



Good food, Good life

# Communiqué de presse

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Vevey, le 25 avril 2024

[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 du premier trimestre 2024

- La croissance organique a atteint 1,4%, avec un effet prix de 3,4% et une croissance interne réelle (RIG) de -2,0%.
- Le chiffre d'affaires total publié s'élève à 22,1 milliards de CHF, soit une baisse de 5,9% (3M-2023: 23,5 milliards de CHF). Les taux de change ont réduit le chiffre d'affaires de 6,7%. Les cessions nettes ont eu un impact négatif de 0,6%.
- Globalement, la croissance organique du chiffre d'affaires du Groupe a été portée par l'Europe et les marchés émergents, la croissance ayant été impactée négativement par l'Amérique du Nord.
- **Prévisions annuelles 2024 confirmées:** 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 connaître une augmentation comprise entre 6% et 10%.

### Mark Schneider, Administrateur délégué de Nestlé, a déclaré:

*« Après un démarrage lent, nous prévoyons un fort rebond de la croissance interne réelle au deuxième trimestre et une performance fiable pour le reste de l'année. Un large éventail d'initiatives visant à soutenir la croissance dans l'ensemble du Groupe commencent à porter leurs fruits.*

*En Amérique du Nord, nous intensifions nos efforts d'innovation et nos activités commerciales, principalement dans la catégorie des produits surgelés, qui ont perdu du terrain au premier trimestre. Le plan d'intégration des activités vitamines, minéraux et compléments de Nestlé Health Science est en bonne voie. Le point d'inflexion est attendu au deuxième trimestre, avec une forte croissance par la suite.*

*Les principales priorités de Nestlé restent l'excellence dans l'exécution, la mise à profit de notre expertise en matière de science et de nutrition, et la stimulation de la croissance grâce à nos marques milliardaires. Nous confirmons nos prévisions pour 2024 et envisageons l'avenir avec confiance. »*

	Total Groupe	Zone Amérique du Nord	Zone Europe	Zone AOA	Zone Amérique e latine	Zone Grande Chine	Nestlé Health Science	Nespresso	Autres activités
Chiffre d'affaires 3M-2024 (millions de CHF)	22 092	5 823	4 642	4 240	3 072	1 233	1 511	1 503	68
Chiffre d'affaires 3M-2023 (millions de CHF)	23 470	6 312	4 881	4 681	3 032	1 311	1 617	1 567	69
Croissance interne réelle (RIG)	-2,0%	-5,8%	-0,2%	-0,4%	-0,8%	2,1%	-3,6%	-0,2%	3,0%
Effet prix	3,4%	3,3%	4,6%	4,1%	3,9%	1,5%	1,9%	1,2%	1,7%
Croissance organique	1,4%	-2,5%	4,4%	3,6%	3,1%	3,7%	-1,8%	1,0%	4,7%
Cessions et acquisitions nettes	-0,6%	0,1%	-3,6%	-0,1%	-0,1%	0,2%	0,7%	0,1%	0,0%
Taux de change	-6,7%	-5,3%	-5,8%	-13,0%	-1,5%	-9,8%	-5,6%	-5,1%	-5,9%
Croissance du chiffre d'affaires publié	-5,9%	-7,7%	-5,0%	-9,4%	1,5%	-5,9 %	-6,6%	-4,1%	-1,2%

## Chiffre d'affaires du Groupe

La croissance organique s'est établie à 1,4%. L'effet prix a été de 3,4%, par rapport à une base de comparaison élevée en 2023. La croissance interne réelle s'est établie à -2,0%, affectée par la faible demande des consommateurs, en particulier en Amérique du Nord, et les contraintes temporaires d'approvisionnement en vitamines, minéraux et compléments.

Par régions, la croissance organique a été portée par l'Europe et les marchés émergents, ce qui a plus que compensé la baisse du chiffre d'affaires en Amérique du Nord. Dans les marchés développés, la croissance organique a été de -0,4%, avec une croissance interne réelle négative et un effet prix positif. Dans les marchés émergents, la croissance organique s'est établie à 4,1%, portée par l'effet prix, avec une croissance interne réelle légèrement négative.

