicile continuent de bénéficier d'une forte dynamique de croissance.»*

Pour le restant de l'année, nous sommes convaincus que nous parviendrons à dégager une combinaison positive de volume et de mix, à améliorer la marge brute et à augmenter significativement les investissements en marketing. Grâce à la gestion et à l'optimisation continues de notre portefeuille mais aussi la poursuite de la mise en œuvre de nos initiatives en matière de développement durable, nous sommes bien positionnés pour croître et créer de la valeur pour toutes nos parties prenantes.»

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique latine	Zone Grande Chine	Nestlé Health Science	Nespresso	Autres activités
Chiffre d'affaires 6M-2023 (millions de CHF)	46 293	12 553	9 467	9 060	6 082	2 548	3 318	3 128	137
Chiffre d'affaires 6M-2022 (millions de CHF)	45 580	12 138	9 283	9 335	5 659	2 677	3 167	3 190	131
Croissance interne réelle (RIG)	-0,8%	-1,0%	-2,4%	0,1%	-0,9%	1,3%	-1,9%	0,8%	8,3%
Effet prix	9,5%	11,0%	11,3%	9,2%	12,5%	3,4%	5,3%	3,7%	1,3%
Croissance organique	8,7%	10,0%	8,9%	9,3%	11,6%	4,7%	3,5%	4,5%	9,6%
Cessions et acquisitions nettes	-0,4%	-2,1%	-0,9%	-0,1%	0,1%	0,0%	6,0%	-0,8%	0,0%
Taux de change	-6,7%	-4,4%	-6,0%	-12,1%	-4,3%	-9,5%	-4,8%	-5,6%	-4,3%
Croissance du chiffre d'affaires publié	1,6%	3,4%	2,0%	-2,9%	7,5%	-4,8%	4,7%	-1,9%	5,3%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2023	17,1%	21,6%	16,6%	22,8%	19,8%	16,6%	13,0%	21,7%	-12,5%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2022	16,9%	18,8%	17,3%	23,5%	21,1%	15,0%	13,7%	24,3%	-3,6%

Chiffre d'affaires du Groupe

La croissance organique s'est établie à 8,7%. L'effet prix a atteint 9,5%, reflétant l'impact de l'inflation des coûts sur les deux dernières années. La croissance interne réelle s'est établie à -0,8%, avec un impact négatif d'environ 60 points de base provenant des actions d'optimisation du portefeuille. Les contraintes d'approvisionnement restantes ont également limité la croissance interne réelle. Dans l'ensemble, l'élasticité de la demande a été limitée dans le contexte des augmentations de prix.

La croissance a été générale dans la plupart des régions et catégories. Dans les marchés développés, la croissance organique s'est établie à 8,0%, portée par l'effet prix, avec une croissance interne réelle négative. Dans les marchés émergents, la croissance organique a atteint 9,6%, portée par l'effet prix et une croissance interne réelle neutre.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été les plus grands contributeurs à la croissance organique, soutenus par la forte dynamique des aliments humides et secs. *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Friskies* ont tous enregistré une croissance à deux chiffres. Le café a enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une évolution positive des ventes dans l'ensemble des marques et la poursuite de la reprise des canaux hors domicile. La nutrition infantile a affiché une croissance à deux

chiffres, avec la contribution générale de l'ensemble des marques et régions. Les produits laitiers ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une forte demande pour les crèmes à café et les laits enrichis économiques. La confiserie a enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par une solide évolution des ventes de *KitKat*. Les plats préparés et les aides culinaires ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, portés par *Maggi*. Nestlé Health Science a enregistré une croissance faible à un chiffre, avec un retour à une croissance positive pour les vitamines, les minéraux et les compléments au deuxième trimestre, stimulée par *Garden of Life* et *Pure Encapsulations*. Malgré des contraintes de capacité temporaires pour *Perrier*, l'activité eau a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée par *S.Pellegrino* et *Acqua Panna*.

Par canal de ventes, la croissance organique dans le commerce de détail est restée robuste à 8,0%. Les ventes du canal e-commerce ont augmenté de 13,5%, atteignant 16,7% des ventes totales du Groupe. Dans les canaux hors domicile, la croissance organique a atteint 17,1%.

