



Nestlé

Good food, Good life

# Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Vevey, le 22 février 2024

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

La version anglaise fait foi

## Suivez l'événement du jour en direct

09h00 CET [Retransmission de la conférence de presse](#)

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

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

## Nestlé publie ses résultats annuels 2023

- La croissance organique a atteint 7,2%, avec un effet prix de 7,5% et une croissance interne réelle (RIG) de -0,3%. La croissance a été générale dans les différentes régions et catégories.
- Le chiffre d'affaires total publié a été de 93,0 milliards de CHF, soit une baisse de 1,5% (2022: 94,4 milliards de CHF). Les taux de change ont réduit le chiffre d'affaires de 7,8%. Les cessions nettes ont eu un impact négatif de 0,9%.
- La marge opérationnelle courante récurrente (UTOP) s'est établie à 17,3%, en hausse de 20 points de base sur base publiée et de 40 points de base à taux de change constants. La marge opérationnelle courante (TOP) s'est établie à 15,6%, en hausse de 160 points de base.
- Le bénéfice récurrent par action a progressé de 8,4% à taux de change constants et de 0,1% sur base publiée à 4.80 CHF. Le bénéfice par action a augmenté de 23,7% pour atteindre 4.24 CHF sur une base publiée, reflétant principalement des éléments exceptionnels de l'année précédente.
- Le free cash flow s'est établi à 10,4 milliards de CHF, en hausse de 3,8 milliards de CHF, suite à une réduction importante du besoin en fonds de roulement.
- Le Conseil d'administration propose un dividende de 3.00 CHF par action, soit une augmentation de 5 centimes, ce qui porte à 29 le nombre d'années consécutives de hausse du dividende. En 2023, 12,8 milliards de CHF ont été versés aux actionnaires sous forme de dividende et de rachats d'actions.
- **Perspectives 2024:** une croissance organique des ventes d'environ 4% et une augmentation modérée de la marge opérationnelle courante récurrente. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait augmenter entre 6% et 10%.
- **Objectifs à moyen terme pour 2025 pleinement confirmés:** une croissance organique des ventes moyenne à un chiffre et une marge opérationnelle courante récurrente de 17,5% à 18,5% d'ici 2025. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait augmenter entre 6% et 10%.

**Mark Schneider, Administrateur délégué de Nestlé, a déclaré:** «L'inflation sans précédent de ces deux dernières années a accru la pression sur de nombreux consommateurs et a affecté la demande de produits alimentaires et de boissons. Dans ce

contexte difficile, nous avons enregistré une forte croissance organique et une solide amélioration des marges grâce à des investissements accrus dans le marketing et dans d'autres domaines de développement. Notre génération de free cash flow a retrouvé ses niveaux historiques.

En ce qui concerne 2024, nous donnons la priorité à une croissance axée sur les volumes et le mix, avec un investissement accru dans les marques. Ceci tout en enrichissant l'offre proposée aux consommateurs grâce à des innovations et rénovations constantes, une montée en gamme, des prix abordables et des options toujours plus nutritives. Nous continuerons d'investir avant tout dans nos marques milliardaires à fort potentiel, ce qui nous permettra d'assurer une croissance régulière tout en renforçant la fidélité à la marque.

Pour stimuler les gains de parts de marché, nos principales priorités consistent à satisfaire pleinement les consommateurs grâce à des offres différenciées et à nous concentrer sur une mise en œuvre de premier ordre. Nous sommes convaincus de disposer de la stratégie, du portefeuille et des capacités nécessaires pour atteindre nos objectifs à l'horizon 2025.»

## Résultats du Groupe

	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 2023 (millions de CHF)	92 998	25 995	19 098	17 519	12 196	5 037	6 498	6 372	283
Chiffre d'affaires 2022 (millions de CHF)	94 424	26 328	19 128	18 484	11 819	5 351	6 602	6 448	264
Croissance interne réelle (RIG)	-0,3%	-0,3%	-2,4%	0,3%	0,3%	2,5%	-3,2%	2,0%	11,5%
Effet prix	7,5%	7,6%	10,6%	8,0%	8,9%	1,7%	4,8%	3,3%	1,7%
Croissance organique	7,2%	7,3%	8,2%	8,3%	9,2%	4,2%	1,6%	5,3%	13,2%
Cessions et acquisitions nettes	-0,9%	-1,7%	-3,4%	-0,1%	-0,2%	0,1%	3,1%	-0,5%	-0,0%
Taux de change	-7,8%	-6,8%	-4,9%	-13,5%	-5,8%	-10,2%	-6,2%	-6,0%	-5,7%
Croissance du chiffre d'affaires publié	-1,5%	-1,3%	-0,2%	-5,2%	3,2%	-5,9%	-1,6%	-1,2%	7,4%
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2023	17,3%	22,2%	16,4%	23,5%	20,7%	16,5%	12,0%	20,3%	-4,3%
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2022	17,1%	21,0%	16,4%	22,9%	21,2%	16,1%	13,6%	21,5%	-6,1%

