

2020, un an cu o creștere organică de 3,5% pentru Nestlé pe piața locală

18 Feb 2021 | de Simona Popa



[1]

Nestlé, cea mai mare companie de produse alimentare și băuturi din lume, a făcut publice rezultatele financiare înregistrate în 2020, raportând o creștere organică de 3,5% în România.

„Reziliența businessului Nestlé este dată de portofoliul nostru variat care a permis compensarea scăderii înregistrate de divizia out-of-home, permițându-ne o creștere organică de 3,5%, în același registru cu rezultatele globale și EMENA. În 2021 vom continua să investim prin lansări de produse și surprize la aniversarea de 25 de ani în România”, declară Leszek Wacirz, Country Manager Nestlé România.

Gătitul în familie, ca urmare a restricțiilor impuse, și produsele inovatoare lansate pe piața locală (bazele de mâncăruri Maggi Marketplace - cuburi bio și baze pentru mâncăruri în format lichid) au dus la o evoluție pozitivă în cazul produselor alimentare, precum și cea mai mare creștere în România pentru această categorie de la intrarea pe piață. Principalele categorii care au înregistrat o evoluție bună au fost mâncarea pentru animale de companie (Purina Petcare), categoria de cafea, în special cafea porționată pentru consum acasă (Nespresso, NDG, Starbucks), precum și categoria Nestlé Health Science cu Optifibre ca inovație pe piață.

Totodată, la creșterea organică au contribuit și investițiile făcute în 2020 în susținerea comunității locale - donații în bani, echipamente și produse alimentare, măsuri de sprijinire a partenerilor din HoReCa, se arată în raportul companiei.

Zona EMENA a înregistrat cea mai bună creștere organică din ultimii cinci ani. Fiecare regiune a cunoscut o creștere pozitivă pe scară largă, cu un impuls puternic în Rusia, Germania, Regatul Unit și Israel. Zona a avut câștiguri ale cotei de piață, generate de hrana pentru animale de companie, de cafeaua porționată și solubilă, precum și de produsele alimentare vegetariene și cele pe bază de plante precum Garden Gourmet. Creșterea organică a atins 2,9%, cu o creștere internă reală (RIG) de 3,3% și un pricing de -0,4.

Vânzările, sub impactul cursului valutar

La nivel de grup, s-a înregistrat o creștere organică de 3,6%, cu o creștere internă reală (RIG) de 3,2% și pricing de 0,4%. Creșterea a fost susținută de avântul înregistrat în Americi, de Purina PetCare și Nestlé Health Science.

Schimbul valutar a redus vânzările cu 7,9% din cauza aprecierii continue a francului elvețian față de majoritatea monedelor. Totodată, reducerea investițiilor a avut un impact negativ de 4,6% asupra vânzărilor. Prin urmare, vânzările totale raportate au scăzut cu 8,9%, până la 84,3 miliarde franci elvețieni față de 92,6 de miliarde de franci elvețieni în 2019.

Câștigurile per acțiune au crescut cu 3,5% în monedă constantă și au scăzut cu 4,5% pe durata intervalului de raportare, până la 4,21 franci elvețieni. Câștigurile per acțiune au rămas neschimbate pe durata intervalului de raportare, la 4,30 franci elvețieni.

Fluxul suplimentar de numerar a fost de 10,2 miliarde franci elvețieni. Randamentul capitalului investit a crescut cu 240 de puncte de bază, până la 14,7%.

Consiliul de administrație a propus o creștere a dividendelor cu 5 centime la 2,75 franci elvețieni per acțiune, marcând 26 de ani consecutivi de creștere a dividendelor. În total, pe parcursul anului 2020, au fost plătite către acționari 14,5 miliarde de franci elvețieni sub formă de dividende și răscumpărări de acțiuni.

Compania Nestlé a realizat în 2020 progrese semnificative în transformarea portofoliului, cedând diviziile Yinlu de producție de lapte de arahide și terci de orez din China și acceptând să vândă brandurile sale regionale de apă de izvor, divizia de apă purificată și serviciul de livrare a băuturilor din SUA și Canada. Din 2017 până în prezent, rotația portofoliului se ridică la aproximativ 18% din totalul vânzărilor din 2017.

„2020 a fost un an greu pentru mulți. Experiența noastră în materie de nutriție, abilitățile digitale, structura descentralizată și inovația ne-au permis să ne adaptăm rapid la comportamentele și tendințele în schimbare ale consumatorilor. Am înregistrat progrese semnificative în transformarea portofoliului nostru, am continuat să dezvoltăm Nestlé Health Science într-o entitate puternică în domeniul științei nutriționale și ne-am extins prezența în comerțul de tip B2C. În același timp, ne-am concentrat pe sustenabilitate și ne-am propus să atingem un nivel zero al emisiilor de gaze cu efect de seră până în 2050. Ne așteptăm ca această cale să sprijine dezvoltarea și să fie neutră în ceea ce privește câștigurile, generând valoare pentru societate și acționarii noștri”, susține Mark Schneider, CEO Nestlé.

Cât despre 2021, compania estimează o creștere continuă a vânzărilor organice către o rată medie de o singură cifră.

Nestlé, cea mai mare companie de produse alimentare și băuturi din lume, prezintă în 189 de țări din întreaga lume și cu 308.000 de angajați, oferă un portofoliu larg de produse și servicii pentru oameni și animale de companie. Cele peste 2.000 de branduri ale Nestlé includ nume precum Nescafé, Nespresso, Maggi și Nido.

Știri asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/stiri/2020-un-cu-o-crestere-organica-de-35-pentru-nestle-pe-piata-locala>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images/nestle_vevey_hq_003.jpg