Les cessions nettes ont réduit les ventes de 0,4%, principalement en raison de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly ainsi que de la cession de la marque de préparations pour nourrissons *Gerber Good Start*. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,7% sur les ventes, en raison de l'appréciation généralisée du franc suisse. Les ventes totales publiées ont augmenté de 1,6% à 46,3 milliards de CHF.

Résultat opérationnel courant récurrent

Le résultat opérationnel courant récurrent a progressé de 2,9% à 7,9 milliards de CHF. La marge opérationnelle courante récurrente a atteint 17,1%, en augmentation de 20 points de base sur base publiée et de 30 points de base à taux de change constants.

La marge brute a diminué de 40 points de base à 45,6%, sous l'effet de l'inflation élevée des coûts des matières premières et des emballages ainsi que des salaires. L'effet prix, les économies de coûts et l'optimisation du portefeuille ont contribué à contrebalancer en partie l'impact de l'inflation des coûts. Par rapport au deuxième semestre 2022, la marge brute s'est améliorée de 110 points de base.

Les coûts de distribution, exprimés en pourcentage des ventes, ont diminué de 50 points de base pour atteindre 8,6% des ventes, principalement en raison de la baisse des coûts du transport et de l'énergie.

Les dépenses administratives et de marketing, exprimées en pourcentage des ventes, se sont élevées à 18,6%. Dans ce poste, les dépenses de publicité et de marketing se sont élevées à 7,1% des ventes, en hausse de 50 points de base par rapport au second semestre 2022. A taux de change constants, les dépenses de publicité et de marketing ont augmenté de 7,5% par rapport à l'année précédente.

Les autres charges opérationnelles nettes ont diminué, passant de 1,0 milliard de CHF à 0,6 milliard de CHF, reflétant des éléments exceptionnels de l'année précédente, en particulier des dépréciations d'actifs. Par conséquent, le résultat opérationnel courant a

augmenté de 10,0% à 7,4 milliards de CHF. La marge opérationnelle courante a atteint 15,9%, en hausse de 120 points de base sur base publiée et de 130 points de base à taux de change constants. Cette augmentation reflète des éléments exceptionnels de l'année précédente et une amélioration de la marge opérationnelle courante récurrente de l'année en cours.

Charges financières nettes et impôt sur les bénéfices

Les charges financières nettes ont augmenté pour atteindre 697 millions de CHF. Le coût moyen de la dette nette est de 2,6%, contre 1,9% au premier semestre 2022.

Le taux d'imposition du Groupe a diminué de 90 points de base à 23,3% du fait d'éléments exceptionnels. Le taux d'imposition récurrent a diminué de 30 points de base pour atteindre 20,6%, principalement en raison de l'évolution géographique et du mix de nos activités.

Bénéfice net et bénéfice par action

Le bénéfice net a augmenté de 7,7% à 5,6 milliards de CHF. La marge opérationnelle nette a augmenté de 70 points de base pour atteindre 12,2% sur base publiée et de 90 points de base à taux de change constants. Cette augmentation est principalement due à des éléments exceptionnels au cours de l'année précédente. En conséquence, le bénéfice par action a augmenté de 10,6% à 2.13 CHF sur base publiée.

Le bénéfice récurrent par action a progressé de 11,1% à taux de change constants et de 4,1% sur base publiée à 2.43 CHF. Cette augmentation est principalement due à la forte croissance organique et à l'amélioration de la marge opérationnelle courante récurrente. Le programme de rachat d'actions de Nestlé a contribué à hauteur de 1,4% à l'augmentation du bénéfice récurrent par action, net des charges financières.

Cash flow

Le cash flow généré par les activités a augmenté, passant de 5,7 milliards de CHF à 7,1 milliards de CHF. Cette augmentation est principalement due à des mouvements de fonds de roulement, en particulier à une baisse du niveau des stocks. Le free cash flow a augmenté, passant de 1,5 milliard de CHF à 3,4 milliards de CHF, les mouvements du fonds de roulement et le produit de la cession de notre participation dans Prometheus Biosciences, soit 643 millions de CHF, ayant plus que contrebalancé l'augmentation des dépenses d'investissement.