Par catégories de produits:

- Les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le principal contributeur à la croissance organique, alimentée par le dynamisme continu des marques haut de gamme, issues de la recherche scientifique, *Purina ONE*, *Fancy Feast* et *Friskies*.
- Le café a enregistré une croissance faible à un chiffre, *Nescafé*, *Nespresso* et *Starbucks* poursuivant leur progression.
- La confiserie a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, solidement portée par *KitKat* et les produits saisonniers.
- La catégorie des eaux a affiché une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par le rebond de *Perrier* et la dynamique soutenue de *S.Pellegrino*.
- La nutrition infantile a enregistré une croissance faible à un chiffre, grâce à l'expansion continue de *NAN* et des produits contenant des oligosaccharides du lait maternel (HMO).

- Comme prévu, Nestlé Health Science a enregistré une croissance négative, la forte demande pour la nutrition médicale ayant été contrebalancée par les contraintes d'approvisionnement temporaires des vitamines, minéraux et compléments.
- Les produits laitiers ont affiché une croissance négative, par rapport à une base de comparaison élevée l'année précédente.
- Les plats préparés et aides culinaires ont enregistré une croissance négative, la forte demande pour les produits *Maggi* ayant été contrebalancée par une baisse des ventes de produits surgelés en Amérique du Nord.

Par canaux de ventes, la croissance organique dans le commerce de détail est restée robuste à 1,4%. Le chiffre d'affaires du commerce électronique a progressé de 6,1%, atteignant 17,4% du chiffre d'affaires total du Groupe. Dans les canaux hors domicile, la croissance organique a atteint 2.0%.

Les cessions nettes ont fait baisser le chiffre d'affaires de 0,6%, principalement en raison de la création d'une coentreprise avec PAI Partners pour les activités de pizzas surgelées de Nestlé en Europe. Les taux de change ont eu un impact négatif de 6,7% sur le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires total publié a diminué de 5,9% à 22,1 milliards de CHF.

### Zone Amérique du Nord

- Croissance organique de -2,5%: croissance interne réelle de -5,8%; effet prix de 3,3%.

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique du Nord	5,8 mia. de CHF	6,3 mia. de CHF	-5,8%	3,3%	-2,5%	0,1%	-5,3%	-7,7%

La croissance organique s'est établie à -2,5%. L'effet prix s'est atténué pour atteindre 3,3%, par rapport à une base de comparaison élevée en 2023. La croissance interne réelle a été de -5,8%, reflétant principalement une baisse de la demande pour les produits surgelés. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,3%. Dans la Zone Amérique du Nord, le chiffre d'affaires publié a reculé de 7,7%, à 5,8 milliards de CHF. La Zone a enregistré des gains de parts de marché pour les produits pour animaux de compagnie Purina et le café, et des pertes pour les pizzas surgelées et les crèmes à café.

Par catégories de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le plus grand contributeur à la croissance, avec une large demande couvrant tous les canaux de distribution, en particulier celui du commerce électronique. Les marques *Fancy Feast*, *Friskies* et *Purina One* ont toutes enregistré une forte croissance. Les ventes d'eaux ont progressé à un taux moyen à un chiffre, avec une forte dynamique pour *S.Pellegrino* et *Acqua Panna*. La catégorie des boissons a affiché une baisse des

ventes, la forte croissance de *Starbucks*, *Nescafé* et *Seattle's Best* ayant été plus que contrebalancée par la croissance négative de *Coffee mate*, par rapport à une base de comparaison élevée l'année précédente. La nutrition infantile a connu une baisse des ventes alors que la forte progression des laits de croissance *Nido* a été contrebalancée par un déclin des ventes des aliments pour bébés *Gerber*. La croissance des aliments surgelés a été négative, reflétant une faible demande des consommateurs pour cette catégorie, une concurrence intense en matière de prix, surtout pour les pizzas surgelées et les snacks, ainsi que la réduction progressive de l'activité de repas surgelés au Canada qui sera bientôt achevée.

