



Siaran Akhbar

Petaling Jaya, 25 April 2023

Nestlé Malaysia Catat Pertumbuhan Suku Pertama Mantap Dipacu Jualan Domestik & Eksport

*Terus Manfaatkan Momentum Penggunaan Stabil Walaupun Dihimpit
Tekanan Inflasi*

SOROTAN PENTING

- Perolehan meningkat 8.8% kepada RM1.84 bilion, disokong oleh jualan domestik dan eksport yang kukuh.
- Pertumbuhan mantap dalam perniagaan makanan & minuman (F&B) teras dan juga Di Luar Rumah (OOH).
- Untung Selepas Cukai merosot sedikit sebanyak 3.9% disebabkan harga komoditi lebih tinggi dan kadar tukaran yang kurang baik, dengan langkah penghematan kos diambil untuk meminimumkan kesan kepada pelanggan.

PETALING JAYA, 25 April 2023 – Nestlé (Malaysia) Berhad mencatatkan prestasi kukuh bagi suku pertama berakhir 31 Mac 2023. Pencapaian ini dicatatkan berasaskan jualan domestik dan eksport yang mantap dan tumpuan kukuh Kumpulan terhadap aktiviti menjana permintaan, yang disokong oleh kecekapan dan penjimatan untuk menampung kesan cabaran luar, iaitu tempas kos komoditi yang tinggi dan Ringgit yang lebih lemah. Kedua-dua faktor dijangka reda pada separuh kedua 2023.

Penilaian Prestasi: Suku 1, 2023 berbanding Suku 1, 2022

Pada suku pertama 2023, Kumpulan mencatatkan perolehan lebih tinggi berjumlah RM1.84 bilion, iaitu kenaikan sebanyak 8.8% berbanding RM1.69 bilion pada suku yang sama 2022. Perolehan lebih tinggi ini dipacu oleh jualan domestik dan eksport lebih

tinggi, yang masing-masing melonjak sebanyak 10% dan 4%, berbanding kedudukan asas yang kukuh pada tahun sebelumnya. Prestasi cemerlang dicatatkan oleh perniagaan F&B teras dan juga bahagian OOH di bawah Nestlé Professional, yang terus positif selepas pandemik. Walau bagaimanapun, Untung Selepas Cukai merosot 3.9% disebabkan harga komoditi lebih tinggi dan kadar tukaran kurang baik, dengan pelbagai langkah mengurangkan kos dilaksanakan untuk meminimumkan kesan kepada pengguna dan melindungi margin.

En Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé (Malaysia) Berhad berkata, “Sejajar dengan misi syarikat kami, prestasi kami terus bertunjangkan usaha membekalkan produk yang bermutu tinggi, lazat dan berkhasiat yang memenuhi keperluan berbeza rakyat Malaysia. Portfolio produk kami yang luas dan juga inovasi produk berterusan membantu kami memenuhi jangkaan pelanggan. Strategi tertumpu ini disokong oleh aktiviti keterlibatan pengguna yang berkesan, dan kecemerlangan pelaksanaan jualan meliputi semua saluran dan platform yang berkaitan, termasuk pengaktifan digital dan di lokasi.”

Kumpulan telah memperkenalkan beberapa produk yang menarik pada suku tahun yang dilaporkan, yang mencerminkan tumpuannya terhadap inovasi produk. Antaranya termasuk Aiskrim Merah Jambu KIT KAT yang mencapai kejayaan besar sepanjang sambutan Tahun Baharu Cina, selain daripada beberapa inovasi aiskrim lain. Kumpulan juga melancarkan versi burger berasaskan tumbuhan HARVEST GOURMET dengan rasa dan tekstur lebih lazat dan juga beberapa pelancaran penting baharu seperti rangkaian STARBUCKS Sedia Diminum dan NESCAFÉ Classic Kopi Kedah edisi 2023, yang diperbuat 100% daripada biji kopi ditanam di Malaysia. Pada akhir suku tahun, MAGGI memperkenalkan stok Kiub Kari terbaharu, yang bakal menjadi pilihan utama tukang masak di rumah Malaysia.