Programme de rachat d'actions

Au premier semestre, le Groupe a racheté des actions Nestlé pour 2,4 milliards de CHF dans le cadre du programme de rachat d'actions de 20 milliards de CHF sur trois ans, qui a débuté en janvier 2022.

Dette nette

La dette nette a augmenté à 55,6 milliards de CHF au 30 juin 2023, contre 48,2 milliards de CHF au 31 décembre 2022. Cette augmentation reflète en grande partie le versement de dividendes de 7,8 milliards de CHF et les rachats d'actions pour 2,6 milliards de CHF.

Gestion de portefeuille

Nestlé et la société de capital-investissement PAI Partners ont convenu de constituer une coentreprise pour les activités de pizzas surgelées de Nestlé en Europe, créant ainsi un acteur spécialisé dans un segment compétitif et dynamique. Nestlé conservera une participation minoritaire avec des droits de vote équivalents à ceux de PAI Partners. Nestlé restera actionnaire de cette activité et participera à sa croissance future ainsi qu'à la création de valeur pour la catégorie. La transaction devrait être finalisée le 1er septembre 2023, sous réserve de l'approbation des autorités réglementaires.

La revue stratégique de *Palforzia*, le traitement contre l'allergie aux arachides, progresse et plusieurs options sont à l'étude. Au premier semestre 2023, l'activité a considérablement amélioré sa structure de coûts et a enregistré un certain progrès dans l'évolution de ses ventes.

Zone Amérique du Nord

- Croissance organique de 10,0%: croissance interne réelle de -1,0%; effet prix de 11,0%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté à 21,6%, principalement en raison de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly et d'actions d'optimisation du portefeuille.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance orga- nique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Zone Amérique du Nord	12,6 mia de CHF	12,1 mia de CHF	-1,0%	11,0%	10,0%	2,7 mia de CHF	2,3 mia de CHF	21,6%	18,8%

La croissance organique a atteint 10,0%, avec un effet prix de 11,0%. La croissance interne réelle s'est établie à -1,0%, reflétant les actions d'optimisation du portefeuille et les contraintes d'approvisionnement, en particulier pour les produits pour animaux de compagnie Purina, l'eau *Perrier* et les crèmes à café. Les cessions nettes ont réduit les ventes de 2,1%, en raison de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly ainsi que de la cession de la marque de préparation pour nourrissons *Gerber Good Start*. Les taux de change ont eu un impact négatif de 4,4%. Dans la Zone Amérique du Nord, les ventes publiées ont augmenté de 3,4% à 12,6 milliards de CHF.

La Zone Amérique du Nord a connu une croissance généralisée dans l'ensemble des marques et des catégories, portée par l'effet prix lié à l'inflation, un mix favorable et la persistance de la bonne dynamique du commerce électronique. La Zone a enregistré des

gains de parts de marché en ce qui concerne les aliments pour animaux de compagnie, les repas surgelés ainsi que le 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 demande généralisée à l'ensemble des segments et des canaux, en particulier le e-commerce. *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Friskies* ont tous connu une forte croissance à deux chiffres. La catégorie boissons, notamment les produits *Starbucks*, *Coffee mate* et *Nescafé*, ont affiché une croissance élevée à un chiffre. Les ventes de Nestlé Professional et des solutions hors domicile de *Starbucks* ont connu une forte croissance à deux chiffres, portée par une plus grande distribution. Les aliments pour bébés *Gerber* ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec des gains de parts de marché, grâce aux en-cas sains. La croissance des surgelés est restée neutre, en partie à cause du rapide ralentissement de l'activité de repas et de pizzas surgelés, au Canada, au cours du deuxième trimestre. Les pizzas *Stouffers* ainsi que *Jack's* et *Tombstone* ont enregistré une forte croissance avec des gains de parts de marché. Les laits enrichis *Nido* ont enregistré une forte croissance à deux chiffres, grâce à une plus large distribution. Les ventes d'eaux ont légèrement diminué, les contraintes de capacité temporaires touchant *Perrier* ayant continué de contrebalancer la forte croissance de *S.Pellegrino* et d'*Acqua Panna*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 280 points de base, principalement en raison de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly et des mesures d'optimisation du portefeuille. L'effet prix et les gains d'efficacité ont également permis de compenser l'inflation importante des coûts.