## Zone Europe

- Croissance organique de 4,4%: croissance interne réelle de -0,2%; effet prix de 4,6%.

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Europe	4,6 mia. de CHF	4,9 mia. de CHF	-0,2%	4,6%	4,4%	-3,6%	-5,8%	-5,0%

La croissance organique a été de 4,4%, avec un effet prix de 4,6% et une croissance interne réelle de -0,2%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,8% sur le chiffre d'affaires. Les cessions nettes ont réduit le chiffre d'affaires de 3,6%. Le chiffre d'affaires publié de la Zone Europe s'inscrit en baisse de 5,0% à 4,6 milliards de CHF. La croissance a été générale dans les différentes régions et catégories. La Zone a gagné des parts de marché dans les catégories aliments pour animaux de compagnie et nutrition infantile, tandis que la catégorie eaux a vu ses pertes de parts de marché fléchir.

Par catégories de produits, les produits pour animaux de compagnie Purina ont été le principal contributeur à la croissance, sous l'impulsion des marques haut de gamme *Purina One*, *Felix* et *Gourmet*. Les ventes de café ont progressé à un taux moyen à un chiffre, avec une forte contribution des produits *Nescafé* et *Starbucks*. La confiserie a connu une croissance moyenne à un chiffre, avec une forte demande pour *KitKat* et pour les produits saisonniers. En janvier, la Zone a lancé *KitKat Breaks for Good*, la première barre chocolatée fabriquée avec du cacao provenant de familles de producteurs soutenues par le Programme d'accélération des revenus initié par Nestlé. Les eaux ont enregistré une croissance moyenne à un chiffre, soutenue par un rebond des ventes de *Perrier*. Les ventes des aides culinaires ont connu une croissance faible à un chiffre, portée par *Maggi* qui a élargi la distribution de sa gamme de nouilles. La nutrition infantile a affiché une croissance faible à un chiffre, par rapport à une base de comparaison élevée en 2023.

## Zone Asie, Océanie et Afrique (AOA)

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

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone AOA	4,2 mia. de CHF	4,7 mia. de CHF	-0.4%	4.1%	3.6%	-0.1%	-13.0%	-9.4%

La croissance organique a été de 3,6%, avec un effet prix de 4,1% et une croissance interne réelle de -0,4%. Les taux de change ont réduit le chiffre d'affaires de 13,0%, en raison d'une dépréciation significative des devises. Par conséquent, le chiffre d'affaires publié de la Zone AOA a diminué de 9,4% pour atteindre 4,2 milliards de CHF. Par régions, les principaux moteurs de croissance ont été l'Afrique centrale et occidentale, l'Inde et les Philippines. Dans ces marchés, les offres abordables ont alimenté la croissance, tirée par *Maggi*, *Lactogen* et *Nescafé*. La Zone a enregistré des gains de parts de marché dans les catégories confiserie, café et aliments pour animaux de compagnie, et des pertes dans la catégorie des produits laitiers.

Par catégories de produits, la nutrition infantile a été le plus grand contributeur à la croissance, emmenée par *NAN* et *Lactogen*. Les aides culinaires ont réalisé une croissance élevée à un chiffre, alimentée par l'expansion de la distribution et l'innovation pour *Maggi* dans l'ensemble des segments de produits. Le café a enregistré une croissance moyenne à un chiffre, avec une demande toujours soutenue pour *Nescafé*. Le chiffre d'affaires de Nestlé Professional a progressé à un taux élevé à un chiffre dans l'ensemble des régions et des catégories, bénéficiant de l'expansion de la distribution. La confiserie a enregistré une croissance faible à un chiffre, avec une forte demande pour *KitKat*. Les produits laitiers ont enregistré une croissance pratiquement neutre.

## Zone Amérique latine

- Croissance organique de 3,1%: croissance interne réelle de -0,8%; effet prix de 3,9%.

