

Nestlé Catat Perolehan RM5.5 Bilion Pada 2019
*Pertumbuhan jualan tempatan dan Untung Selepas Cukai pada S4
akhiri tahun 2019 dengan cemerlang*

SOROTAN PENTING

- Pertumbuhan jualan tempatan yang kukuh menampung permintaan lebih lemah daripada pasaran eksport tertentu. Pertumbuhan disokong oleh pelaksanaan jualan yang mantap, kejayaan inovasi produk dan aktiviti pemasaran yang berkesan.
- Untung selepas cukai bagi TK2019 meningkat sebanyak 2.1% kepada RM673 juta, walaupun dihimpit keadaan ekonomi dan faktor luaran yang mencabar.
- Dividen akhir sebanyak RM1.40 sesaham dicadangkan, mengekalkan rekod jumlah dividen tertinggi berjumlah RM2.80 sesaham.

PETALING JAYA, 25 Februari 2020 – Nestlé (Malaysia) Berhad mencatatkan prestasi baik bagi suku keempat berakhir 31 Disember 2019 berbekalkan jualan domestik yang kukuh dan tumpuan berterusan terhadap usaha menjana permintaan, dibantu oleh kecekapan dan penjimatan, sekali gus menangani cabaran persekitaran luar yang dihadapi.

Penilaian prestasi: Suku 4, 2019 berbanding Suku 4, 2018

Nestlé Malaysia mencatatkan pertumbuhan jualan domestik kukuh sebanyak 2.8% (4.7% selepas pelarasan bagi pelupusan perniagaan Tensus Dingin), selari dengan keputusan kukuh pada S4 2018. Perolehan keseluruhan bagi suku tahun tersebut (-1.4% yang dilaporkan, 0.1% dari pelupusan bahagian Tensus Dingin) terus dikekang oleh permintaan eksport lemah di sebalik persekitaran global yang tidak menentu.

En. Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé Malaysia Berhad berkata, "Pertumbuhan pada suku tahun ini amat bermakna memandangkan keadaan

pasaran yang mencabar bagi suku tahun yang dilaporkan. Saya berbangga dengan usaha yang telah dilaksanakan oleh pasukan kami dalam memanfaatkan segala peluang bagi mencapai pertumbuhan. Kami turut memperkenalkan produk baru yang telah mendapat sambutan baik daripada pengguna, seperti MILO Nutri Pluz, MAGGI Pazzta, KIT KAT Mandarin Orange dan KIT KAT Mandarin Orange and KIT KAT Stick Ice Cream.”

Penilaian Prestasi: Tahun Penuh 2019 berbanding Tahun Penuh 2018

Bagi tahun kewangan penuh berakhir 31 Disember 2019, Kumpulan mencatatkan Perolehan RM5.5 bilion pada tahun kewangan dilaporkan, setanding dengan tahun sebelumnya. Selepas melaraskan pelupusan perniagaan Tenusu Dingin, pertumbuhan hasil ialah 1.6%, dipacu oleh pertumbuhan jualan tempatan sebanyak 4.7%.

Untung Sebelum Cukai kekal pada RM876 juta, manakala Untung Selepas Cukai meningkat kepada RM673 juta, dengan peningkatan 2.1% berbanding tahun sebelumnya, walaupun menghadapi tekanan harga daripada komoditi utama

En. Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé (Malaysia) Berhad berkata, “Keputusan ini mencerminkan asas kukuh Nestlé Malaysia dan usaha yang dilaksanakan untuk terus mencatatkan prestasi kukuh walaupun dalam keadaan yang sukar. Pertumbuhan jualan tempatan kami pada kadar 4.7%, selepas mengambil kira pelupusan bahagian Tenusu Dingin, adalah lebih tinggi daripada pertumbuhan pasaran. Ini sekali gus menunjukkan bahawa jenama-jenama kami kekal relevan dan terus memainkan peranan dalam kehidupan rakyat Malaysia.”

“Prestasi mantap kami di Malaysia disokong oleh pelaksanaan jualan operasi yang kukuh, dengan memanfaatkan trend pasaran dan aliran inovasi berterusan sepanjang tahun, yang kebanyakannya mendapat sambutan baik daripada para pengguna kami,” tambah En. Aranols.

Kejayaan pelancaran pada 2019 termasuk meluaskan rangkaian MAGGI Pedas Giler, pilihan Sedia Diminum baru, yang antara lain termasuk NESCAFÉ Tarik

Kurang Manis dan MILO Protein Up, pelancaran rangkaian STARBUCKS AT HOME, NESTUM Brown Rice, dan juga penambahbaikan rangkaian Aiskrim LA CREMERIA.