Zone Europe

- Croissance organique de 8,9%: croissance interne réelle de -2,4%; effet prix de 11,3%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 70 points de base à 16,6%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Zone Europe	9,5 mia de CHF	9,3 mia de CHF	-2,4%	11,3%	8,9%	1,6 mia de CHF	1,6 mia de CHF	16,6%	17,3%

La croissance organique a atteint 8,9%, avec un effet prix de 11,3%. La croissance interne réelle s'est établie à -2,4%, sur une base de comparaison élevée au cours des deux dernières années et à des actions d'optimisation du portefeuille. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,0% sur le chiffre d'affaires. Les cessions nettes ont réduit le chiffre d'affaires de 0,9%. Les ventes publiées de la Zone Europe se sont inscrites en hausse de 2,0% à 9,5 milliards de CHF.

La croissance dans la Zone Europe a été soutenue par l'effet prix, la solide évolution des ventes dans le e-commerce et la poursuite de la dynamique des canaux hors domicile. La

Zone a gagné des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie, confiserie et nutrition infantile.

Par catégorie de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le principal contributeur à la croissance, sous l'impulsion d'offres différenciées dans l'ensemble des marques haut de gamme *Felix*, *Gourmet* et *Purina ONE*. La confiserie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, grâce à *KitKat* et aux produits saisonniers. Nestlé Professional a affiché une croissance à deux chiffres. Le café a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée notamment par le café soluble *Nescafé* et les produits *Starbucks*. La nutrition infantile a enregistré une croissance élevée à un chiffre, grâce à la dynamique soutenue des préparations pour nourrissons haut de gamme, en particulier *NAN*. Les produits culinaires ont enregistré une croissance faible à un chiffre, avec notamment une évolution positive des ventes de *Maggi* et de *Thomy*. Les ventes d'eaux sont restées pratiquement stables, la forte croissance de *S.Pellegrino* et d'*Acqua Panna* ayant compensé l'impact des contraintes de capacité temporaires de *Perrier*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a diminué de 70 points de base. L'inflation importante des coûts a eu raison de l'effet prix et des économies de coûts.

Zone Asie, Océanie et Afrique (AOA)

- Croissance organique de 9,3%: croissance interne réelle de 0,1%; effet prix de 9,2%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 70 points de base à 22,8%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Zone AOA	9,1 mia de CHF	9,3 mia de CHF	0,1%	9,2%	9,3%	2,1 mia de CHF	2,2 mia de CHF	22,8%	23,5%

La croissance organique s'établit à 9,3%, avec une croissance interne réelle de 0,1%. L'effet prix a augmenté à 9,2%, avec des contributions générales de toutes les régions et catégories. Les taux de change ont réduit les ventes de 12,1%. Dans la Zone AOA, les ventes publiées ont reculé de 2,9% à 9,1 milliards de CHF.

Dans la Zone AOA, la croissance a été emmenée par l'effet prix, la poursuite de la dynamique des canaux hors domicile et l'innovation. La Zone a enregistré des gains de parts de marché dans les catégories café, produits culinaires et confiserie.

L'Asie du Sud-Est a affiché une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte évolution des ventes de café, des produits culinaires et de la nutrition infantile. L'Asie du Sud a enregistré une forte croissance à deux chiffres, stimulée par *KitKat* et *Munch* ainsi que *Maggi* et *Nescafé*. Le Moyen-Orient et l'Afrique ont connu une croissance à deux chiffres, portée en particulier par les offres économiques des produits culinaires, par la nutrition infantile et le café. Le Japon affiche une croissance moyenne à un chiffre, portée par

KitKat et les produits pour animaux de compagnie Purina. La Corée du Sud a enregistré une croissance élevée à un chiffre, alimentée par les produits *Starbucks*. L'Océanie a enregistré une croissance élevée à deux chiffres, soutenue par les produits pour animaux de compagnie Purina, *KitKat* et *Nescafé*.

