



Good food, Good life

Siaran Akhbar

Petaling Jaya, 25 Ogos, 2020

Nestlé Malaysia kekal kukuh pada S2, walau semasa COVID-19

Rancangan perbelanjaan modal terbesar dalam 6 tahun disahkan, fasiliti pengeluaran bagi Makanan Berasaskan Tumbuhan dilancarkan

SOROTAN PENTING

- Perolehan RM1.22 bilion dicatatkan pada S2 2020, penyusutan kecil berbanding S2 2019, terutamanya disebabkan oleh gangguan daripada COVID-19 terhadap saluran HORECA (hotel, restoran dan kafe).
- Untung Selepas Cukai S2 2020 berjumlah RM105.5 juta, lebih rendah daripada S2 2019 ekoran kemerosotan jualan dan kos HORECA yang ditanggung dalam usaha melaksanakan tiga keutamaan Kumpulan tanpa sebarang tolak ansur di bawah PKP seperti berikut:
 - Memastikan keselamatan kakitangan dan rakan perniagaan.
 - Menjamin kesinambungan bekalan barangan keperluan kepada semua pengguna.
 - Meluaskan program untuk menyokong komuniti di seluruh Malaysia.
- Rancangan perbelanjaan modal (CAPEX) kukuh pada 2020 telah disahkan dan termasuk pengilangan perintis baharu bagi Makanan Berasaskan Tumbuhan untuk pasaran tempatan dan juga eksport.
- Dividen interim bersih RM0.70 sesaham diisytiharkan.

PETALING JAYA, 25 Ogos 2020 – Nestlé (Malaysia) Berhad mencatatkan keputusan kukuh bagi separuh kedua berakhir 30 Jun 2020, walaupun dihipit kesan ketara akibat langkah kawalan COVID-19 yang menjejaskan prestasi jangka pendek dalam saluran tertentu. Secara khususnya, langkah kawalan COVID-19 memberikan kesan paling besar terhadap saluran HORECA, yang

mengalami kemerosotan aktiviti lebih kurang 80% dalam fasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) paling ketat pada bulan April dan Mei. Saluran tersebut menunjukkan tanda pemulihan jelas apabila negara memasuki fasa PKP Pemulihan pada bulan Jun.

Penilaian Prestasi (Suku 2, 2020 berbanding Suku 2, 2019)

Perolehan bagi suku kedua berjumlah RM1.22 bilion, penyusutan sedikit berbanding S2 2019, terutamanya disebabkan oleh sekatan operasi yang kritikal terhadap saluran HORECA semasa PKP, dan juga pergerakan terhad orang ramai yang menjejaskan jualan di restoran, kawasan perhentian R&R, dan saluran berkaitan pejabat. Bagi Nestlé, PKP memberikan kesan ketara terhadap bahagian NESTLÉ PROFESSIONAL, dan juga Bahagian Sedia Diminum dan sesetengah produk makanan.

Saluran di dalam rumah mencatatkan prestasi kukuh secara perbandingan, dengan keuntungan mantap dalam penembusan isi rumah bagi jenama seperti MAGGI, NESCAFÉ, MILO dan NESTLÉ ICE CREAM. Ini membantu menampung kesan daripada kesukaran sementara yang dihadapi saluran HORECA semasa PKP.

Menurut En. Juan Aranols, Ketua Pegawai Eksekutif Nestlé (Malaysia) Berhad, "Seperti semua pihak lain, kami juga terpaksa mengharungi krisis COVID-19. Kami amat berbangga kerana berupaya memberikan sumbangan nyata kepada bekalan makanan dan minuman asas bagi rakyat Malaysia di bawah PKP, sambil memastikan kakitangan dan rakan niaga kami selamat dan terus menyokong masyarakat pada masa yang sukar ini. Kami sama sekali tidak bertolak ansur terhadap tiga keutamaan teras dalam tempoh kritikal tersebut."

