

Siaran Pers

Untuk informasi lebih lanjut:

FrieslandCampina
Corporate Communication
Jan-Willem ter Avest
T + 31 (0)33 713 3885
avest@frieslandcampina.com
www.frieslandcampina.com

Kamis, 12 Maret 2015

Hasil Royal FrieslandCampina N.V. 2014

FrieslandCampina: hasil memuaskan di tahun yang dinamis

- Pendapatan stabil pada angka 11,3 miliar euro tidak termasuk efek kurs mata uang yang mengakibatkan kenaikan sebesar 2,2%.
- Keuntungan operasional meningkat sebesar 56,2% menjadi 489 juta euro. Koreksi atas *one-time items* dan efek kurs mata uang menyebabkan penurunan keuntungan operasional sebesar 10,7%.
- Keuntungan meningkat sebesar 93% menjadi 303 juta euro. Diluar *one-time items* dan efek kurs mata uang, keuntungan menurun sebesar 13,1%.
- *Cash flow* dari kegiatan operasional turun menjadi 545 juta euro (2013: 588 juta euro).
- Harga susu untuk para anggota koperasi susu adalah 42,70 euro, secara keseluruhan turun 0,5% (2013: 42,90 euro).

FrieslandCampina dapat melakukan kilas balik pada tahun yang dinamis ini. Tekanan geopolitik dan efek kurs mata uang yang merugikan mempengaruhi jalannya operasional bisnis, pendapatan dan hasil, dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Keuntungan bersih bertahan di angka 11,3 miliar euro. Keuntungan meningkat menjadi 303 juta euro. Hasil tahun 2014 dipengaruhi oleh *one-time income* dan efek negatif dari kurs mata uang. Pada semester kedua tahun 2014, penghematan biaya memberikan kontribusi pada peningkatan profit operasional. Dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2013, profit operasional (koreksi terhadap *one-time items* dan efek kurs mata uang), pada semester kedua 2014 meningkat sebesar 5,5%. Pembayaran yang dilakukan FrieslandCampina kepada para anggota koperasi susu tetap stabil pada angka 42,70 euro per 100 kilogram susu. Pembayaran ini sedikit lebih rendah daripada yang tercatat di tahun 2013 (42,90 euro).

Cees 't Hart, CEO Royal FrieslandCampina mengatakan, "Tahun 2014, hasil Royal FrieslandCampina lebih dipengaruhi oleh kondisi eksternal dibanding tahun sebelumnya. Tahun 2014 bisa dikatakan sebagai tahun yang dinamis. Walaupun hilangnya kuota susu Uni Eropa mungkin akan mempengaruhi ketidakstabilan pasar susu, prospek FrieslandCampina dan para peternak susu akan tetap positif. Perusahaan ini berada dalam posisi yang kuat."

Penambahan nilai guna bagi para peternak susu

per 100 kilogram susu tidak termasuk PPN, dengan 3,47% protein 4,41% lemak dan 4,51% laktosa.

- Harga standar turun sebesar 0,07 euro (-0,2%) menjadi 39,38 euro (2013: 39,45 euro).
- Total *performance premium* (1,86 euro) dan distribusi jaminan keanggotaan (1,07 euro) sejumlah 2,93 euro, lebih rendah 0,11 euro (-3,6%) dibandingkan tahun 2013 (3,04 euro).
- Pada harga standar tertinggi, nominal sejumlah 277 juta euro (2013: 282 juta euro) dibagikan kepada para anggota koperasi susu.

Pencapaian strategi *route2020*

- Pertumbuhan volume sebesar 5,7% di produk Infant, terutama di China dan Hong Kong.
- Penurunan volume *Dairy-based Beverages* sebesar 5,4% yang disebabkan oleh tingkat konsumsi yang rendah dan tekanan di pangsa pasar.
- Penurunan volume *branded cheese* sebesar 14,5% karena pemboikotan Rusia dan kompetisi di pasar Eropa.
- Efek negatif pemboikotan produk susu oleh Rusia terhadap profit operasional diperkirakan mencapai 80 juta euro.
- Investasi sebesar 656 juta euro khusus pada ekspansi kapasitas dan kualitas serta peningkatan efisiensi.
- Pembaharuan kualitas *Foqus planet* dan program keberlanjutan untuk para peternak sapi perah.
- Perbaikan mendasar dalam hal *safety* dan *safety awareness*; tingkat kecelakaan yang mengakibatkan cuti sakit, turun dari 140 menjadi 94.