Bagi suku tahun yang dilaporkan, Kumpulan mencatatkan Untung Sebelum Cukai sebanyak RM262.3 juta, dan Untung Selepas Cukai berjumlah RM197.1 juta, lebih rendah

sedikit berbanding keuntungan tinggi yang dicapai pada suku yang sama tahun lepas, sebelum lonjakan kos komoditi yang berlaku sejak S2 2022.

En. Aranols menambah, "Kami terus memberi tumpuan untuk mencatatkan prestasi kewangan kukuh, sambil menggiatkan agenda Alam Sekitar, Sosial dan Tadbir Urus (ESG) kami. Antara inisiatif lain termasuk meluaskan program NESCAFÉ Disemai Dengan Kasih ke Kelantan, dengan matlamat membangunkan perladangan kopi tempatan. Menyentuh tentang keneutralan plastik pula, projek kutipan sisa dari pintu ke pintu akan terus dilanjutkan dan kami sudah mencapai hampir 140,000 isi rumah. Projek RELeaf juga sedang diteruskan, dan tidak lama lagi kami akan selesai menanam 3 juta pokok peringkat pertama di bawah program ini."

"Di samping itu, kami terus menyokong masyarakat yang memerlukan menerusi pelbagai program seperti inisiatif Kembali ke Sekolah dengan kerjasama Empire Project, dengan menyumbang alat keperluan sekolah dan produk F&B bernilai hampir RM800,000 kepada 2,500 pelajar dan 1,200 isi rumah. Di samping itu, sebagai sebahagian daripada inisiatif tahunan kami untuk memberi sokongan kepada masyarakat memerlukan dalam bulan Ramadan, kami mengagihkan lebih daripada 185,000 mangkuk bubur lambuk MAGGI penuh berkhasiat di seluruh negara; di samping menyumbang 20,000 pain aiskrim La Cremeria Nestlé untuk menceriakan kumpulan masyarakat tersebut."

Prospek

En. Aranols mengulas, "Ketidakstabilan global dijangka berterusan pada 2023. Walaupun kadar inflasi utama sudah mula menyusut, tahapnya masih tinggi, dan keadaan semakin mencabar akibat ketidakpastian dalam harga komoditi dan kadar mata wang. Gangguan pasaran kewangan baru-baru ini juga telah mendedahkan kelemahan global, dengan risiko penyusutan ekonomi global yang berupaya menjejaskan kedinamikan pasaran eksport kami."

"Namun begitu, walaupun harga komoditi makanan dijangka kekal tinggi sepanjang separuh pertama tahun, kami yakin situasi akan bertambah baik pada separuh kedua

tahun. Dalam jangka panjang, kami yakin terhadap prospek Malaysia, seperti yang terbukti daripada pelaburan modal RM1.0 bilion yang dirancang dan bakal dilakukan untuk tempoh 2023 – 2025.”

“Sambil kami melangkah maju ke hadapan, kami memberi tumpuan mengukuhkan inisiatif ESG kami dengan menyusun rancangan yang jelas. Ini termasuk mengurangkan emisi karbon secara langsung dan usaha penanaman semula hutan yang mengurangkan penghasilan karbon secara tidak langsung seperti Projek RELeaf. Kami akan terus mengurangkan dan menghentikan penggunaan plastik dara dan menyokong petani tempatan dalam peralihan ke arah kaedah pertanian regeneratif menerusi program Farmer Connect. Dalam pada itu, demi memacu pertumbuhan lestari, kami akan terus mendapatkan kepercayaan rakyat Malaysia dengan mengukuhkan keupayaan kami membekalkan produk yang secara konsisten memenuhi jangkaan pengguna dari segi kualiti, pemakanan dan cita rasa.”

###

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

Shahida Irawan atau Yasmin Kadir
acorn communications

Tel: (+603) 7965 6456
+6012-235 6865
E- shaheen.mohamedzaffar@my.nestle.com
mel:

Tel: (+603) 7958 8348
+60 19 688 7204 (Shahida) atau
E- +6017 237 9048 (Yasmin)
mel: acorncommunications@acornco.com.my