## Chiffre d'affaires du Groupe

La croissance organique a atteint 7,2%. L'effet prix a été de 7,5%, reflétant l'inflation des coûts sur les deux dernières années. La croissance interne réelle s'est établie à -0,3%, affectée par une faible demande, des contraintes de capacité et une interruption temporaire de l'approvisionnement en vitamines, minéraux et compléments au second semestre. Comme prévu, la croissance interne réelle est devenue positive aussi bien au quatrième trimestre qu'au second semestre, soutenue par les effets de l'optimisation du

portefeuille, l'amélioration des niveaux de service à la clientèle et un soutien accru de la marque.

La croissance a été générale dans la plupart des régions et catégories. Dans les marchés développés, la croissance organique s'est élevée à 6,4%, portée par l'effet prix avec une croissance interne réelle négative. Dans les marchés émergents, la croissance organique a atteint 8,4%, portée par l'effet prix et une croissance interne réelle positive.

Par catégories de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été les plus grands contributeurs à la croissance organique, avec une forte progression dans tous les canaux de distribution. *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Friskies* ont chacun enregistré une croissance à deux chiffres. Les ventes de *Purina Pro Plan* ont atteint près de 3 milliards de CHF. Le café a enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une évolution positive des ventes dans l'ensemble des marques, soutenue par une forte demande des canaux hors domicile. La nutrition infantile a enregistré une croissance élevée à un chiffre, soutenue par le dynamisme persistant des préparations pour nourrissons haut de gamme, notamment les produits à base d'oligosaccharides du lait maternel (HMO), ainsi que les préparations spécialisées. Les produits laitiers ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, portée par les laits enrichis, les crèmes à café et les produits de pâtisserie maison. La confiserie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, alimentée par la croissance soutenue à deux chiffres de *KitKat*. Les plats préparés et les aides culinaires ont affiché une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte demande pour *Maggi* dans l'ensemble des régions et des segments. L'activité Eaux a affiché une croissance moyenne à un chiffre, stimulée par *S.Pellegrino* et *Acqua Panna*. Nestlé Health Science a enregistré une croissance faible à un chiffre, la forte progression de la nutrition médicale ayant été en partie contrebalancée par des contraintes d'approvisionnement temporaires des vitamines, minéraux et compléments.

Par canaux de ventes, la croissance organique dans le commerce de détail est restée robuste à 6,5%. Les ventes du canal e-commerce ont augmenté de 13,4%, atteignant 17,1% du chiffre d'affaires total du Groupe. Dans les canaux hors domicile, la croissance organique a atteint 15,9%.

Les cessions nettes ont fait baisser le chiffre d'affaires de 0,9%, principalement du fait de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly ainsi que de la cession de la marque de préparations pour nourrissons *Gerber Good Start* en 2022. Les taux de change ont eu un impact négatif de 7,8% sur le chiffre d'affaires, suite à l'appréciation significative et généralisée du franc suisse. Le chiffre d'affaires total publié a diminué de 1,5% à 93,0 milliards de CHF.

### **Résultat opérationnel courant récurrent**

La marge opérationnelle courante récurrente a augmenté de 20 points de base à 17,3% sur base publiée et de 40 points de base à taux de change constants. Le résultat opérationnel courant récurrent a diminué de 0,3% pour atteindre 16,1 milliards de CHF, en raison de l'appréciation des devises.

La marge brute a progressé de 70 points de base à 45,9%. L'effet prix, les économies de coûts et l'optimisation du portefeuille ont plus que contrebalancé l'inflation importante des coûts.

Les coûts de distribution, exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires, ont diminué de 60 points de base pour atteindre 8,3%, principalement en raison de la baisse des coûts du transport et de l'énergie.

Les dépenses administratives et de marketing, exprimées en pourcentage du chiffre d'affaires, se sont élevées à 18,9%. Dans ce poste, les dépenses de publicité et de marketing se sont élevées à 7,7% du chiffre d'affaires, en hausse de 80 points de base par rapport à l'année précédente.

Les frais de restructuration et les autres charges opérationnelles nettes ont diminué, passant de 2,9 milliards à 1,5 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 14,5 milliards de CHF. La marge opérationnelle courante a atteint 15,6%, en hausse de 160 points de base sur base publiée et de 190 points de base à taux de change constants.