“Prestasi kewangan kami kekal kukuh secara keseluruhan. Walaupun terdapat penyusutan sementara berbanding tempoh perbandingan akibat cabaran yang dibawakan COVID-19, terutamanya yang menjejaskan saluran HORECA, kami boleh menyatakan bahawa situasi dalam saluran-saluran ini semakin bertambah baik sambil Malaysia memasuki fasa PKP Pemulihan pada bulan Jun. Sepanjang suku tahun yang dilaporkan, kami juga memastikan pelaksanaan jualan yang kukuh dan menemui cara yang baharu dan inovatif untuk berhubung dengan pengguna.”

“Sebagai contoh, MAGGI telah memainkan peranan aktif untuk terus mendekati pengguna dengan berkongsi resipi dan menggalakkan seisi keluarga memasak resipi yang lazat dan sihat di rumah. Pasukan NESTLÉ ICE CREAM kami berjaya menggunakan saluran penghantaran ke rumah untuk menghantar terus kepada pelanggan di rumah. Penglibatan digital dan e-Dagang telah berkembang dengan pesat. Kilang, pusat pengedaran dan pejabat jualan kami juga telah menyesuaikan cara kerja mereka untuk memastikan keselamatan kakitangan barisan hadapan Nestlé.”

En. Aranols menambah, “Walaupun kami mengutamakan aktiviti yang menjamin bekalan rangkaian produk keperluan teras, kami juga melancarkan beberapa produk baharu yang akan menggiatkan perkembangan kami pada separuh kedua tahun.” Produk-produk baharu yang dilancarkan pada suku tahun yang dilaporkan termasuk lanjutan rangkaian STARBUCKS, NESCAFÉ Gold Origins, produk Sedia Diminum seperti NESCAFÉ Cappuccino Ais, NESCAFÉ Cold Brew Hazelnut dan NESTLÉ OMEGA PLUS Coklat Hitam, dan lanjutan penting dalam segmen mi goreng yang sedang pantas berkembang, iaitu dengan memperkenalkan rangkaian MAGGI Goreng baharu.

Dalam suasana yang amat mencabar ini, Kumpulan mencatatkan Untung Sebelum Cukai kukuh berjumlah RM140.1 juta dan Untung Selepas Cukai RM105.5 juta bagi S2 2020. Secara perbandingan, untung terkesan oleh keadaan yang dihadapi HORECA di bawah PKP dan perkara berkaitan COVID-19, dan perbelanjaan tambahan yang perlu dibuat untuk menjamin keselamatan kerja, menyokong pekerja barisan hadapan dan menjamin kesinambungan di seluruh rangkaian bekalan. Satu perkara yang perlu ditekankan ialah untung S2 2019 turut mengambil kira keuntungan sekali berjumlah RM19.7 juta yang timbul daripada jualan kilang Petaling Jaya.

Penilaian Prestasi: Tempoh semasa 2020 berbanding Tempoh sama 2019

Bagi separuh pertama berakhir 30 Jun 2020, Kumpulan mencatatkan perolehan berjumlah RM2.65 bilion, kemerosotan kecil berbanding RM2.79 bilion yang dilaporkan pada tempoh yang sama tahun sebelumnya. Ini disebabkan kesan perayaan Tahun Baru Cina lebih awal yang memang dijangkakan terhadap jualan, dan juga gangguan COVID-19 pada S2.

Perniagaan F&B Kumpulan mencatatkan peningkatan kecil 0.6% pada separuh pertama, dipacu oleh jualan tempatan kukuh, dan disokong oleh pelaksanaan jualan mantap dan kempen pemasaran berkesan. Salah satu sorotan penting bagi tempoh ini ialah kejayaan Peraduan Nestlé Gaji Seumur Hidup, kempen seluruh negara terbesar anjuran Nestlé di Malaysia setakat ini, yang menerima lebih 1.3 juta penyertaan.

