

منتجات القهوة المنزلية وأغذية الحيوانات تدعم مبيعات نستله



حققت نستله مبيعات مبشرة خلال الشهور التسعة الأولى لعام 2020، حيث بلغ النمو العضوي 3.5% مع نمو داخلي فعلي بنسبة 3.3% والتسعير بنسبة 0.2%. وجاء النمو مدعوماً بالأداء القوي في الأمريكتين ومنتجات «بيورينا» للحيوانات الأليفة و«نستله هيلث ساينس». وارتفع النمو العضوي في منطقة آسيا وأوقيانوسيا وإفريقيا إلى 4.5% في الربع الثالث.

وأدت عمليات التصفية وأسعار الصرف الأجنبي إلى انخفاض المبيعات بنسبة 12.9%، وانخفضت المبيعات المعلنة بنسبة 9.4% إلى 61.9 مليار فرنك سويسري، مقارنة مع 68.4 مليار فرنك سويسري خلال الشهور التسعة الأولى من عام 2019.

وسجلت منتجات القهوة نمواً متوسطاً من خانة واحدة، مدعومة بإقبال المستهلكين على منتجات ستاربكس نسكافيه ونسبريسو. وشهدت منتجات المياه والحلويات انخفاضاً في النمو بسبب اتصالها بأداء قنوات الخدمات الغذائية والمطاعم، في حين شهدت تحسناً طفيفاً في الربع الثالث.

واصلت جائحة «كوفيد-19» تأثيرها المتباين في النمو العضوي للشركة، لاسيما ضمن فئات المنتجات وقنوات المبيعات.

وحافظ الطلب على منتجات الاستهلاك المنزلي والعلامات الموثوقة ومنتجات الصحة الشخصية على قوته. وواصلت أغذية «بيورينا» ومنتجات الحليب والألبان، ومنتجات القهوة المنزلية، و«نستله هيلث ساينس» تسجيل نمو قوي. وشهدت منتجات المياه والحلويات انخفاضاً في المبيعات، بما يعكس توجه المستهلكين بكثرة نحو قنوات الخدمات الغذائية والمطاعم، والاستهلاك أثناء التنقل.

وتسارعت مبيعات التجزئة بشكل ملموس، مما يعكس استمرار الطلب المتزايد على الاستهلاك المنزلي. وبقي النمو في القنوات خارج المنزل سلبياً بشكل ملحوظ، مع تراجع معتدل في المبيعات خلال الربع الثالث. وارتفعت مبيعات التجارة الإلكترونية بنسبة 47.6% لتشكل 12.3% من إجمالي مبيعات المجموعة. وساهمت منتجات القهوة وبيورينا وعلوم التغذية والصحة بالدور الأكبر في النمو، إلى جانب الزخم القوي المتواصل في جميع الفئات الأخرى.