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Amérique latine	3,1 mia. de CHF	3,0 mia. de CHF	-0,8%	3,9%	3,1%	-0,1%	-1,5%	1,5%

La croissance organique a été de 3,1%, avec un effet prix de 3,9% et une croissance interne réelle de -0,8%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 1,5%. Les cessions nettes ont réduit le chiffre d'affaires de 0,1%. Le 1<sup>er</sup> mars 2024, le Groupe a finalisé la prise d'une participation majoritaire dans Grupo CRM, un acteur du chocolat

haut de gamme au Brésil. Dans la Zone Amérique latine, le chiffre d'affaires publié s'inscrit en hausse de 1,5% à 3,1 milliards de CHF. La croissance a été portée par le Brésil, avec le maintien d'une bonne dynamique pour *Garoto*, *KitKat* et *Nescafé*. Le Mexique a enregistré une croissance faible à un chiffre, grâce à la forte progression des ventes de produits pour animaux de compagnie Purina, de *La Lechera* et de *Carlos V*. La Zone a enregistré des gains de parts de marché dans la catégorie des aliments pour animaux de compagnie, de la nutrition infantile et du café en portions, avec des pertes dans la catégorie des produits laitiers engendrées par l'optimisation du portefeuille.

Par catégories de produits, la confiserie a le plus fortement contribué à la croissance, avec une forte expansion pour *KitKat* et les principales marques locales. Les ventes de Nestlé Professional ont connu une croissance à deux chiffres, avec une progression continue du portefeuille clients. Les aides culinaires ont enregistré une croissance faible à un chiffre, grâce à la forte demande et à une distribution plus large de *Maggi*. Les produits pour animaux de compagnie Purina ont connu une croissance faible à un chiffre, soutenue par *Alpo* et *Felix*. Les ventes de produits laitiers ont affiché une croissance faible à un chiffre, avec une forte croissance pour *La Lechera*. Les ventes des catégories nutrition infantile et café s'inscrivent en baisse par rapport à une base de comparaison élevée en 2023.

## Zone Grande Chine

- Croissance organique de 3,7%: croissance interne réelle de 2,1%; effet prix de 1,5%.

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Zone Grande Chine	1,2 mia. de CHF	1,3 mia. de CHF	2,1%	1,5%	3,7%	0,2%	-9,8%	-5,9%

La croissance organique a été de 3,7%, avec un effet prix de 1,5% et une croissance interne réelle de 2,1%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 9,8%. Le chiffre d'affaires publié de la Zone Grande Chine s'inscrit en baisse de 5,9% à 1,2 milliards de CHF. La croissance a bénéficié de l'expansion continue des canaux hors domicile et du commerce électronique. La Zone a enregistré des gains de parts de marché en ce qui concerne le café soluble, la confiserie et les aliments pour animaux de compagnie avec des pertes pour les produits de nutrition infantile Wyeth.

Par catégories de produits, la confiserie a été le principal contributeur à la croissance, portée par *Hsu Fu Chi* et *Shark Wafer*. Nestlé Professional a réalisé une croissance à deux chiffres alimentée par l'innovation et l'acquisition de nouveaux clients. Le café a enregistré une croissance moyenne à un chiffre grâce aux offres de boissons prêtes à boire *Nescafé*. Les ventes des produits pour animaux de compagnie Purina ont atteint une croissance à deux chiffres, grâce au lancement de nouveaux produits et à la forte progression du commerce électronique, notamment en ce qui concerne *Pro Plan* et *Fancy Feast*. La nutrition infantile a connu une croissance positive, avec une demande

toujours soutenue pour *NAN*, qui a plus que contrebalancé la baisse des ventes des produits Wyeth. Les aides culinaires ont enregistré une croissance légèrement négative, la tendance positive des ventes dans les circuits hors domicile ayant été plus que contrebalancée par une diminution des ventes au détail.

## Nestlé Health Science

- Croissance organique de -1,8%: croissance interne réelle de -3,6%; effet prix de 1,9%.

