**Godt Nestlé-regnskap tross forsiktige forbrukere**

**Nestlé-konsernets halvårsregnskap for 2013 viser fremgang, selv om krisen i Europa også merkes hos verdens største næringsmiddelvirksomhet som selger merkevarer som eks Nescafé, Dolce Gusto, Nespresso, Nestlé Barnemat, Purina dyremat, After Eight og Fitness frokostblanding. De norske forbrukerne er fremdeles lite påvirket av krisen, til forskjell for så godt som hele resten av Europa.**

Nestlés første seks måneder ga en omsetning på 45,2 milliarder CHF (ca. 289 mrd NOK) og et overskudd på 5,1 mrd CHF (33,3 mrd NOK).

Hovedtallene er som følger:

* Salget (omsetningen) gikk opp 5,3 % til 45,2 mrd CHF med en organisk vekst på 4,1 %.
* I volum økte salget med 2,7 % i første halvår, og alle tre geografiske soner (Europa, Asia/Afrika/Oceania og Nord- og Sør-Amerika) bidro til vekst.
* Utsiktene for helårsregnskapet forventes å vise en organisk vekst på omlag 5 % med forbedringer i inntjening og resultat per aksje i fast valuta.

Nestlés konsernsjef, CEO Paul Bulcke, sier i en kommentar til halvårsregnskapet for 2013:

* I første halvår har vi levert et balansert resultat, både på topp- og bunnlinjen, i et miljø med lavere vekst og lavere råvarekostnader. Den organiske veksten ble dermed litt dempet som et resultat av lavere priser i våre markeder, og vi kunne vi utnytte lavere innkjøpspriser for å møte forventningene hos dagens mer prisbevisste forbrukere. Kombinert med våre kraftige økte investeringer i våre merkevarer har vi levert en sterk volumvekst, og samtidig vært i stand til å øke vår inntjening. Vi forventer at denne trenden vil fortsette i andre halvår, slik at vi er på linje med våre forventninger for hele året og kan levere en organisk vekst på omkring fem prosent med forbedrede marginer og et forbedret resultat per aksje i fast valuta.

I Norge er vi fremdeles skånet fra krisen som rammer Europa:

* Vi har fremdeles sett lite til at det norske dagligvaremarkedet er påvirket av finanskrisen. Vi ser en trend mot mer lokale matvarer, men også innovative og mer premium-produkter blir godt mottatt av nordmenn. Dette gjenspeiler seg blant annet i fortsatt vekst for Nescafé Dolce Gusto og Nespresso kaffekapsler. Svingningene i råvareprisene på kaffe har dog ført til en mer turbulent konkurransesituasjon. Innen barnemat er Nestlé markedsleder og følger trenden om lokale råvarer og oppskrifter med produksjon i Norden, sier Fabrice Favero, sjef for Nestlé Norge.

Nestlé er verdens største produsent av næringsmidler og omsetter på verdensplan for ca. 580 milliarder NOK årlig. Selskapet har 340 000 ansatte.

For detaljer, vennligst se:

<http://www.nestle.com/media/mediaeventscalendar/allevents/2013-h1-results>

For mer informasjon vennligst kontakt,

Marianne Hardeng Aaberg

Kommunikasjonssjef Nestlé Norge

Tlf.: 995 33 125

e-post:marianne.aaberg@no.nestle.com