Par catégorie de produits, la nutrition infantile a été le plus grand contributeur à la croissance, avec *Lactogen*, *NAN* et *Cerelac* en tête. Les produits culinaires ont enregistré une croissance à deux chiffres, grâce à une plus grande distribution et à une exécution solide pour *Maggi*. Le café a connu une croissance élevée à un chiffre, avec une demande toujours forte pour les produits *Nescafé* et *Starbucks*. Les produits prêts à boire récemment lancés par *Starbucks* ont trouvé un écho favorable auprès des consommateurs. Les ventes de Nestlé Professional ont enregistré une forte croissance à deux chiffres dans la plupart des régions et des catégories, grâce à la pénétration des canaux de distribution et à l'acquisition de nouveaux clients. La confiserie a enregistré une croissance à deux chiffres, alimentée par une forte dynamique pour *KitKat*. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont connu une croissance élevée à un chiffre, sous l'impulsion de *Supercoat*, *Purina ONE* et *Felix*. Les boissons chocolatées et maltées ont affiché une croissance faible à un chiffre, portée par les produits prêts à boire et en poudre *Milo*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a diminué de 70 points de base. L'impact de l'inflation des coûts des matières premières et de la dépréciation des devises a plus que compensé l'effet prix et la maîtrise des coûts.

Zone Amérique latine

- Croissance organique de 11,6%: croissance interne réelle de -0,9%; effet prix de 12,5%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 130 points de base à 19,8%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Zone Amérique latine	6,1 mia de CHF	5,7 mia de CHF	-0,9%	12,5%	11,6%	1,2 mia de CHF	1,2 mia de CHF	19,8%	21,1%

La croissance organique a été de 11,6%, avec un effet prix de 12,5% et une croissance interne réelle de -0,9%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 4,3%. Dans la Zone Amérique latine, les ventes publiées s'inscrivent en hausse de 7,5% à 6,1 milliards de CHF.

La Zone Amérique latine a enregistré une forte croissance soutenue dans l'ensemble des régions et des catégories de produits, bénéficiant de l'effet prix, d'une solide exécution opérationnelle et du maintien de la dynamique des canaux hors domicile. La Zone a gagné des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie, nutrition infantile et produits culinaires.

Le Brésil a enregistré une forte croissance à deux chiffres, soutenue par la forte dynamique de *Garoto* et de *KitKat* ainsi que de *NAN* et des céréales infantiles *Mucilon*. Le Mexique a enregistré une croissance à deux chiffres, avec une forte progression des ventes de produits laitiers, de café et de produits de nutrition infantile. La région de Plata a connu une croissance à deux chiffres, menée par le café et les eaux.

Par catégorie de produits, la confiserie a été le plus grand contributeur à la croissance, reflétant la forte demande pour *KitKat* et les principales marques locales ainsi que les lancements de nouveaux produits. Les produits laitiers ont affiché une croissance à deux chiffres, portée par les laits enrichis et les produits culinaires laitiers. La nutrition infantile a enregistré une croissance à deux chiffres, grâce à la dynamique des laits de croissance *NAN* et *Nido*. Le café a enregistré une croissance générale à deux chiffres, soutenue par le café soluble *Nescafé*. Les ventes de Nestlé Professional ont affiché une forte croissance à deux chiffres, grâce à la vigueur confirmée des solutions de café de marque. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, par rapport à une base de comparaison élevée en 2022.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a diminué de 130 points de base. Les éléments exceptionnels de l'année précédente et l'inflation des coûts ont plus que compensé l'effet prix et les économies de coûts.

Zone Grande Chine

- Croissance organique de 4,7%: croissance interne réelle de 1,3%; effet prix de 3,4%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 160 points de base à 16,6%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Zone Grande Chine	2,5 mia de CHF	2,7 mia de CHF	1,3%	3,4%	4,7%	0,4 mia de CHF	0,4 mia de CHF	16,6%	15,0%

La croissance organique a atteint 4,7%, avec un effet prix de 3,4%. La croissance interne réelle s'est établie à 1,3%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 9,5%. Les ventes publiées de la Zone Grande Chine s'inscrivent en baisse de 4,8% à 2,5 milliards de CHF.

La croissance de la Zone Grande Chine a été portée par la dynamique du e-commerce, la reprise des canaux hors domicile et l'effet prix. La Zone a gagné des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie et confiserie.

