

## Tisková zpráva \*)

### Silný výkon v oblasti růstu i zisku v roce 2009 Organický růst +4.1%, ukazatel ziskovosti EBIT 14.6%, nárůst o +30 bazických bodů

Vevey, Švýcarsko, 19.2.2010

#### Skupina Nestlé

- tržby na 108 miliard CHF, organický růst 4.1% , reálný vnitřní růst 1.9%
- ukazatel ziskovosti EBIT ve výši 15.7 miliardy CHF, nárůst o 30 bazických bodů, nárůst o 40 bazických bodů ve stálých měnách
- nárůst výnosu na akcii o 9.6% na 3.09 CHF, nárůst o +16.3% ve stálých měnách
- provozní cash flow vzrostl o 67% neboli o 7.2 miliardy CHF na 17.9 miliardy CHF
- návratnost investovaného kapitálu vč. goodwill vzrostla o 90 bazických bodů na 15.6%

#### Potraviny a nápoje Nestlé

- tržby 100 miliardy CHF, organický růst 3.9%, reálný vnitřní růst 1.6%
- ukazatel ziskovosti EBIT ve výši 13.1 miliardy CHF, nárůst o 30 bazických bodů, nárůst o 40 bazických bodů ve stálých měnách

#### Výnosy pro akcionáře

- návrh růstu dividendy o 14.3% na 1.60 CHF

#### Paul Bulcke, generální ředitel Nestlé SA:

*“Organický růst 4.1% kterého jsme dosáhli v loňském náročném prostředí, ukázal, že jsme s to růst podstatně rychleji než celé naše průmyslové odvětví. Spolu s dalším významným zlepšením ziskovosti EBIT jsme v souladu s dlouhodobým růstovým modelem Nestlé naplnili naše původní odhady. Navýšili jsme investice do našich značek, urychlili inovace, přizpůsobili naše výrobky měnícím se potřebám spotřebitelů a dále urychlili procesy vedoucí k zefektivnění. Tyto kroky a disciplinovaný postup našich lidí v souladu s našimi jasnými strategickými prioritami nám opět umožnily v roce 2009 kombinovat silný výkon v oblasti růstu a ziskovosti a navázat tak na vynikající výsledky roku 2008. Náš výkon loňského roku se široce opíral o všechny kategorie a regiony a prokazuje naši schopnost plnit krátkodobé cíle a současně investovat do dlouhodobého vývoje. Očekávám, že v roce 2010 dosáhne naše podnikání v oboru potravin a nápojů vyššího organického růstu než vloni a dalšího růstu ukazatele ziskovosti EBIT ve stálých měnách. Tuto důvěru rovněž odráží náš návrh na vyšší dividendy a naše plány pro zpětný odkup akcií pro letošní rok“.*

#### Tržby a ziskovost EBIT podle oblastí

	Leden – Prosinec 2009 tržby v milionech CHF	Leden – Prosinec 2009 organický růst (%)	EBIT marže	
			Leden – Prosinec 2009	změna oproti období Leden – Prosinec 2008
<b>Potraviny a nápoje</b>				
- zóna Amerika	32 168	+ 6.5	16.8%	+20 bps
- zóna Evropa	22 528	+ 0.3	12.4%	0 bps
- zóna Asie, Oceánie a Afrika	15 891	+ 6.7	16.7%	+20 bps
<b>Nestlé Waters</b>	9 061	- 1.4	7.0%	+100 bps
<b>Nestlé Nutrition</b>	9 963	+ 2.8	17.4%	+10 bps

ostatní potraviny a nápoje	10 187	+ 6.8	15.7%	+80 bps
celkem potraviny a nápoje Nestlé	99 798	+ 3.9	13.1%	+30 bps
farmaceutické výrobky (vč. Alcon)	7 820	+ 6.7	33.5%	-60 bps
celkově skupina Nestlé	107 618	+ 4.1	14.6%	+30 bps

Bps = bazické body. Divize Nestlé Waters, Nestlé Nutrition a ostatní potraviny a nápoje nejsou započítány do výkonu geografických zón. Výkon divize Nestlé Professional (stravování mimo domov) byl rovněž vyňat z výkonu zón a zařazen do položky ostatní potraviny a nápoje.