Penguatan Organisasi

- Pada 2014, FrieslandCampina dan China Huishan Dairy Holdings Company Limited menandatangani *Letter of Intent* 50-50 joint venture. Perusahaan FrieslandHuishan Dairy pun dibentuk, untuk melakukan produksi, pemasaran, dan distribusi produk *Infant Nutrition*.
- FrieslandCampina memperkuat posisinya di Afrika Barat dengan mengakuisisi aktivitas produksi susu Olam di wilayah Pantai Gading.
- FrieslandCampina memperkuat posisinya di Italia melalui akuisisi distribusi keju dan mentega DEK Srl dan membeli saham sebesar 80% di Orange Srl.

Stabilitas Pendapatan

Pada 2014, pendapatan meningkat sebesar 0,6% menjadi 11,3 miliar euro sebagai hasil dari harga jual yang lebih tinggi dan peningkatan penjualan produk *infant* Friso. Efek kurs mata uang berdampak negatif pada keuntungan bersih sebesar 176 juta euro terhadap total pendapatan. Volume pada pertumbuhan kategori *dairy-based beverages*, *branded cheese* dan *ingredients*, menurun karena rendahnya tingkat konsumsi akibat harga jual yang lebih tinggi di Asia, meningkatnya kompetisi di beberapa negara, dan pemboikotan oleh Rusia terhadap produk susu.

Perkembangan Keuntungan Operasional

Keuntungan operasional meningkat sebesar 56,2% menjadi 489 juta euro. Pada tahun 2014, *one-time income* sebesar 103 juta euro terjadi sebagai akibat dari penyesuaian rencana pensiun bagi para karyawan di Belanda. Koreksi pada *one-time income* ini mengakibatkan profit operasional menurun sebesar 19,7% dibandingkan profit operasional sebelum *goodwill impairment* pada 2013. Pengoreksian terhadap efek negatif kurs mata uang mengakibatkan profit operasional menurun sebesar 10,7%. Profit operasional juga mendapat pengaruh buruk akibat pemboikotan Rusia terhadap produk susu. Efek langsung (kehilangan pendapatan dan keuntungan) dan efek tidak langsung (efek pasar negatif) diperkirakan setidaknya sebesar 80 juta euro. *One-time*

items lainnya merupakan *book profit* sebesar 20 juta euro yang disebabkan oleh kebakaran di FrieslandCampina Cheese di Gerkesklooster, Belanda, dan pengumuman penutupan fasilitas produksi FrieslandCampina Branded Belgium di Sleidinge yang mengeluarkan biaya sebesar 20 juta euro. Grup bisnis Consumer Products Eropa, Timur Tengah & Afrika, dan Consumer Products Asia meningkatkan profit operasionalnya. Alasan utamanya adalah peningkatan margin disebabkan oleh harga bersih yang lebih tinggi dan pengurangan biaya, terutama di Eropa Barat. Pada semester kedua 2014, penghematan ini berkontribusi pada profit operasional dan kondisi pasar sedikit meningkat.

Keuntungan yang dipengaruhi oleh *one-time income* dan perubahan nilai mata uang

Dibandingkan dengan tahun 2013 (157 juta euro), profit meningkat menjadi 303 juta euro. Tanpa *goodwill impairment* pada 2013 dan pemasukan *one-time pension* pada 2014, profit akan menurun sebesar 21,1%. Koreksi *one-time items* dan efek negatif kurs mata uang, akan mengakibatkan penurunan profit sebesar 13,1%.

Aliran uang operasional yang lebih rendah

Aliran kas dari kegiatan operasional jatuh ke 545 juta euro (2013: 588 juta euro). Pada 2014, aliran uang kas keluar untuk investasi adalah senilai 618 juta euro (2013: 576 juta euro). Pada 2014, nominal senilai 656 juta euro diinvestasikan untuk kapasitas produksi dan di efisiensi, serta pengembangan kualitas. Sebagai tambahan, 28 juta euro diinvestasikan untuk akuisisi perusahaan keju Orange dan DEK, keduanya berlokasi di Italia, dan Olam di Pantai Gading.

Penambahan nilai untuk para anggota peternak susu

Pada 2014, pada puncak harga standar, nominal sejumlah 277 juta euro (2013: 282 juta euro) dibagikan kepada anggota peternak susu, di mana *performance premium*-nya tercatat senilai 176 juta euro (1,86 euro per 100 kilogram susu tidak termasuk PPN). Distribusi *member bonds* pada 2014 sejumlah 101 juta euro (1,07 euro per 100 kilogram susu tidak termasuk PPN). Total penambahan nilai guna perusahaan per 100 kilogram susu sekitar 2,93 euro (2013: 3,04 euro), atau turun sebesar 3,6%.