Par catégorie de produits, Nestlé Professional a été le principal contributeur à la croissance, soutenue par l'innovation et une plus large distribution. La nutrition infantile a

enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée par les offres spécialisées de *NAN* et par *illum*. La confiserie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, portée par *Hsu Fu Chi* et les gaufrettes chocolatées *Shark*. Les produits culinaires ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, avec une demande accrue de *Totole* dans les canaux hors domicile. Le café a affiché une croissance faible à un chiffre, portée par le café soluble et les produits *Starbucks*. Le café prêt à boire a connu une croissance positive, avec une forte reprise au deuxième trimestre. Les produits laitiers nutritionnels pour adultes ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par le lancement de nouveaux produits. Les aliments pour animaux de compagnie Purina ont enregistré une croissance à deux chiffres, portée par *Purina Pro Plan* et *Fancy Feast*. Au deuxième trimestre, la catégorie aliments pour animaux de compagnie Purina a ouvert de nouvelles lignes de production à Tianjin.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 160 points de base. Le mix favorable et la maîtrise des coûts ont plus que contrebalancé l'inflation des coûts.

Nestlé Health Science

- Croissance organique de 3,5%: croissance interne réelle de -1,9%; effet prix de 5,3%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 70 points de base à 13,0%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Nestlé Health Science	3,3 mia de CHF	3,2 mia de CHF	-1,9%	5,3%	3,5%	0,4 mia de CHF	0,4 mia de CHF	13,0%	13,7%

La croissance organique a atteint 3,5%, avec un effet prix de 5,3%. La croissance interne réelle s'est établie à -1,9%, après une croissance extraordinaire, au cours des trois dernières années, pendant la pandémie. Les acquisitions nettes ont accru les ventes de 6,0%, principalement en raison de l'acquisition d'*Orgain*. Les taux de change ont eu un impact négatif de 4,8% sur les ventes. Les ventes publiées de Nestlé Health Science s'inscrivent en hausse de 4,7% à 3,3 milliards de CHF.

La croissance de Nestlé Health Science a été portée par l'effet prix, la dynamique du e-commerce et l'expansion géographique. L'activité a continué à gagner des parts de marché.

Les produits de santé grand public ont vu leurs ventes diminuer, avant de renouer avec une croissance positive au cours du deuxième trimestre:

- La nutrition active a enregistré une croissance faible à un chiffre, avec une évolution positive des ventes des produits de santé pour seniors, *Vital Proteins* et *Orgain*;

- Les ventes de vitamines, de minéraux et de suppléments ont diminué, après trois années de forte croissance pendant la pandémie. L'activité a renoué avec une croissance positive au deuxième trimestre, portée par *Garden of Life* et *Pure Encapsulations*.

La nutrition médicale a enregistré une croissance à deux chiffres, avec une forte dynamique dans tous les segments. La croissance a été portée par les ventes de produits de soins médicaux aigus et pour adultes, ainsi que par les produits pédiatriques et hypoallergéniques.

Par région, l'Amérique du Nord a affiché une croissance faible à un chiffre. L'Europe a enregistré une croissance moyenne à un chiffre. Les autres régions ont connu ensemble une croissance élevée à un chiffre.

La marge opérationnelle courante récurrente de Nestlé Health Science s'inscrit en baisse de 70 points de base. L'inflation des coûts a plus que compensé l'effet prix et les synergies liées aux acquisitions.

Nespresso

- Croissance organique de 4,5%: croissance interne réelle de 0,8%; effet prix de 3,7%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 260 points de base à 21,7%.

	Chiffre d'affaires 6M-2023	Chiffre d'affaires 6M-2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023	Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022	Marge 6M-2023	Marge 6M-2022
Nespresso	3,1 mia de CHF	3,2 mia de CHF	0,8%	3,7%	4,5%	0,7 mia de CHF	0,8 mia de CHF	21,7%	24,3%

La croissance organique a atteint 4,5%, avec un effet prix de 3,7%. La croissance interne réelle s'est établie à 0,8%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,6% sur le chiffre d'affaires. Les ventes publiées de Nespresso ont diminué de 1,9% à 3,1 milliards de CHF.