### Evropská zóna

Dosáhla 0.3% organického růstu, -0.9% reálného vnitřního růstu a ukazatel zisku EBIT zůstal nezměněn na úrovni 12.4%. V jednom z nejnáročnějších podnikatelských prostředí ve světě se nám podařilo obhájit naše podíly na trhu – přičemž růst se v průběhu roku urychloval – stejně tak jako naši ziskovost. Současně s tím jsme pokračovali v podpoře našich značek a v investicích do inovací.

- V **západní Evropě** byly mezi trhy, kterým se vedlo nejlépe, Velká Británie, Francie a Švýcarsko. Pokud jde o kategorie, silný organický růst vykázala krmiva pro domácí zvířata, rozpustná káva, rozpustné nápoje v prášku a nečokoládové cukrovinky.
- **Východní Evropa** vykázala organický růst na úrovni poloviny jednociferné škály bez ohledu na tvrdé ekonomické podmínky v mnoha zemích. K tomu přispěly kategorie jako rozpustná káva, kulinářské výrobky a nápoje v prášku.

### Nestlé Nutrition

Tato divize dosáhla organického růstu 2.8%, reálného vnitřního růstu 0% a ukazatel EBIT vzrostl o 10 bazických bodů na 17.4%. Celkový výkon Nestlé Nutrition se během roku zvyšoval.

- V oblasti **dětské výživy** se podařilo získat tržní podíly a dosáhnout dvouciferného organického růstu na mnoha vznikajících trzích. Výkonem, který byl oproti očekávání nižší, však byl ovlivněn růst ve Francii a Německu, dvou největších trzích, kde očekáváme zlepšení v roce 2010.
- **Klinická výživa** v roce 2009 dokončila synergie, plynoucí z akvizice, a prioritní uspořádání svého výrobního portfolia. To vedlo k urychlení růstu ve druhém pololetí a vytvořilo silný základ pro další růst v roce 2010 a dalším období.
- **Výživa zaměřená na výkonnostní sport** také vykázala dobré výsledky díky uplatnění výsledků výzkumu a vývoje.
- Portfolio **Jenny Craig** bylo postiženo nižšími spotřebitelskými výdaji v USA, avšak na sklonku roku již vykázalo příznaky oživení.

### Ostatní potraviny a nápoje

Tuto oblast charakterizuje organický růst 6.8%, reálný vnitřní růst 3.6% a růst EBIT o 80 bazických bodů na 15.7%.

- Divize **Nestlé Professional**, globálně řízený byznys v oblasti stravování mimo domov, se zaměřila na vytváření strategických priorit okolo značkových nápojů a na míru šitých stravovacích řešení. Ačkoli byl tento byznys postižen hospodářským poklesem roku 2009, tržby v průběhu roku nabraly na dynamice a přispěly ke zlepšení ziskovosti EBIT.
- Divize cereálií **Cereal Partners Worldwide** vykázala organický růst na úrovni poloviny jednociferné škály a dobrý výkon na vznikajících trzích.
- **Nespresso** znovu dosáhlo vynikajících výsledků v tržbách i ziskovosti. Nespresso, které má přes 7 miliónů členů klubu a 191 butiků po celém světě více než ztrojnásobilo svůj podíl na trhu s porcovanou kávou od roku 2000 s průměrným ročním organickým růstem okolo 30%.

### Tržby a EBIT podle výrobků

	Leden – Prosinec 2009 tržby v milionech CHF	Leden – Prosinec 2009 organický růst (%)	EBIT marže	
			Leden – Prosinec 2009	změna oproti období Leden – Prosinec 2008

<b>nápoje v prášku i tekuté nápoje</b>	19 271	+ 9.5	21.7%	-40 bps
<b>vody</b>	9 066	- 1.4	7.0%	+100 bps
<b>mléčné výrobky a zmrzlina</b>	19 557	+ 2.0	12.0%	+50 bps
<b>výživy</b>	9 965	+ 2.8	17.4%	+10 bps
<b>hotová jídla a kulinářské výrobky</b>	17 205	+ 0.8	12.9%	+20 bps
<b>cukrovinky</b>	11 796	+ 4.3	13.6%	+50 bps
<b>krmiva pro domácí zvířata</b>	12 938	+ 7.9	16.3%	+60 bps
<b>potraviny a nápoje Nestlé</b>	99 798	+ 3.9	13.1%	+30 bps
<b>farmaceutické výrobky (vč. Alcon)</b>	7 820	+ 6.7	33.5%	-60 bps
<b>celkově skupina Nestlé</b>	107 618	+ 4.1	14.6%	+30 bps

Mírný rozdíl v číslech mezi tabulkou „Tržby a ziskovost EBIT podle oblastí“ a touto tabulkou u vod a výživ vychází z toho, že dochází k prodeji vod a výživ i některými jinými segmenty firmy než pouze divizemi Nestlé Waters a Nestlé Nutrition.