Gambaran Umum

Pada level global, pasokan susu mentah dan permintaan untuk produk-produk susu membentuk keseimbangan yang sulit. Setelah lebih dari 30 tahun, kuota susu untuk peternak susu di Uni Eropa akan berakhir pada 1 April 2015. Di seluruh dunia, volume pasokan susu yang dipasok selama 2015 diharapkan akan meningkat sebesar 2-4% dari tahun 2014.

Diantisipasikan bahwa pada 2015 akan ada sedikit peningkatan untuk permintaan produk susu. Harapannya adalah bahwa akan kelas menengah di kawasan Afrika dan Asia akan berkembang, yang berujung pada perbaikan ekonomi. Harga produk susu yang lebih rendah memungkinkan para konsumen di pasar negara berkembang mampu membeli lebih banyak produk susu. Mata uang Euro yang relatif lebih murah membuat produk susu dari zona Euro akan lebih mampu bersaing dengan produsen susu dari negara dengan mata uang yang berbeda, sehingga akan lebih banyak produk susu yang diekspor. Kebutuhan China akan produk susu dan bahan baku sulit diprediksi. Akankah, atau kapankah, pemboikotan Rusia terhadap produk agrikultur Barat dicabut, sama sulitnya untuk diprediksi. Namun begitu, sekalipun pemboikotan telah tiada, permintaan dari Rusia tentunya sulit untuk kembali membaik. Konsumen di Eropa akan tetap sadar harga dan, hasil dari rentetan situasi ini, persaingan dari pemasok lain dan *private label* akan terus meningkat.

Pada 2015, FrieslandCampina mengantisipasi pertambahan volume *Infant Nutrition* di Asia dan Afrika dan juga mengharapakan bahwa, volume *Infant Nutrition* akan setara

dengan bahan makanan dan minuman berbahan dasar susu lainnya. Perbaikan pertumbuhan *Dairy-based Beverages* akan terjadi khususnya di luar wilayah Eropa. Pengeluaran dalam periklanan dan promosi akan meningkat untuk mendukung pertumbuhan ini dan menguatkan posisi *brand* dan pangsa pasar. Pengeluaran untuk riset dan pengembangan akan sedikit meningkat. Investasi pada infrastruktur dan kapasitas produksi diperkirakan sebesar sekitar 600 juta euro.

Dalam kondisi yang tidak menentu seperti disebutkan, FrieslandCampina tidak memberikan prediksi yang pasti mengenai hasil yang diharapkan pada 2015. Apabila melihat dalam jangka waktu panjang, pandangan ini tetap positif. Dengan meningkatnya populasi dunia dan kesejahteraan di banyak daerah, permintaan akan makanan — terutama makanan yang bernilai gizi tinggi termasuk produk-produk susu—akan tetap meningkat.

Pedoman angka

dalam juta euro kecuali dicatat berbeda

	2014	2013	Δ%
Hasil			
Pendapatan	11.348	11.281 ¹	0,6
Laba usaha sebelum <i>one-time items</i> ²	412	513	-19,7
Laba usaha sebelum <i>one-time items</i> dan efek tukar mata uang	458	513	-10,7
Laba usaha	489	313	56,2
Laba tanpa <i>one-time items</i>	258	327	-21,1
Laba tanpa <i>one-time items</i> dan efek tukar mata uang	284	327	-13,1
Laba	303	157	93,0
Laporan posisi keuangan			
Total aktiva	7.676	7.112	7,9
Ekuitas	2.823	2.631	7,3
Utang bersih ³	981	696	40,9
Total ekuitas terhadap total aktiva (%)	36,8	37,0	
Arus kas			
Arus kas bersih dari aktivitas usaha	545	588	-7,3
Arus kas bersih dari aktivitas investasi	-618	-576	-7,3
Investasi			
Investasi	656	559	17,4
Harga bagi anggota peternak sapi perah			
dalam euro per 100 kg susu (di luar PPN, pada 3,47% protein, 4,41% lemak dan 4,51% laktosa)			
Standar harga	39,38 ⁴	39,45	-0,2
Premi kerja	1,86	1,81	2,8
Premi meadow milk	0,29 ⁵	0,31	
Suplemen khusus	0,10	0,10	
Harga tunai	41,63	41,67	-0,1
Reservasi keanggotaan	1,07	1,23	-13,0
Harga susu	42,70	42,90	-0,5
Bunga sewa bagi anggota	0,42	0,37	13,5
Laba sewa	1,93	0,45	328,9
Harga kerja	45,05	43,72	3,0
Informasi tambahan			
Karyawan (jumlah rata-rata dari FTEs)	22.186	21.186	4,6
Jumlah kecelakaan dengan cuti sakit (per 200.000 jam kerja)	0,33	0,62	
Jumlah anggota peternakan sapi perah pada akhir tahun	13.696	13.887	-1,4
Jumlah anggota peternak sapi perah pada akhir tahun	19.054	19.224	-1,0
Total susu olahan (dalam juta kg)	10.716	10.659	+0,5
Susu yang disediakan oleh anggota peternak sapi perah (dalam juta kg)	9.453	9.261	2,1

