



Nestlé Good food, Good life

## Siaran Berita

Petaling Jaya, 25 Februari, 2025

### **Nestlé Malaysia berjaya mengharungi tahun 2024 yang mencabar untuk kembali pada kedudukan lebih baik ke arah pertumbuhan memberangsangkan pada tahun 2025**

*Kepimpinan pasaran kekal kukuh merentasi kategori, manakala momentum pengguna bertambah baik*

Nestlé (Malaysia) Berhad mencatat Perolehan RM6.22 bilion untuk tahun kewangan berakhir 31 Disember 2024, penurunan sebanyak 11.7% daripada paras jualan rekod yang tinggi yang dicapai pada 2023. Prestasi jualan ini mengesahkan kekuatan dan daya tahan portfolio Syarikat, yang terjejas pada tahun 2024 oleh keraguan pengguna dan kekangan dalam kuasa beli. Kesemua elemen ini telah menunjukkan pemulihan menjelang suku terakhir tahun lalu.

Walaupun jualan domestik mengalami sedikit tekanan, eksport meningkat pesat, mengesahkan daya saing Nestlé Malaysia dalam konteks antarabangsa, didorong faktor peranannya sebagai hab pembuatan dan eksport Halal terbesar bagi Kumpulan Nestlé di peringkat global.

Syarikat merekodkan Keuntungan Sebelum Cukai sebanyak RM544.4 juta dan Keuntungan Selepas Cukai sebanyak RM415.6 juta, angka yang kukuh walaupun terdapat penurunan berbanding garis dasar keuntungan 2023 yang tinggi. Tumpuan berterusan ke arah memacu kecekapan dan pengoptimuman kos membantu mengurangkan sebahagian kesan daripada jualan yang rendah dan kos komoditi yang tinggi. Selaras dengan komitmen Syarikat untuk menyampaikan nilai kepada para pemegang sahamnya, Lembaga Pengarah mengisytiharkan dividen interim ketiga sebanyak RM0.74 sesaham untuk tahun kewangan berakhir 31 Disember 2024, menjadikan jumlah terkumpul kepada RM1.79 sesaham setakat ini.

Encik Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé (Malaysia) Berhad, berkata, "Seperti dikongsikan dalam kemas kini suku tahunan kami sebelum ini, kami berdepan dengan persekitaran operasi yang kompleks dan mencabar pada tahun 2024, dengan perbelanjaan pengguna yang berhati-hati dan keraguan yang berterusan terhadap jenama global. Keupayaan kami untuk mengharungi cabaran ini adalah bukti dedikasi dan keupayaan pasukan kami, sentiasa menumpukan pada misi untuk menyampaikan produk berkualiti tinggi dan diperakui Halal, memenuhi selera rakyat Malaysia, dan di bawah jenama yang mereka percayai; produk yang dengan bangganya dibuat di Malaysia, oleh rakyat Malaysia untuk rakyat Malaysia, dan dieksport ke seluruh pelusuk dunia. Usaha yang tidak berbelah bahagi ini telah membolehkan kami mengekalkan kepimpinan pasaran kami yang kukuh merentas segmen perniagaan dan secara keseluruhan. Semua usaha Pasukan kami mempersiapkan kami untuk kembali lebih utuh ke tahap pertumbuhan yang sihat pada 2025."

Sepanjang 2024, Nestlé Malaysia mempertajamkan lagi kelebihan operasinya untuk berjaya bersaing dan memenangi pasaran yang amat kompetitif. Selain menawarkan set terbesar produk diperakui Pilihan Lebih Sihat Kementerian Kesihatan, Syarikat telah mencapai kemajuan besar dalam pendigitalan operasi, penyelarasan proses pentadbiran dan peningkatan keupayaan komersial dan logistik untuk mengukuhkan lagi jangkauan dan liputannya di seluruh negara. Beberapa inovasi berkaitan telah dilancarkan pada tahun dalam tinjauan, dengan beberapa daripadanya merupakan yang pertama di peringkat global, seperti Minuman Coklat KITKAT yang diperkenalkan baru-baru ini, yang pertama di dunia; pengembangan portfolio "umur panjang sihat" di bawah jenama OMEGA dan ENERCAL; lanjutan rangkaian Sedia untuk Diminum di bawah NESCAFÉ dan MILO; serta mangkuk MAGGI mudah alih yang dinaik taraf di bawah rangkaian SYIOK.

"Berdasarkan semua langkah yang diambil, ditambah dengan tanda-tanda pemulihan dalam sentimen dan keyakinan pengguna pada penghujung tahun, kami yakin untuk kembali mencapai tahap pertumbuhan yang sihat, sejajar dengan trajektori pertumbuhan dicatat sepanjang 112 tahun kehadiran kami di Malaysia," tambah Aranols.