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

Les charges financières nettes ont augmenté pour atteindre 1,4 milliard de CHF, reflétant une hausse des taux d'intérêt et une dette nette moyenne plus élevée. Le coût moyen de la dette nette était de 2,5% contre 2,2% en 2022.

Le taux d'imposition du Groupe a diminué de 600 points de base à 18,2%, en raison d'éléments exceptionnels. Le taux d'imposition récurrent a augmenté de 30 points de base à 21,2%, en raison essentiellement de la répartition géographique et du mix des activités.

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

Le bénéfice net a augmenté de 20,9% à 11,2 milliards de CHF. La marge opérationnelle nette a augmenté de 230 points de base pour atteindre 12,1% sur base publiée et de 240 points de base à taux de change constants. Cette augmentation s'explique principalement par une réduction des dépréciations d'actifs, une diminution des impôts publiés et une augmentation des revenus provenant des entreprises associées. En conséquence, le bénéfice par action a augmenté de 23,7% à 4.24 CHF sur base publiée.

Le bénéfice récurrent par action a progressé de 8,4% à taux de change constants et de 0,1% sur base publiée à 4.80 CHF. Cette augmentation résulte principalement de la forte croissance organique et de l'amélioration de la marge opérationnelle courante récurrente. Le programme de rachat d'actions de Nestlé a contribué pour 1,2% à l'augmentation du bénéfice récurrent par action, net des charges financières.

## **Cash flow**

Le free cash flow s'inscrit en hausse, passant de 6,6 milliards de CHF à 10,4 milliards de CHF, reflétant principalement une baisse du niveau des stocks.

## **Dividende**

Lors de l'Assemblée générale ordinaire du 18 avril 2024, le Conseil d'administration proposera un dividende de 3.00 CHF par action, soit une hausse de 5 centimes. Si cette proposition est adoptée, il s'agira de la 29<sup>e</sup> augmentation annuelle consécutive du dividende de la Société. Nestlé a maintenu ou augmenté son dividende en francs suisses ces 64 dernières années. Nestlé s'est engagée à poursuivre cette longue pratique consistant à améliorer chaque année le dividende en francs suisses.

Le dernier jour de bourse ouvrant droit au dividende sera le 19 avril 2024. Le dividende net sera versé à partir du 24 avril 2024.

Les actionnaires inscrits au registre des actions au 11 avril 2024 à 12h00 (CEST) pourront exercer leur droit de vote.

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

En 2023, le Groupe a racheté des actions Nestlé pour 5,0 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. Lors de la prochaine Assemblée générale annuelle, le Conseil d'administration proposera de réduire le capital-actions de 50 millions d'actions, passant de 267 millions de CHF à 262 millions de CHF, par l'annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat d'actions.

## **Dettes nettes**

La dette nette s'est élevée à 49,6 milliards de CHF au 31 décembre 2023, contre 48,2 milliards de CHF au 31 décembre 2022. L'augmentation reflète en grande partie le versement de dividendes de 7,8 milliards de CHF et les rachats d'actions de 5,1 milliards de CHF.

## **Rentabilité du capital investi (ROIC)**

Le ROIC du groupe s'est élevé à 13,9%, en hausse de 170 points de base.

## **Gestion du portefeuille**

Avec effet au 1<sup>er</sup> septembre 2023, Nestlé et la société de capital-investissement PAI Partners ont finalisé la transaction consistant à créer une coentreprise pour les activités de pizzas surgelées de Nestlé en Europe. Nestlé conserve une participation minoritaire avec des droits de vote équivalents à ceux de PAI Partners, restant ainsi actionnaire de cette activité et participant à sa croissance et à la création de valeur dans cette catégorie.

Le 4 septembre 2023, Nestlé a cédé *Palforzia*, son traitement de l'allergie à l'arachide, à Stallergenes Greer, une société biopharmaceutique spécialisée dans le diagnostic et le traitement des allergies. La transaction a été finalisée lors de la signature.

Le 7 septembre 2023, Nestlé a annoncé un accord avec Advent International portant sur l'acquisition d'une participation majoritaire dans Grupo CRM, un acteur du chocolat haut de gamme au Brésil. La transaction devrait être finalisée en 2024, sous réserve de l'obtention des approbations réglementaires habituelles.