### Nápoje v prášku a tekuté nápoje

Organický růst 9.5%, reálný vnitřní růst 5.6% a pokles EBIT o 40 bazických bodů na 21.7%. Ziskovost EBIT odráží vysokou úroveň podpory značek a pokračování procesu uvádění na trh **Nescafé Dolce Gusto**, které se nyní prodává ve 24 zemích. Značka **Nescafé** prospělo uvedení na trh renovovaných výrobků jako **Alta Rica**, inovací jako **Nescafé Green Blend** a iniciativ PPP (výrobky za dostupnou cenu), které vedly k vysokému jednocifernému organickému růstu. V zóně Asie, Oceánie a Afriky značka **Milo** pokračovala v dosahování dobrého organického růstu, tak jako značka **Nesquik** v Evropě s vylepšeným nutričním profilem. Práškový nápoj **Nestea** měl silný rok díky uvedení na trh výrobků jako **Nestea Litro** na Filipínách. Byznys tekutých nápojů měl rovněž dobré výkony, měřené organickým růstem, v USA, Mexiku, Brazílii a Číně.

### Mléčné výrobky a zmrzliny

Organický růst 2.0%, reálný vnitřní růst 1.3% a ukazatel ziskovosti EBIT vzrostl o 50 bazických bodů na 12.0%. Prodej výrobků z mléka byl na rostoucích trzích „tažen“ pokračujícím uváděním na trh výrobků z řady PPP jako **Nestlé Idéal** a řada **Nido**, podporovaných investicemi do značek a promočními aktivitami. V severní Americe silně přispěly prodeje řady **Coffee Mate**. Prodeje zmrzliny v Evropě byly ovlivněny restrukturalizací nevykonných byznysů na některých trzích, což však zároveň přispělo ke zlepšení ziskovosti EBIT v tomto segmentu. Zmrzliny na americkém kontinentu rozšířily svou vedoucí pozici na trhu pomocí inovací zaměřených na výživu, jako značky **Skinny Cow**, **Nestlé Extreme All Natural** a **Häagen-Dazs Five**.

### Hotová jídla a kulinářské výrobky

Organický růst 0.8%, reálný vnitřní růst 0.8% a růst marže EBIT o 20 bazických bodů na 12.9%. Kulinářský byznys vykázal dobré výkony, zvláště na vznikajících trzích. Značka **Maggi** dosáhla dvouciferného organického růstu v Asii, Oceánii a v Africe a také na americkém kontinentu a těžila přitom z výrobové iniciativy PPP a z pokračujících inovací. V USA značkám hotových jídel **Hot Pockets** a **Stouffer's** prospěl trend, kdy více spotřebitelů než dříve zůstávalo doma. Zároveň však byla slabší poptávka po jednorčcových baleních **Stouffer's** a **Lean Cuisine**, ačkoli se posledně zmíněné značce podařilo zachovat svůj tržní podíl v rámci dané kategorie. Značky **Wagner** a **Buitoni** v kategorii pizza a také výrobky značky **Herta** přispěly k reálnému vnitřnímu růstu.

### Cukrovinky

Organický růst 4.3%, reálný vnitřní růst -1.0% a ziskovost EBIT vzrostla o 50 bazických bodů na 13.6%. Prodeje čokoládových výrobků rostly silně na americkém kontinentu a v Asii, Oceánii a Africe. V rámci Evropy patřily země jako Velká Británie, Francie a Švýcarsko k těm, které měly lepší výkony, zatímco v Rusku byly slabší výsledky. Značka **Kit Kat** znovu dosáhla vynikajících výsledků s organickým růstem 7.1%, přičemž jí prospěla zvýšená

podpora značky. V Latinské Americe byl silný rok pro sušenky, které v Brazílii dosáhly dvouciferného organického růstu. Tyto silné výkony byly hlavním příspěvkem ke zlepšení marže EBIT v tomto segmentu.