Di samping prestasi kewangan yang berdaya tahan, Nestlé Malaysia memajukan lagi agenda Alam Sekitar, Sosial dan Tadbir Urus (ESG), dengan semua program utama berjalan seperti yang dirancang. Beberapa contoh termasuk: Project RELeaf (program penghutanan semula Syarikat yang dipercepatkan selepas fasa penutupan akibat COVID) akan melengkapkan misi penanaman 3 Juta pokok sebelum akhir tahun; Projek SAVE (ekosistem pengumpulan yang dianjurkan dengan kerjasama pengitar semula dan majlis perbandaran untuk mengumpul dan mengitar semula sisa plastik) telah berkembang ke Pulau Pinang dan menjangkau lebih 200,000 isi rumah setiap minggu; kami berjaya menguji, dengan sokongan daripada Kementerian Pengangkutan, perintis pertama Lori Elektrik ulang-alik bahan ramuan bergerak merentasi kilang Nestlé di Malaysia dan Singapura; dan, akhir sekali, pelancaran program Tenaga Untuk Kebaikan MILO dengan matlamat untuk menambah baik persekitaran pembelajaran di sekolah di kawasan kurang berkemampuan dengan menyediakan perabot berkualiti dan peralatan sukan yang dibina dengan bahan kitar semula yang dikumpul melalui Project CAREton kami, dengan kerjasama Tetra Pak.

Dari segi tanggungjawab sosial, Nestlé Malaysia memperuntukkan lebih RM4 juta dalam bentuk sumbangan kewangan dan barangan kepada Bulan Sabit Merah Malaysia sebagai menyokong usaha bantuan kemanusiaan mereka, sebahagian daripada jumlah RM14.2 juta yang diperuntukkan untuk bantuan masyarakat dan inisiatif bantuan banjir pada tahun 2024.

## **Tinjauan**

Jelas En. Aranols lagi, "Mengikut panduan awal kami, kami menjangkakan untuk kembali ke tahap pertumbuhan yang sihat pada 2025, dengan keuntungan yang berdaya tahan dan aliran tunai yang kukuh, didorong oleh portfolio produk yang luas, ekuiti jenama yang kukuh serta rangkaian jualan dan pengedaran yang meluas. Kami akan terus mengukuhkan infrastruktur pembuatan kami, mengukuhkan peranan Malaysia sebagai hab pembuatan dan eksport Halal terbesar bagi Kumpulan Nestlé di peringkat global, sambil menyumbang kepada keselamatan makanan negara dan kesejahteraan rakyat. Strategi jangka panjang kami berpaksikan hasrat murni di mana kecekapan membiayai pelaburan jenama yang membantu meningkatkan pertumbuhan dan meluaskan pasaran

serta menyokong pembiayaan inovasi. Ini akan kekal menjadi induk kepada semua usaha kami, sementara kami turut memberi perhatian kepada perkembangan global dan pelbagai faktor turun naik yang sedang berlangsung dan mungkin memberi kesan langsung atau tidak langsung pada situasi perniagaan di Malaysia dan di seluruh dunia dalam beberapa bulan akan datang.”

###

### **Mengenai Nestlé Malaysia**

Sejak tahun 1912, Nestlé telah menjana khasiat kepada rakyat Malaysia dan membina kepercayaan mereka melalui jenama dan produk berkualiti kami. Kami berbangga dengan peranan kami sebagai ahli korporat yang bertanggungjawab, yang sentiasa berusaha untuk meningkatkan komuniti di tempat kami beroperasi. Pada masa kini, kami menguruskan enam kilang, dengan lebih daripada 5,000 pekerja rakyat Malaysia. Semua produk kami disahkan Halal, menjadikan kami pengeluar Halal terbesar untuk Nestlé di dunia.

Sebagai pengeluar makanan dan minuman terbesar di dunia, dengan ibu pejabat yang berpusat di Switzerland, Nestlé beroperasi di lebih 180 negara. Dengan mempunyai tenaga kerja lebih daripada 270,000 yang berdedikasi, kami didorong oleh matlamat untuk meneroka potensi makanan, meningkatkan kualiti hidup untuk semua, baik hari ini mahupun untuk generasi akan datang. Komitmen kami terhadap nutrisi, kesihatan, dan kesejahteraan membentuk prestasi kami, memastikan kami kekal menunaikan janji, iaitu menawarkan GOOD FOOD, GOOD LIFE kepada semua.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang perjalanan kami selama satu abad dalam memberi khasiat kepada rakyat Malaysia, sila lawati laman web kami di <https://www.nestle.com.my/ask-nestle/kami-nestle>

---

#### **Untuk maklumat lanjut, sila hubungi:**

##### **Shaheen Zaffar**

Nestlé (Malaysia) Berhad

Tel: (+603) 7965 6456  
+6012-235 6865

E-mel: [shaheen.mohamedzaffar@my.Nestlé.com](mailto:shaheen.mohamedzaffar@my.Nestlé.com)

##### **Anis Farisha atau Yasmin Kadir**

acorn communications

Tel: (+603) 7958 8348  
+6019-666 9948 (Anis) atau  
+6017-237 9048 (Yasmin)

E-mel: [acorncommunications@acornco.com.my](mailto:acorncommunications@acornco.com.my)