### Les opérations de Nestlé Waters

Suite à un plan de transformation en France, Nestlé révisé les modalités d'exploitation de ses activités d'eau minérale naturelle dans plusieurs pays. Avec la sécurité alimentaire comme principale priorité, les pratiques sur certains de ses sites de production pourraient ne pas être en phase avec le cadre réglementaire applicable. Nestlé regrette cette situation et est actuellement engagée avec les autorités compétentes pour s'assurer que ses pratiques opérationnelles sont parfaitement conformes. La Société insiste sur le fait que ses eaux ont toujours été et restent sûres à boire. En outre, la composition minérale unique de ses marques d'eau minérale naturelle a toujours été conforme à leurs étiquetages.

### Zone Amérique du Nord

- Croissance organique de 7,3%: croissance interne réelle de -0,3%; effet prix de 7,6%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 120 points de base à 22,2%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Zone Amérique du Nord	26,0 mia de CHF	26,3 mia. de CHF	-0,3%	7,6%	7,3%	5,8 mia de CHF	5,5 mia de CHF	22,2%	21,0%

La croissance organique a atteint 7,3%, avec un effet prix de 7,6%. La croissance interne réelle s'est établie à -0,3%, reflétant la faiblesse de la demande des consommateurs, les contraintes de capacité et le ralentissement de l'activité de repas et de pizzas surgelés au Canada. La croissance interne réelle est devenue positive au quatrième trimestre. Les cessions nettes ont réduit le chiffre d'affaires de 1,7%, notamment la cession d'une participation majoritaire dans Freshly ainsi que de la cession de la marque de préparations pour nourrissons *Gerber Good Start* en 2022. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,8%. Dans la Zone Amérique du Nord, le chiffre d'affaires publié a reculé de 1,3% à 26,0 milliards de CHF.

La croissance dans la Zone Amérique du Nord a été généralisée, stimulée par l'effet prix ainsi que par l'essor continu du e-commerce et des canaux de vente hors domicile. La Zone a enregistré des gains de parts de marché en ce qui concerne les aliments pour animaux de compagnie, le café et les repas surgelés.

Par catégories de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont contribué le plus à la croissance, avec une demande généralisée à l'ensemble des segments, des canaux et des marques, en particulier *Purina ONE*, *Purina Pro Plan* et *Friskies*. Les ventes de Nestlé Professional et des produits hors domicile *Starbucks* ont poursuivi leur croissance à deux chiffres, grâce à l'acquisition de nouveaux clients. La catégorie boissons, notamment les produits *Starbucks*, *Coffee mate* et *Nescafé*, a affiché une croissance moyenne à un chiffre. Les laits de croissance *Nido* ont enregistré une forte croissance à deux chiffres. Au Canada, la confiserie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, sous l'impulsion de *KitKat* et d'*Aero*. Les eaux ont connu une croissance faible à un chiffre, soutenue par une forte évolution des ventes au quatrième trimestre. *S.Pellegrino* et *Acqua Panna* ont enregistré une croissance à deux chiffres, qui a plus que contrebalancé l'impact dû aux contraintes de capacité de *Perrier*. La croissance des surgelés a été négative, sous l'effet d'une faible demande des consommateurs et de la réduction progressive des activités repas et pizzas surgelés au Canada. Aux Etats-Unis, les ventes de surgelés sont restées pratiquement au même niveau, soutenues par les ventes de *Stouffer's*, *Jack's* et *Tombstone*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 120 points de base, principalement du fait de la cession d'une participation majoritaire dans Freshly et des mesures d'optimisation du portefeuille. L'effet prix et le mix ont également contribué à compenser l'inflation des coûts et une augmentation significative des dépenses de publicité et de marketing.

## Zone Europe

- Croissance organique de 8,2%: croissance interne réelle de -2,4%; effet prix de 10,6%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone est restée inchangée à 16,4%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Zone Europe	19,1 mia. de CHF	19,1 mia. de CHF	-2,4%	10,6%	8,2%	3,1 mia. de CHF	3,1 mia. de CHF	16,4%	16,4%

La croissance organique a atteint 8,2%, avec un effet prix de 10,6%. La croissance interne réelle s'est établie à -2,4%, reflétant l'élasticité de la demande et les contraintes de capacité. Les taux de change ont eu un impact négatif de 4,9% sur le chiffre d'affaires. Les cessions nettes ont réduit le chiffre d'affaires de 3,4%. Le chiffre d'affaires publié de la Zone Europe s'inscrit en baisse de 0,2% à 19,1 milliards de CHF.

La croissance dans la Zone Europe a été soutenue par l'effet prix, l'évolution très positive des ventes dans le e-commerce et une progression continue des canaux hors domicile. La Zone a gagné des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie et nutrition infantile.

