



Nestlé Good food, Good life

Siaran Akhbar

Petaling Jaya, 26 Oktober 2022

Nestlé Malaysia Terus Tingkatkan Momentum Pertumbuhan, Dipacu Jualan Domestik dan juga Eksport

Keuntungan kukuh untuk tempoh 9 bulan walaupun menghadapi tekanan kenaikan kos komoditi

SOROTAN PENTING

- Perolehan meningkat sebanyak 17.5% kepada RM5.02 bilion untuk sembilan bulan pertama tahun kewangan, dipacu oleh jualan domestik dan eksport yang kukuh
- Untung Selepas Cukai untuk sembilan bulan pertama meningkat sebanyak 6.5% berdasarkan jualan lebih tinggi dan perbelanjaan berkaitan COVID-19 yang lebih rendah, dengan sedikit penyusutan dalam margin pada suku tahun ketiga akibat peningkatan harga komoditi
- Dividen interim kedua sebanyak RM0.70 sesaham diisytiharkan

PETALING JAYA, 26 Oktober 2022 – Nestlé (Malaysia) Berhad meneruskan momentum pertumbuhan yang lebih kukuh, dengan mencatatkan hasil dan keuntungan yang lebih tinggi untuk tempoh sembilan bulan pertama berakhir 30 September 2022, berbanding sembilan bulan pertama 2021. Prestasi ini dipacu oleh jualan tempatan dan eksport yang lebih kukuh serta pemulihan berterusan saluran di luar rumah (OOH) dan tahap penggunaan di rumah yang mantap. Kumpulan mengalami sedikit penyusutan margin pada suku ketiga akibat kenaikan harga komoditi dan ketidakstabilan pasaran pertukaran asing.

Jenama-jenama mencatatkan pertumbuhan mantap bagi pasaran domestik dan eksport

Untuk tempoh sembilan bulan yang dilaporkan, jualan Kumpulan mencecah RM5.02 bilion, iaitu peningkatan sebanyak 17.5% berbanding RM4.27 bilion untuk tempoh yang

sama tahun lepas. Jualan domestik dan eksport masing-masing meningkat sebanyak 13.7% dan 33.8% disokong oleh pertumbuhan yang kukuh dalam segmen Makanan dan Minuman (F&B) teras dan segmen OOH, yang turut memperlihatkan pemulihan yang kukuh berikutan langkah menamatkan sepenuhnya sekatan pergerakan pada awal tahun ini.

En. Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé (Malaysia) Berhad, berkata, “Kami sekali lagi menerima permintaan kukuh bagi portfolio produk dan jenama kami pada suku ini, yang membuktikan keupayaan kami untuk memenuhi jangkaan dan permintaan pengguna di Malaysia. Kami kekal komited untuk memenuhi janji “Good Food, Good Life” kami kepada rakyat Malaysia dari segenap lapisan masyarakat, tidak kira di mana mereka berada dan apa jua bentuk produk yang digemari. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pasukan Nestlé yang terlibat atas komitmen dan usaha mereka untuk mengekalkan keunggulan Nestlé Malaysia dalam industri FMCG. Nestlé terus berdiri teguh sambil kami meraikan ulang tahun ke-110 kami bertapak di Malaysia.”

Bagi suku ketiga yang dilaporkan, Kumpulan mencatatkan perolehan sebanyak RM1.68 bilion, iaitu peningkatan sebanyak 17.0% berbanding suku tahun yang sama tahun lepas. Jualan domestik dan eksport masing-masing meningkat sebanyak 13.5% dan 30.2% berikutan aktiviti ekonomi terus kembali stabil di dalam dan luar negara. Saluran OOH terus mencatatkan pemulihan berbanding tempoh yang sama tahun lepas, yang menyaksikan perniagaan OOH terkesan akibat sekatan pergerakan di kawasan-kawasan tertentu di Malaysia.