Lembaga Pengarah telah mencadangkan dividen akhir RM1.40 sesaham bagi tahun kewangan berakhir 31 Disember 2019. Ini akan menjadikan dividen keseluruhan bagi tahun yang dilaporkan berjumlah RM2.80 sesaham, setanding dividen rekod tertinggi pada tahun sebelumnya. En. Aranols menambah, “Dengan pembayaran dividen ini, kami menegaskan lagi komitmen kami untuk mencipta nilai dan menjana pulangan yang memuaskan dalam jangka pendek kepada para pemegang saham. Dalam pada itu, kami akan terus membina keupayaan untuk masa depan dan memenuhi komitmen berterusan untuk menjana kesan positif kepada masyarakat, dalam segenap bidang.”

Dalam konteks ini, Nestlé Malaysia telah menggiatkan usahanya dengan ketara dari segi kemampanan alam sekitar pada 2019, terutamanya dalam usaha-usaha menentang Sisa Plastik. Ini termasuk memperkenalkan straw kertas dalam pek MILO UHT 125 ml sebagai langkah pertama untuk menggantikan sepenuhnya straw plastik bagi rangkaian dan jenama UHT dan meningkatkan usaha pendidikan di sekolah menerusi Projek CARETon anjuran MILO dan Tetrapack. Inisiatif menanam semula hutan menerusi projek Nestlé Kinabatangan Rileaf di sepanjang kawasan hilir sungai Kinabatangan di Sabah diteruskan dan Syarikat menepati sasaran untuk menanam 1 juta pokok menjelang pertengahan 2020. Satu pasukan petugas “Green Gladiators” juga telah memanfaatkan tenaga dan idea kakitangan Nestlé Malaysia bagi mempercepatkan pelaksanaan inisiatif alam sekitar.

Prospek bagi 2020

“Kami gembira dengan prestasi kami pada 2019, terutamanya dalam persekitaran perdagangan yang tidak stabil. Bertunjangkan kekuatan ini pada 2020, kami akan terus memberi tumpuan untuk memacu momentum pertumbuhan yang kukuh, mendorong pembangunan jenama dan membina keupayaan untuk terus menghasilkan pertumbuhan yang mampan dan menguntungkan. Pendekatan “kitaran positif” ini akan terus menghasilkan kecekapan dan penjimatan demi membiayai pertumbuhan dan melindungi prestasi kewangan.”

“Faktor luar pasti akan terus menimbulkan tekanan, termasuk kesan harga komoditi dan juga beberapa krisis yang dihadapi dunia pada awal tahun ini. Tetapi kami yakin bahawa asas kami yang kukuh dan dengan tumpuan terhadap aktiviti berpandukan pengguna, kami bersedia untuk mencapai pertumbuhan berterusan pada 2020.”

“Sebagai Syarikat makanan dan minuman terbesar, kami juga komited untuk memanfaatkan saiz dan kedudukan kami untuk memberikan sumbangan yang bermakna dan positif kepada masyarakat dan alam sekitar. Kemampuan menjadi salah satu daripada prasyarat bagi pertumbuhan jangka panjang Nestlé, dan kami akan terus menyokong usaha mencipta masa depan tanpa sisa demi kemampuan alam sekitar,” rumus En. Aranols.

Mengenai Nestlé Malaysia

Nestlé merupakan pengeluar makanan dan minuman terbesar di dunia. Beribu pejabat di Switzerland, Nestlé beroperasi di 189 buah negara di seluruh dunia, dan seramai 328,000 orang kakitangan kami komited terhadap matlamat Nestlé, iaitu untuk mempertingkatkan kualiti kehidupan serta memainkan peranan untuk membina masa depan yang lebih sihat. Prestasi kami dipacu oleh strategi Pemakanan, Kesihatan dan Kesejahteraan kami. Menjana khasiat rakyat Malaysia sejak 1912, Nestlé telah meraih kepercayaan para pengguna kami menerusi jenama dan produk kami yang bermutu tinggi. Kami juga komited untuk mempertingkatkan kualiti kehidupan masyarakat di mana kami beroperasi, sambil mengekalkan kecemerlangan dan ketelusan produk Halal kami. Ini sejajar dengan janji kami untuk menawarkan GOOD FOOD, GOOD LIFE kepada semua. Untuk ketahui lebih lanjut tentang usaha kami menjana khasiat rakyat Malaysia melebihi seabad, sila layari www.nestle.com.my atau kunjungi laman Facebook kami di <http://www.facebook.com/NestleMalaysia>

Untuk maklumat lanjut:

Maxine Lim

Nestlé (Malaysia) Berhad
Tel: (+603) 7965 6650
+6012-353 1337
E-mel: Maxine.Lim@my.nestle.com

Kanjana Ilango atau Alya Nurina

acorn communications
Tel: (+603) 7958 8348
+6012-602 2460 (Kanjana) atau
+6010-221 8216 (Alya)
E-mel: acorncommunications@acornco.com.my