Par catégories 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*. Le café a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée par les produits solubles et prêts à boire *Nescafé*. La confiserie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec des gains continus de parts de marché pour *KitKat*. Nestlé Professional a affiché une croissance à deux chiffres, soutenue par les boissons. La nutrition infantile a enregistré une croissance élevée à un chiffre, grâce à l'essor continu des préparations pour nourrissons haut de gamme, en particulier *NAN*. Les aides culinaires ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une évolution positive des ventes de *Maggi* et *Thomy*. Les eaux ont enregistré une croissance faible à un chiffre, la forte dynamique de *S.Pellegrino* et *d'Acqua Panna* ayant été largement contrebalancée par l'impact des contraintes de capacité temporaires de *Perrier*.

La marge opérationnelle courante récurrente (UTOP) de la Zone est restée inchangée par rapport à celle de l'année précédente. L'inflation significative des coûts et l'augmentation des dépenses de publicité et de marketing ont contrebalancé l'effet prix et les actions d'optimisation du portefeuille.

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

- Croissance organique de 8,3%: croissance interne réelle de 0,3%; effet prix de 8,0%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 60 points de base à 23,5%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Zone AOA	17,5 mia. de CHF	18,5 mia. de CHF	0,3%	8,0%	8,3%	4,1 mia. de CHF	4,2 mia. de CHF	23,5%	22,9%

La croissance organique s'est établie à 8,3%, avec une croissance interne réelle de 0,3%. L'effet prix a augmenté pour atteindre 8,0%, avec des contributions générales de toutes les régions et catégories. Les taux de change ont réduit le chiffre d'affaires de 13,5%, en raison d'une dépréciation significative des devises. Dans la Zone AOA, le chiffre d'affaires publié a reculé de 5,2% à 17,5 milliards de CHF.

La croissance dans la Zone AOA a été soutenue par l'effet prix, ainsi que par la progression du e-commerce et des canaux hors domicile. La Zone a gagné des parts de marché dans les catégories confiserie et café.

L'Asie du Sud-Est a affiché une croissance moyenne à un chiffre, tirée par les Philippines, avec une évolution très positive des ventes de *Nescafé* et de *Maggi*. L'Asie du Sud a enregistré une forte croissance à deux chiffres dans la plupart des catégories. En Inde, la croissance a été portée par la poursuite de l'expansion de la distribution et le lancement de nouveaux produits, avec une forte dynamique pour *Maggi*, *KitKat* et *Nescafé*. Le Moyen-Orient et l'Afrique ont connu une croissance à deux chiffres, portée



en particulier par les offres abordables de *Maggi*, *NAN* et *Milo*. Le Japon a affiché une croissance moyenne à un chiffre, portée par les produits pour animaux de compagnie Purina, *KitKat* et les produits prêts à boire de *Nescafé*. La Corée du Sud a connu une croissance élevée à un chiffre, portée par les produits *Starbucks*. La nouvelle offre de café soluble de *Starbucks* a rencontré un vif succès auprès des consommateurs. L'Océanie a enregistré une croissance élevée à un chiffre, soutenue par les innovations de *KitKat*, des produits pour animaux de compagnie Purina et de *Nescafé*.

Par catégories de produits, la nutrition infantile a été le plus grand contributeur à la croissance, avec *NAN*, *Lactogen* et *Cerelac* en tête. Les aides culinaires ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par le dynamisme continu de *Maggi*. Le café a enregistré une croissance élevée à un chiffre, avec une forte demande pour les produits *Nescafé* et *Starbucks*, en particulier pour les offres de boissons prêtes à boire. Les produits laitiers non réfrigérés ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par l'intérêt accru suscité par les produits présentant des bienfaits fonctionnels. 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 affiché une croissance élevée à un chiffre, alimentée par une forte expansion de *KitKat*. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont connu une croissance moyenne à un chiffre, sous l'impulsion de *Purina ONE*, *Supercoat* et *Felix*.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 60 points de base. L'effet prix, la maîtrise des coûts et l'optimisation du portefeuille ont plus que contrebalancé l'impact de l'inflation des coûts des intrants et de la hausse des dépenses de publicité et de marketing.

## Zone Amérique latine

- Croissance organique de 9,2%: croissance interne réelle de 0,3%; effet prix de 8,9%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a diminué de 50 points de base à 20,7%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Zone Amérique latine	12,2 mia.de CHF	11,8 mia.de CHF	0,3%	8,9%	9,2%	2,5 mia. de CHF	2,5 mia. de CHF	20,7%	21,2%

La croissance organique a atteint 9,2%, avec un effet prix de 8,9%. La croissance interne réelle s'est établie à 0,3%, devenant positive au second semestre. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,8%. Dans la Zone Amérique latine, le chiffre d'affaires publié s'est inscrit en hausse de 3,2% à 12,2 milliards de CHF.