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nestlé Health Science	1,5 mia. de CHF	1,6 mia. de CHF	-3,6%	1,9%	-1,8%	0,7%	-5,6%	-6,6%

La croissance organique a été de -1,8%, avec un effet prix de 1,9%. La croissance interne réelle s'est établie à -3,6%, impactée, conformément aux prévisions, par des contraintes d'approvisionnement temporaires pour l'activité vitamines, minéraux et compléments. Les acquisitions nettes ont augmenté le chiffre d'affaires de 0,7%. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,6% sur le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires publié de Nestlé Health Science s'inscrit en baisse de 6,6% à 1,5 milliards de CHF. Par régions, l'Europe a fait état d'une croissance moyenne à un chiffre, tandis que les autres régions ont affiché ensemble une croissance négative.

Les vitamines, minéraux et compléments ont affiché une croissance négative, reflétant les effets persistants des contraintes d'approvisionnement rencontrées au second semestre 2023. Le plan de reprise est en bonne voie et les contraintes devraient être levées d'ici la fin du premier semestre 2024. *Pure Encapsulations*, qui n'a pas été affectée par les difficultés d'approvisionnement, a continué d'enregistrer une forte croissance à deux chiffres. La nutrition active a enregistré une croissance négative. La nutrition médicale a réalisé une croissance moyenne à un chiffre et a continué à gagner des parts de marché. La croissance a été portée par la forte progression des ventes de produits de soins médicaux pour adultes et de *Vitaflo*. Les ventes de produits liés à l'appareil gastro-intestinal ont poursuivi leur croissance à deux chiffres.

## Nespresso

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

	Chiffre d'affaires 3M-2024	Chiffre d'affaires 3M-2023	Croissance interne réelle	Effet prix	Croissance organique	Fusions et acquisitions nettes	Taux de change	Croissance publiée
Nespresso	1,5 mia. de CHF	1,6 mia. de CHF	-0,2%	1,2%	1,0%	0,1%	-5,1%	-4,1%

La croissance organique a atteint 1,0%, avec un effet prix de 1,2%. La croissance interne réelle a été de -0,2%, influencée par le calendrier des activités commerciales. Les taux de change ont eu un impact négatif de 5,1% sur le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires publié de Nespresso s'inscrit en baisse de 4,1% à 1,5 milliard de CHF. Par régions, les ventes en Amérique du Nord ont progressé à un taux moyen à un chiffre, avec des gains de parts de marché. L'Europe a affiché une croissance légèrement négative.

La croissance a été portée par le système *Vertuo* qui a maintenu une évolution positive générale. La croissance des canaux hors domicile a également été solide, grâce à l'adoption accrue du système *Momento*. L'innovation a continué à séduire les consommateurs, grâce à de nouvelles éditions limitées, en particulier Pierre Hermé et Maple Pecan.

### **La contribution sociétale de notre entreprise: l'approche intégrée de Nespresso en matière de développement durable**

*Nespresso* est synonyme de café absolument exceptionnel, préparé avec une facilité sans égal. Depuis le début, la marque a compris qu'offrir des arômes uniques aux consommateurs doit aller de pair avec un véritable engagement en matière de développement durable, de la culture des graines jusqu'à la livraison d'un café d'exception. Nespresso utilise la juste quantité de café, d'eau et d'énergie pour chaque tasse, tout en contribuant à améliorer les conditions de vie des producteurs de café et à protéger l'environnement. Aujourd'hui, *Nespresso* est reconnue comme l'une des 100 meilleures marques au monde par Interbrand, une société internationale de conseil en stratégie de marques. L'entreprise intègre ses initiatives de production et de consommation durables dans sa communication et son engagement auprès des consommateurs.

Ayant obtenu la certification B Corp en 2022, Nespresso fait partie d'une communauté internationale d'entreprises qui répondent à des normes élevées en matière de performances sociales et environnementales, de responsabilité et de transparence.

Le travail de l'entreprise en matière de développement durable se concentre sur deux aspects essentiels: la chaîne d'approvisionnement et la gestion des matériaux utilisés arrivés en fin de cycle.