En. Aranols menambah, "Peraduan Nestlé Gaji Seumur Hidup merupakan penghargaan kami kepada rakyat Malaysia atas sokongan mereka selama lebih 100 tahun. Sebab itulah kami melanjutkan tempoh peraduan dan menambah lebih banyak hadiah, untuk memberi peluang kepada rakyat Malaysia mengambil bahagian dan menang. Tambahan lagi, selain daripada tawaran hadiah menarik,

kami mengambil kesempatan ini untuk merangkumkan program amal dalam kempen dengan menyalurkan sejumlah RM684,000 kepada 17 badan kebajikan. Usaha organisasi-organisasi tersebut penting dalam menyokong beribu-ribu rakyat Malaysia dan keluarga mereka pada masa sukar ini." Sebagai sebahagian daripada program bantuan COVID-19, Nestlé juga memainkan peranan aktif menyokong Persatuan Bulan Sabit Merah Malaysia dan menyalurkan sumbangan bekalan makanan kepada kakitangan barisan hadapan dan masyarakat yang memerlukan, selain menganjurkan beberapa inisiatif lain."

Kumpulan mencatatkan margin keuntungan memuaskan bagi separuh pertama, dengan Untung Sebelum Cukai RM386.4 juta dan Untung Selepas Cukai RM291.8 juta. Untung lebih rendah berbanding tempoh yang sama pada 2019 mencerminkan kesan COVID-19 terhadap saluran HORECA, perbelanjaan besar yang diperlukan untuk menjamin keselamatan kerja dan kesinambungan operasi, dan keuntungan sekali yang berkaitan dengan penjualan kilang Petaling Jaya yang dicatatkan pada S2 2019.

Sejajar dengan komitmen Kumpulan untuk menjana nilai bagi pemegang saham, Lembaga Pengarah mengisytiharkan dividen interim RM0.70 sen sesaham bagi tahun kewangan berakhir 31 Disember 2020, setanding pembayaran dividen interim pertama pada 2019.

Tinjauan

En. Aranols menambah, "Kami terus bekerja keras dalam 'kebiasaan baharu' untuk mengubah cabaran luar menjadi peluang baharu. Kami gembira untuk melihat pemulihan beransur-ansur sejak permulaan PKPP, terutamanya dalam saluran HORECA, dan kami tetap yakin terhadap keupayaan kami dalam mencapai keputusan mantap pada 2020."

“Sambil kita memasuki separuh kedua tahun ini, kami akan terus memastikan keselamatan kakitangan dan rakan perniagaan serta memainkan peranan kami untuk menyokong masyarakat. Pasukan-pasukan kami memberi tumpuan memacu kecemerlangan operasi dan pelaksanaan komersial untuk menggiatkan pertumbuhan. Kami juga mempunyai saluran inovasi kukuh dalam pelbagai kategori yang akan menyokong prestasi kami yang pada bulan-bulan akan datang. Kami terus melabur demi masa depan kami, seperti yang diperlihatkan daripada rancangan kukuh yang telah dirangka dan penceburan kami ke dalam kategori baharu dengan potensi pertumbuhan yang tinggi.”

“Kami kini boleh mendedahkan bahawa sebuah pelaburan besar dalam kilang Shah Alam di mana kami sedang membina fasiliti pengeluaran perintis bagi Penyelesaian Makanan Berasaskan Tumbuhan. Ini merupakan satu keutamaan strategik bagi Kumpulan Nestlé di seluruh dunia dan kami berbangga untuk menempatkan kilang pertama Nestlé di Asia Tenggara, yang akan menyokong pertumbuhan di dalam negara dan bagi pasaran eksport.”

“Kami juga tetap komited untuk mengutamakan kelestarian, seperti yang dilihat daripada keputusan kami untuk memindahkan 100% daripada rangkaian UHT kami kepada straw kertas menjelang akhir 2020, lantas menghapuskan penggunaan lebih 200 juta straw plastik setahun. Kami akan membuat pengumuman lanjut pada minggu-minggu akan datang tentang inisiatif alam sekitar untuk menangani isu perubahan iklim.”

“Dengan rancangan yang telah disusun rapi, kami yakin Kumpulan berada pada kedudukan yang kukuh untuk menjana pendapatan yang mampan untuk baki tahun semasa dan juga tempoh selanjutnya,” 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, sila hubungi

Maxine Lim

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

Alya Nurina atau Yasmin Kadir

acorn communications
Tel: (+603) 7958 8348
+6010 -221 8216 (Alya) atau
+6017 237 9048 (Yasmin)
E-mel: acorncommunications@acornco.com.my