Le principal contributeur à la croissance a été le système *Vertuo*, qui a continué à bénéficier d'une bonne dynamique générale. La croissance a également été forte dans les canaux hors domicile, avec une adoption accrue du système *Momento*, en particulier dans le cadre des offres destinées aux bureaux. L'innovation a continué à trouver un écho auprès des consommateurs, avec notamment le lancement de *Vertuo Pop*, une nouvelle machine compacte, ainsi que de capsules de café compostables à domicile, en France, au mois de juin.

Par région, l'Amérique du Nord a affiché une croissance à deux chiffres avec des gains constants de parts de marché. En Europe, la croissance a été légèrement positive. Les autres régions ont affiché ensemble une croissance faible à un chiffre.

La marge opérationnelle courante récurrente de Nespresso a diminué de 260 points de base. L'inflation importante des coûts du café et l'appréciation du franc suisse ont plus que compensé les actions sur les prix. L'activité a continué à investir dans le déploiement du système *Vertuo* ainsi que dans des campagnes publicitaires.

La contribution sociétale de notre entreprise: éliminer la déforestation liée aux chaînes d'approvisionnement en huile de palme de Nestlé

L'Union européenne a récemment adopté une législation qui interdira l'importation de matières premières liées à la déforestation, dont l'huile de palme. Nestlé s'efforce, depuis plus de dix ans, de lutter contre la déforestation dans ses chaînes d'approvisionnement en huile de palme et dans toutes les autres principales chaînes d'approvisionnement. Grâce à cette base solide, la Société est bien placée pour se conformer avec cette nouvelle loi.

La traçabilité est essentielle pour prévenir la déforestation. Ainsi, Nestlé s'approvisionne auprès de fournisseurs qui peuvent retracer l'origine de leur huile de palme jusqu'à la plantation où elle a été cultivée. En collaboration avec des partenaires externes, Nestlé a déterminé que ses chaînes d'approvisionnement en huile de palme étaient exemptes de déforestation à hauteur de 95,6% à la fin de l'année 2022. Nestlé est vigilante dans ses efforts pour maintenir ce niveau de performance. Elle collabore avec des experts et des organismes sectoriels pour améliorer en permanence les pratiques environnementales et sociales, pour prendre des mesures lorsque des risques ou des problèmes sont identifiés et pour investir dans la technologie pour rester à la pointe du progrès.

Parmi ces technologies, elle peut compter sur Starling, un système satellitaire que Nestlé utilise pour contrôler ses chaînes d'approvisionnement en huile de palme. Starling aide l'entreprise à identifier les risques et les cas de déforestation autour des usines auprès desquelles elle s'approvisionne, ainsi que les différents types de déforestation. Cela lui permet de se concentrer sur des actions sur le terrain, là où elles sont le plus nécessaires.

Dans les provinces d'Aceh et de Riau en Indonésie, par exemple, Nestlé collabore avec des partenaires pour promouvoir une production durable, la préservation des forêts ainsi que les bonnes pratiques sociales et en matière de conditions de travail. Elle travaille avec les autorités locales sur l'aménagement intégré du territoire et soutient la politique «Pas de déforestation, pas de tourbière, pas d'exploitation». Sur la base de nouvelles informations issues de la surveillance par satellite, la Société a récemment élargi la portée de ce travail pour inclure la province du Kalimantan oriental.

Nestlé s'efforce également d'inclure les petits exploitants agricoles dans ses chaînes d'approvisionnement, ceux-ci représentant 40% de l'offre mondiale d'huile de palme. Elle a récemment participé au lancement d'un centre pour petits exploitants à Aceh, qui forme les agriculteurs aux bonnes pratiques agricoles et les aide à accroître leurs rendements à partir des terres agricoles existantes, contribuant ainsi à réduire le risque d'empiétement sur les zones protégées. Des programmes similaires sont en cours de déploiement dans d'autres pays.

Nestlé va désormais au-delà de la déforestation pour préserver et restaurer les écosystèmes naturels, tout en promouvant des moyens de subsistance durables et en respectant les droits de l'homme. La Société a été récompensée dans le rapport Forest 500 de cette année, où elle se classe en troisième position pour ses efforts en matière de lutte contre la déforestation, parmi les entreprises exposées à ce problème.