La Zone Amérique latine a enregistré une forte croissance dans toutes les régions et catégories de produits. La croissance a été soutenue par l'effet prix, une solide exécution opérationnelle et l'essor continu des canaux hors domicile. La Zone a gagné

des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie, nutrition infantile et aides culinaires.

Le Brésil a enregistré une forte croissance à deux chiffres, avec une dynamique favorable continue pour la confiserie, la nutrition infantile et les boissons. Concernant la catégorie boissons, *Nescafé* a enregistré une forte croissance de ses ventes, portée par le café en portions. Le Mexique a fait état d'une croissance élevée à un chiffre, avec une solide évolution des ventes pour les produits laitiers, le café et Nestlé Professional.

Par catégories de produits, la confiserie a le plus fortement contribué à la croissance, reflétant une forte demande pour *KitKat* et pour les principales marques locales. Dans cette catégorie, *Chocobiscuits* a connu une croissance particulièrement robuste. Le café a affiché une croissance élevée à un chiffre, portée par le café soluble et les produits prêts à boire *Nescafé*. Les produits laitiers ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, portée par les aides culinaires laitiers et les laits enrichis. La nutrition infantile a connu une croissance élevée à un chiffre, grâce au fort dynamisme de la préparation pour nourrissons *NAN*, des céréales pour nourrissons *Mucilon* et des produits *Materna*. Les ventes de Nestlé Professional ont affiché une forte croissance à deux chiffres, grâce à l'expansion continue de la clientèle des solutions de café de marque. Les aides culinaires ont enregistré une croissance élevée à un chiffre, grâce au lancement de nouveaux produits et à la poursuite du succès de *Recetas Nestlé*, la plus grande plateforme de recettes en ligne d'Amérique latine. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont connu 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 50 points de base. Les éléments exceptionnels de l'année précédente ont plus que compensé l'effet prix et les économies de coûts.

## Zone Grande Chine

- Croissance organique de 4,2%: croissance interne réelle de 2,5%; effet prix de 1,7%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 40 points de base à 16,5%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Zone Grande Chine	5,0 mia. de CHF	5,4 mia. de CHF	2,5%	1,7%	4,2%	0,8 mia. de CHF	0,9 mia. de CHF	16,5%	16,1%

La croissance organique a été de 4,2%, avec une croissance interne réelle de 2,5% et un effet prix de 1,7%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 10,2%. Le chiffre d'affaires publié de la Zone Grande Chine s'inscrit en baisse de 5,9% à 5,0 milliards de CHF.

La croissance dans la Zone Grande Chine a été soutenue par une évolution très favorable des ventes de produits hors domicile et la dynamique du e-commerce. La Zone a enregistré des gains de parts de marché pour le café soluble, les aliments pour animaux de compagnie et la confiserie.

Par catégories de produits, Nestlé Professional a été le principal contributeur à la croissance, soutenue par l'innovation et l'expansion de la distribution. Les aides culinaires ont affiché une croissance élevée à un chiffre, bénéficiant d'une demande accrue pour *Totole* dans les canaux hors domicile et du lancement de nouveaux produits. La confiserie a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, portée par les gaufrettes *Shark* et *Hsu Fu Chi*. La nutrition infantile a connu une croissance positive, portée par les produits hypoallergéniques et les offres spécialisées de *NAN*. Au quatrième trimestre, la Zone a lancé une solution de lait de croissance pour *illumia* contenant des oligosaccharides du lait maternel (HMO). Les ventes de produits visant à assurer un vieillissement en bonne santé ont connu une croissance à deux chiffres, soutenue par le lancement du lait *N3*, une innovation scientifique unique aussi nutritive que le lait et contenant peu de lactose. Le café a enregistré une croissance faible à un chiffre, soutenue par les offres de boissons prêtes à boire. Les ventes de produits pour animaux de compagnie Purina ont enregistré une croissance à deux chiffres, grâce aux lancements de nouveaux produits et à l'essor du commerce électronique.

La marge opérationnelle courante récurrente de la Zone a augmenté de 40 points de base, soutenue par un mix favorable et la maîtrise des coûts.

### Nestlé Health Science

- Croissance organique de 1,6%: croissance interne réelle de -3,2%; effet prix de 4,8%.
- La marge opérationnelle courante récurrente a diminué de 160 points de base à 12,0%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Nestlé Health Science	6,5 mia. de CHF	6,6 mia. de CHF	-3,2%	4,8%	1,6%	0,8 mia. de CHF	0,9 mia. de CHF	12,0%	13,6%

La croissance organique a atteint 1,6%, avec un effet prix de 4,8%. La croissance interne réelle s'est établie à -3,2%, affectée par une contrainte d'approvisionnement temporaire pour l'activité vitamines, minéraux et compléments. Les acquisitions nettes ont augmenté les ventes de 3,1%, principalement grâce à la consolidation d'*Orgain* à partir d'avril 2022. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,2% sur le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires publié de Nestlé Health Science s'est inscrit en baisse de 1,6% à 6,5 milliards de CHF.