“Dengan pemulihan beransur-ansur kepada kehidupan normal seperti sebelum pandemik, kami telah mengambil kesempatan untuk meningkatkan capaian produk teras kami, sambil terus menerajui inovasi produk. Ini termasuk langkah untuk meluaskan penyelesaian makanan berasaskan tumbuhan kami dengan pelancaran Nugel Berasaskan Tumbuhan HARVEST GOURMET dan inovasi lain seperti Tepung Susu Perisa Coklat Gelap NESTLÉ OMEGA PLUS; rangkaian Mi MAGGI Nutri-licious yang lebih sihat; rangkaian coklat premium di bawah jenama NESTLÉ LES RECETTES DE L'ATELIER dan KITKAT Bar Coklat Gelap dengan perisa Oren Australia Selatan. Kami terus mengukuhkan semua inisiatif ini dengan sokongan pemasaran yang berkesan dengan penekanan yang

lebih tinggi terhadap digital. Kami juga menerima permintaan kukuh dalam kategori-kategori eksport penting termasuk produk Sedia Diminum, Makanan dan Konfeksi.”

Keuntungan kekal kukuh walaupun menghadapi cabaran komoditi

Bagi tempoh sembilan bulan yang dilaporkan, jualan lebih tinggi dan perbelanjaan COVID-19 lebih rendah telah membantu mengurangkan sebahagian daripada kesan kenaikan harga komoditi, kadar pertukaran yang kurang menguntungkan dan kesan Cukai Makmur terhadap Untung Selepas Cukai. Untung Sebelum Cukai dan Selepas Cukai Kumpulan masing-masing telah meningkat sebanyak 11.8% dan 6.5% kepada RM676.1 juta dan RM487.5 juta dalam tempoh ini.

Bagi suku ketiga 2022, Kumpulan mencatatkan Untung Sebelum Cukai dan Untung Selepas Cukai sebanyak RM149.6 juta dan RM112.6 juta masing-masing. Angka ini lebih rendah berbanding tempoh yang sama pada 2021 terutamanya disebabkan kesan harga komoditi yang lebih tinggi dan kadar pertukaran yang kurang menguntungkan, di samping impak suku tahunan Cukai Makmur terhadap Untung Selepas Cukai.

Sejajar dengan komitmen Kumpulan untuk menjana nilai bagi pemegang saham, Lembaga Pengarah telah mengisytiharkan dividen interim kedua sebanyak RM0.70 sesaham bagi tahun kewangan berakhir 31 Disember 2022, sama seperti dividen interim kedua 2021.

Tinjauan

En. Aranols berkata, “Dalam memasuki suku terakhir tahun semasa, Kumpulan kekal berdaya tahan dalam mencapai pertumbuhan yang kukuh tahun ini. Namun begitu, kami terus menghadapi keadaan pasaran yang sukar akibat harga komoditi dan kos tenaga yang tinggi, dalam suasana global yang mencabar dan tidak stabil. Tambahan lagi, nilai Ringgit Malaysia telah menyusut kepada tahap yang paling rendah berbanding USD dalam tempoh beberapa tahun ini. Hal ini meningkatkan lagi kemelut yang dihadapi akibat kenaikan harga komoditi yang diimport, walaupun kesan ini telah sedikit sebanyak diimbangi oleh dasar lindung nilai kami.”

“Dalam konteks ini, kami akan meneruskan tumpuan terhadap perkara paling penting: memenuhi jangkaan rakyat Malaysia dari segi cita rasa dan kualiti di samping mengukuhkan lagi ikatan antara jenama-jenama kami dan Rakyat. Kami akan terus meningkatkan kecekapan operasi untuk mengurangkan kesan daripada peningkatan kos luaran. Akhir sekali tetapi tidak kurang pentingnya, kami akan meneruskan agenda ESG kami dengan beberapa inisiatif mesra alam yang kini sedang giat dilaksanakan,” tambah beliau.

###

Mengenai Nestlé Malaysia

Nestlé merupakan pengeluar makanan dan minuman terbesar di dunia. Beribu pejabat di Switzerland, Nestlé beroperasi di lebih 180 negara di seluruh dunia, dan seramai lebih 270,000 orang kakitangan kami komited terhadap matlamat Nestlé, yang berusaha memanfaatkan kelebihan makanan untuk meningkatkan kualiti kehidupan untuk semua insan, masa kini dan untuk generasi masa depan. 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, sila hubungi:

Shaheen Zaffar

Nestlé (Malaysia) Berhad

Tel: (+603) 7965 6456

Bimbit: +6012-235 6865

E-mel: shaheen.mohamedzaffar@my.nestle.com

Farah Iman or Yasmin Kadir

acorn communications

Tel: (+603) 7958 8348

Bimbit: +60 12 334 1841 (Farah Iman) or

+6017 237 9048 (Yasmin)

E-mel: acorncommunications@acornco.com.my