L'huile de palme est hautement polyvalente. Pour produire la même quantité d'huile qu'avec d'autres plantes, la surface agricole nécessaire est quatre à dix fois moindre. La remplacer n'est pas la solution – ni pour l'environnement, ni pour les millions d'agriculteurs qui en dépendent pour leurs moyens de subsistance. Voilà pourquoi Nestlé entend aller toujours plus loin pour rendre la production d'huile de palme réellement durable, tant pour les forêts que pour les communautés.

Perspectives

Mise à jour des prévisions annuelles 2023: nous revoyons à la hausse nos prévisions de croissance organique des ventes, tablant sur une fourchette de 7% à 8%. La marge opérationnelle courante récurrente devrait s'établir entre 17,0% et 17,5%. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait connaître une augmentation comprise entre 6% et 10%.

Rapports publiés ce jour

[Rapport semestriel 2023 \(pdf\)](#)

Autres langues disponibles à la rubrique [Publications](#)

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 semestriel et du résultat opérationnel courant récurrent par secteur opérationnel

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique latine	Zone Grande Chine	Nestlé Health Science	Nespresso	Autres activités
Chiffre d'affaires 6M-2023 (millions de CHF)	46 293	12 553	9 467	9 060	6 082	2 548	3 318	3 128	137
Chiffre d'affaires 6M-2022 (millions de CHF)	45 580	12 138	9 283	9 335	5 659	2 677	3 167	3 190	131
Croissance interne réelle (RIG)	-0,8%	-1,0%	-2,4%	0,1%	-0,9%	1,3%	-1,9%	0,8%	8,3%
Effet prix	9,5%	11,0%	11,3%	9,2%	12,5%	3,4%	5,3%	3,7%	1,3%
Croissance organique	8,7%	10,0%	8,9%	9,3%	11,6%	4,7%	3,5%	4,5%	9,6%
Cessions et acquisitions nettes	-0,4%	-2,1%	-0,9%	-0,1%	0,1%	0,0%	6,0%	-0,8%	0,0%
Taux de change	-6,7%	-4,4%	-6,0%	-12,1%	-4,3%	-9,5%	-4,8%	-5,6%	-4,3%
Croissance du chiffre d'affaires publié	1,6%	3,4%	2,0%	-2,9%	7,5%	-4,8%	4,7%	-1,9%	5,3%
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023 (millions de CHF)	7 904	2 713	1 570	2 068	1 202	422	432	678	-17
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022 (millions de CHF)	7 683	2 284	1 606	2 198	1 196	400	435	777	-5
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2023	17,1%	21,6%	16,6%	22,8%	19,8%	16,6%	13,0%	21,7%	-12,5%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2022	16,9%	18,8%	17,3%	23,5%	21,1%	15,0%	13,7%	24,3%	-3,6%

Aperçu du chiffre d'affaires semestriel 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 aides culinaires	Confiserie	Produits pour animaux de compagnie
Chiffre d'affaires 6M-2023 (millions de CHF)	46 293	12 339	1 706	5 418	7 832	5 931	3 694	9 373
Chiffre d'affaires 6M-2022 (millions de CHF)	45 580	12 335	1 792	5 443	7 689	6 137	3 595	8 589
Croissance interne réelle (RIG)	-0,8%	-0,6%	-6,3%	-3,8%	-0,5%	-4,2%	2,6%	2,9%
Effet prix	9,5%	7,8%	10,5%	11,3%	7,8%	10,0%	8,2%	12,1%
Croissance organique	8,7%	7,2%	4,2%	7,5%	7,4%	5,8%	10,8%	15,0%
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2023 (millions de CHF)	7 904	2 607	187	1 261	1 529	989	536	1 959
Résultat opérationnel courant récurrent 6M-2022 (millions de CHF)	7 683	2 915	175	1 192	1 502	974	498	1 635
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2023	17,1%	21,1%	11,0%	23,3%	19,5%	16,7%	14,5%	20,9%
Marge opérationnelle courante récurrente 6M-2022	16,9%	23,6%	9,7%	21,9%	19,5%	15,9%	13,8%	19,0%