Le programme Nespresso *AAA Sustainable Quality* soutient les caféiculteurs dans la mise en œuvre des bonnes pratiques agricoles, l'amélioration de leur productivité et la production d'un café de meilleure qualité. Créé en collaboration avec Rainforest Alliance, le programme a fêté son 20e anniversaire l'année dernière et s'appuie sur son expérience pour aider les producteurs à passer à une agriculture régénératrice.

Avec plus de 95% de son café vert vendu à un prix supérieur au prix plancher fixé par Fairtrade International, Nespresso contribue à assurer un revenu stable aux

producteurs de café AAA. L'entreprise développe également un programme d'assurance récolte afin d'offrir aux producteurs un système de couverture en cas d'aléas climatiques. L'entreprise travaille également avec des partenaires pour relancer la production de café dans des pays ayant souffert de catastrophes naturelles ou de conflits, notamment à Cuba, en République démocratique du Congo, à Puerto Rico et en Ouganda.

Nespresso a également fait de grands progrès en matière de réduction des déchets. Elle utilise au moins 80% d'aluminium recyclé dans ses capsules Original et Vertuo et étend à d'autres pays son programme de remise à neuf de machines RELOVE. Depuis 2014, Nespresso a investi de manière significative, à l'échelle mondiale, dans ses programmes de recyclage, afin de rendre ce dernier plus facile et plus pratique. Aujourd'hui, plus de 90% des capsules Nespresso en aluminium sont achetées par des consommateurs ayant accès à une solution de recyclage pratique. L'entreprise a travaillé avec différents partenaires pour présenter des créations utilisant des capsules de café recyclées, comme les [vélos Vélosophy](#), [les montres Hublot](#), ou [les vélos électriques de la start-up Miloo](#). Plus récemment, Nespresso a lancé une nouvelle gamme de capsules de café compostables à domicile, à base de papier.

Avec la conviction que le café peut avoir un impact positif sur les personnes et la planète, Nespresso continuera d'être un pionnier en transformant les pratiques durables en une expérience café supérieure pour les consommateurs.

## Perspectives

**Prévisions annuelles 2024 confirmées:** 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 connaître une augmentation comprise entre 6% et 10%.

---

### Contacts:

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

## Aperçu des ventes du premier trimestre 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 3M-2024 (millions de CHF)	22 092	5 823	4 642	4 240	3 072	1 233	1 511	1 503	68
Chiffre d'affaires 3M-2023 (millions de CHF)	23 470	6 312	4 881	4 681	3 032	1 311	1 617	1 567	69
Croissance interne réelle (RIG)	-2,0%	-5,8%	-0,2%	-0,4%	-0,8%	2,1%	-3,6%	-0,2%	3,0%
Effet prix	3,4%	3,3%	4,6%	4,1%	3,9%	1,5%	1,9%	1,2%	1,7%
Croissance organique	1,4%	-2,5%	4,4%	3,6%	3,1%	3,7%	-1,8%	1,0%	4,7%
Cessions et acquisitions nettes	-0,6%	0,1%	-3,6%	-0,1%	-0,1%	0,2%	0,7%	0,1%	0,0%
Taux de change	-6,7%	-5,3%	-5,8%	-13,0%	-1,5%	-9,8%	-5,6%	-5,1%	-5,9%
Croissance du chiffre d'affaires publié	-5,9%	-7,7%	-5,0%	-9,4%	1,5%	-5,9%	-6,6%	-4,1%	-1,2%

## Aperçu des ventes du premier trimestre 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 3M-2024 (millions de CHF)	22 092	5 847	701	2 605	3 680	2 626	2 043	4 590
Chiffre d'affaires 3M-2023 (millions de CHF)	23 470	6 223	761	2 800	3 880	3 107	2 030	4 669
Croissance interne réelle (RIG)	-2,0%	-1,4%	-1,6%	-2,3%	-2,5%	-6,5%	0,4%	-0,4%
Effet prix	3,4%	3,0%	5,9%	1,7%	3,2%	2,3%	5,9%	4,7%
Croissance organique	1,4%	1,6%	4,3%	-0,6%	0,7%	-4,2%	6,3%	4,3%