Les vitamines, minéraux et compléments ont enregistré une croissance négative. Au second semestre, les ventes ont baissé suite à un problème d'intégration informatique

rencontré dans le cadre de la consolidation des sites d'emballage aux Etats-Unis. La reprise est moins rapide que prévu, le problème s'étant avéré plus vaste et complexe qu'initialement envisagé. Les contraintes d'approvisionnement qui en résultent devraient être entièrement résolues d'ici la fin du premier semestre 2024, avec une accélération de la croissance attendue au second semestre. La marque de vitamines, minéraux et compléments *Pure Encapsulations* n'a pas été affectée par les difficultés d'approvisionnement et a enregistré une croissance à deux chiffres.

La nutrition active a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte progression des ventes d'*Orgain* et de *Vital Proteins*.

La nutrition médicale a enregistré une forte croissance à deux chiffres, avec des gains de parts de marché dans tous les segments. La croissance a été portée par les produits de soins médicaux pour adultes, les produits pédiatriques et *Vitaflo*. Le portefeuille de produits liés à l'appareil gastro-intestinal, comprenant *Vowst* et *Zenpep*, a connu une forte croissance à deux chiffres.

Par région, l'Amérique du Nord a enregistré une baisse des ventes. L'Europe a fait état d'une croissance moyenne à un chiffre. Les autres régions ont affiché ensemble une croissance élevée à un chiffre.

La marge opérationnelle courante récurrente de Nestlé Health Science a diminué de 160 points de base, en raison de l'impact de contraintes temporaires d'approvisionnement.

## Nespresso

- Croissance organique de 5,3%: croissance interne réelle de 2,0%; effet prix de 3,3%.
- La marge opérationnelle courante récurrente de Nespresso a diminué de 120 points de base à 20,3%.

	Chiffre d'affaires 2023	Chiffre d'affaires 2022	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	UTOP 2023	UTOP 2022	Marge 2023	Marge 2022
Nespresso	6,4 mia. de CHF	6,4 mia. de CHF	2,0%	3,3%	5,3%	1,3 mia. de CHF	1,4 mia. de CHF	20,3%	21,5%

La croissance organique a atteint 5,3%, avec un effet prix de 3,3%. La croissance interne réelle s'est établie à 2,0%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,0% sur le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires publié de Nespresso a diminué de 1,2% à 6,4 milliards de CHF.

Le principal contributeur à la croissance a été le système *Vertuo*, qui a continué à bénéficier d'une dynamique générale favorable. 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

plaire aux consommateurs, notamment le lancement de capsules de café compostables à domicile et de l'édition limitée ultra-haut de gamme *N°20*, une variété d'arabica unique. En 2023, *Nespresso* a été reconnue comme l'une des 100 marques les plus prisées au monde.<sup>1</sup>

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

La marge opérationnelle courante récurrente de Nespresso a diminué de 120 points de base. L'inflation importante des coûts et l'appréciation du franc suisse ont plus que contrebalancé les actions de tarification et les économies de coûts. L'activité a continué à investir dans le déploiement du système *Vertuo*, ainsi que dans des actions de marketing sur la marque.

### **La contribution sociétale de notre entreprise: sur la bonne voie pour atteindre zéro émission nette**

Nestlé a obtenu une réduction nette de 13,5% de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) par rapport à son niveau de référence de 2018, tout en poursuivant sa croissance sur la même période. Sur la voie du zéro émission nette, la Société a dépassé le pic de carbone en 2019 et a réussi à dissocier sa croissance de ses émissions. Nestlé est en bonne voie pour atteindre une réduction de 20% des émissions de GES d'ici 2025.

Pour la première fois, la Société partage de manière transparente des informations relatives aux réductions de gaz spécifiques. Par exemple, elle est parvenue à réduire ses émissions de méthane de 15,3% par rapport à l'année de référence 2018. Cette baisse significative a été possible grâce à l'accent mis par Nestlé sur les produits laitiers qui constituent sa plus grande source d'émissions de méthane.

Nestlé améliore l'efficacité énergétique de ses propres activités et augmente son utilisation d'électricité renouvelable. Fin 2023, 91,9% de l'électricité utilisée sur ses sites de production mondiaux provenait de sources renouvelables, l'objectif étant d'atteindre 100%.