#### **Krmiva pro domácí zvířata**

Organický růst 7.9%, reálný vnitřní růst 3.1%, marže EBIT vzrostla o 60 bazických bodů na 16.3%. Výkon v oboru krmiv pro domácí zvířata byl tažen poptávkou po prémiových a superprémiových značkách. Byznys značky **Purina**, podpořený zvýšenými investicemi do značky, překonal svými výkony vývoj na trhu, a to díky střednímu až vysokému jednocifernému organickému růstu ve všech třech zeměpisných zónách. Inovace v klíčových značkách jako **Bakers, ONE, Friskies a Beneful** i nadále táhly růst, zatímco nová uvedení na trh jako superprémiová značka **Chef Michael's**, zaměřená na menší psy, dosáhla nadějně dynamiky.

#### **Tržby skupiny Nestlé, ziskovost a finanční pozice**

V roce 2009 dosáhly tržby skupiny Nestlé výše 107.6 miliard CHF při organickém růstu 4.1% a reálném vnitřním růstu 1.9%. Kurzové rozdíly dopadly na tržby v rozsahu -5.5% a čisté saldo odinvestování a akvizic v rozsahu -0.7%. Tržby za potraviny a nápoje dosáhly 99.8 miliard CHF při organickém růstu 3.9% a reálném vnitřním růstu 1.6%. Kurzové rozdíly dopadly na tržby za potraviny a nápoje v rozsahu -5.7% a čisté saldo odinvestování a akvizic v rozsahu -0.7%.

Urychlení našeho programu efektivnosti jako součást projektu Nestlé Continuous Excellence přineslo přes 1.5 miliardy úspor ve všech oblastech provozu. Celkově náklady na prodané výrobky poklesly o 110 bazických bodů, a to i přes souběžný 2% nárůst nákladů na suroviny a obalové materiály. Náklady na distribuci poklesly o 40 bazických bodů. Marketingové a administrativní výdaje vyrostly o 110 bazických bodů do výše odpovídající 33.7% tržeb. Zvýšili jsme naše výdaje za média o 10% ve stálých cenách a využili jsme přitom nižší ceny médií na mnoha trzích. Investice do výzkumu a vývoje vzrostly o 10 bazických bodů a rozšířily se naše kapacity v této oblasti zvláště v rozvojových zemích, což dále podpořilo proces našich inovací. Tyto aktivity prokazují naši schopnost plnit krátkodobé cíle a současně investovat do dlouhodobého vývoje.

Naše ziskovost EBIT byla vyšší o 30 bazických bodů a ve stálých měnách o 40 bazických bodů, dosáhla 14.6% a celkové výše 15.7 miliardy CHF. Pro oblast potravin a nápojů došlo ke zvýšení ziskovosti rovněž o 30 respektive 40 bazických bodů. Výnos na akcii vzrostl o 9.6% z 2.82 na 3.09 CHF, neboli 16.3% ve stálých měnách. Čistý zisk dosáhl 10.4 miliardy CHF v roce 2009. Tato čísla nejsou plně srovnatelná s rokem 2008 s ohledem na zisk ve výši 9.2 miliardy CHF v důsledku odprodeje 24.8% podílu ve firmě Alcon v roce 2008. Provozní cash flow skupiny vzrostl o 67% neboli o 7.2 miliardy CHF na 17.9 miliardy CHF. Toto zlepšení odráží zejména výrazně úspěšný výkon v oblasti provozního kapitálu. Ukazatel návratnosti investovaného kapitálu (ROIC) vč. goodwill vzrostl o 90 bazických bodů na 15.6% a o 30 bazických bodů na 35.1% bez goodwill.

---

#### **Kontakty**

Media: Robin Tickle Tel.: +41 21 924 22 00

Investoři: Roddy Child-Villiers Tel.: +41 21 924 36 22

\*) překlad vybraných pasáží komplexní tiskové zprávy Nestlé SA. Plný text viz.

<http://www.nestle.com/MediaCenter/PressReleases/AllPressReleases/Fullyearresults2009.htm>