La Société continue, en outre, à réduire les émissions au sein de sa chaîne de valeur (soit scope 3). Elle travaille avec ses fournisseurs et les agriculteurs auprès desquels elle s'approvisionne pour les aider à réduire leurs émissions et à passer à une agriculture régénératrice. A la fin de l'année dernière, 15,2% des matières premières de Nestlé provenaient d'agriculteurs adoptant ces pratiques. L'ambition de la Société est d'atteindre 20% d'ici 2025. Elle a également réduit l'utilisation des combustibles fossiles dans des domaines tels que l'emballage et la distribution des produits.

---

<sup>1</sup> Classement annuel d'Interbrand

De plus amples informations sont disponibles dans le rapport [Creating Shared Value and Sustainability Report](#) de Nestlé, publié aujourd'hui.

## Perspectives

**Perspectives 2024:** une croissance organique des ventes d'environ 4% et une augmentation modérée de la marge opérationnelle courante récurrente. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait augmenter entre 6% et 10%.

**Objectifs à moyen terme pour 2025 pleinement confirmés:** une croissance organique des ventes moyenne à un chiffre et une marge opérationnelle courante récurrente de 17,5% à 18,5% d'ici 2025. Le bénéfice récurrent par action à taux de change constants devrait augmenter entre 6% et 10%.

## Rapports publiés ce jour

[Rapports financiers 2023](#) (pdf)

[Rapport annuel](#) (pdf)

[Rapport sur le Gouvernement d'entreprise](#) (pdf)

[Creating Shared Value and Sustainability Report](#) (pdf)

Autres langues disponibles à la section [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 annuel et du résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) par secteurs opérationnels

	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 2023 (millions de CHF)	92 998	25 995	19 098	17 519	12 196	5 037	6 498	6 372	283
Chiffre d'affaires 2022 (millions de CHF)	94 424	26 328	19 128	18 484	11 819	5 351	6 602	6 448	264
Croissance interne réelle (RIG)	-0,3%	-0,3%	-2,4%	0,3%	0,3%	2,5%	-3,2%	2,0%	11,5%
Effet prix	7,5%	7,6%	10,6%	8,0%	8,9%	1,7%	4,8%	3,3%	1,7%
Croissance organique	7,2%	7,3%	8,2%	8,3%	9,2%	4,2%	1,6%	5,3%	13,2%
Cessions et acquisitions nettes	-0,9%	-1,7%	-3,4%	-0,1%	-0,2%	0,1%	3,1%	-0,5%	-0,0%
Taux de change	-7,8%	-6,8%	-4,9%	-13,5%	-5,8%	-10,2%	-6,2%	-6,0%	-5,7%
Croissance du chiffre d'affaires publié	-1,5%	-1,3%	-0,2%	-5,2%	3,2%	-5,9%	-1,6%	-1,2%	7,4%
Résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) 2023 (millions de CHF)	16 053	5 768	3 127	4 109	2 520	832	777	1 291	-12
Résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) 2022 (millions de CHF)	16 103	5 528	3 138	4 237	2 501	862	899	1 388	-17
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2023	17,3%	22,2%	16,4%	23,5%	20,7%	16,5%	12,0%	20,3%	-4,3%
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2022	17,1%	21,0%	16,4%	22,9%	21,2%	16,1%	13,6%	21,5%	-6,1%

### Aperçu du chiffre d'affaires annuel et du résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) par produits

	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 2023 (millions de CHF)	92 998	24 786	3 320	10 981	15 278	11 666	8 107	18 860
Chiffre d'affaires 2022 (millions de CHF)	94 424	25 218	3 536	11 289	15 678	12 484	8 118	18 101
Croissance interne réelle (RIG)	-0,3%	0,0%	-5,1%	-1,6%	-1,6%	-2,5%	1,5%	2,8%
Effet prix	7,5%	6,4%	10,0%	7,7%	7,0%	7,4%	7,0%	9,3%
Croissance organique	7,2%	6,4%	4,9%	6,1%	5,4%	4,9%	8,5%	12,1%
Résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) 2023 (millions de CHF)	16 053	5 130	351	2 688	2 831	2 136	1 364	3 912
Résultat opérationnel courant récurrent (UTOP) 2022 (millions de CHF)	16 103	5 593	277	2 568	2 990	2 038	1 364	3 706
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2023	17,3%	20,7%	10,6%	24,5%	18,5%	18,3%	16,8%	20,7%
Marge opérationnelle courante récurrente (marge UTOP) 2022	17,1%	22,2%	7,8%	22,7%	19,1%	16,3%	16,8%	20,5%