1. Pendapatan bersih tahun 2013 telah disesuaikan karena perubahan kebijakan akuntansi tentang biaya iklan promosi. Hal ini tidak mempengaruhi laba usaha.
2. *One-time items* adalah pendapatan pensiun sebesar EUR 131 juta, laba pembukuan EUR 20 juta sebagai dampak dari kebakaran di Gerkesklooster dan pengeluaran EUR 20 juta akibat diumumkannya penutupan fasilitas produksi di Belgia pada 2014 dan penurunan nilai properti pada 2013.
3. Utang bersih terkait kewajiban dengan bunga tidak lancar, kewajiban kepada kreditur, sisa kewajiban dan piutang dari asosiasi perusahaan dikurangi kas dan setara kas yang tersedia untuk digunakan.
4. Harga tanggungan bersih sebesar EUR 39,29 dan pemberesan EUR 0,09 untuk taksiran yang terlalu rendah selama 2014.
5. Anggota peternak sapi perah yang menempatkan sapi mereka di padang rumput menerima premi susu padang rumput dari EUR 0,50 per 100 kg susu. Rata-rata harga susu semua anggota FrieslandCampina ini adalah EUR 0,29 per 100 kg susu.
6. Suplemen khusus menyangkut jumlah total yang dibayarkan per 100 kg susu Landliebe (EUR 1,00) dan perbedaan antara harga dasar susu organik (EUR 0,29) dan harga tertanggung. Rata-rata harga susu semua anggota FrieslandCampina ini adalah EUR 0,10 per 100 kg susu.

Pengembangan per kelompok usaha

Consumer Products Europe, Middle East & Africa

- Volume di bawah tekanan karena harga jual yang relatif tinggi, konsumsi susu menurun di Belanda, dan pemutusan kontrak.
- Pendapatan dari pihak ketiga turun disebabkan kenaikan harga yang tidak dapat sepenuhnya mengimbangi penurunan volume.
- Laba usaha meningkat karena kenaikan harga dan pengurangan biaya yang dihasilkan dari restrukturisasi di Belanda, Jerman, Belgia, dan Hungaria.
- Pasar saham di bawah tekanan untuk Belanda, Jerman, Belgia, dan Nigeria.

Pedoman angka (dalam juta euro)	2014	2013	Δ%
Pendapatan dari pihak ketiga	3.863	3.937	-1,9
Persediaan internal	351	246	
Laba usaha sebelum <i>one-time items</i> ⁷	260	247	5,3
Laba usaha	240	20	
Laba usaha terhadap pendapatan dari pihak ketiga (%)	6,2	0,5	
Karyawan (jumlah rata-rata dari FTEs)	7.931	8.198	-3,3
Volume	↓	↓	

Consumer Products Asia

- Pertumbuhan lebih lanjut dari nutrisi bayi Friso di hampir setiap negara.
- Pendapatan dan pertumbuhan laba usaha di China dan Hong Kong.
- Laba usaha naik 13,8%
- Efek tukar mata uang negatif terhadap pendapatan dan hasil.

Pedoman angka (dalam juta euro)	2014	2013	Δ%
Pendapatan dari pihak ketiga	2.369	2.274	4,2
Persediaan internal	18	19	
Laba usaha	438	385	13,8
Laba usaha terhadap pendapatan dari pihak ketiga (%)	18,5	16,9	
Karyawan (jumlah rata-rata dari FTEs)	7.077	6.430	10,1
Volume	↓	↑	

Cheese, Butter & Milkpowder

- Harga komoditas menurun drastis akibat peningkatan pasokan susu dan kemunduran dalam penjualan oleh sebab permintaan susu bubuk yang semakin rendah di Cina dan Asia Tenggara ditambah pemboikotan di Rusia.
- Hasil negatif dikarenakan harga jual yang lebih rendah dari standar harga.
- Biaya dikurangi untuk mengimbangi tekanan pada margin.
- Perusahaan asuransi mengkompensasi kerusakan akibat kebakaran FrieslandCampina Cheese di Gerkesklooster.

Pedoman angka (dalam juta euro)	2014	2013	Δ%
Pendapatan dari pihak ketiga	2.904	2.831	2,6
Persediaan internal	658	531	
Laba usaha sebelum <i>one-time items</i> ⁷	-111	81	-237,0
Laba usaha	-91	81	-212,3
Laba usaha terhadap pendapatan dari pihak ketiga (%)	-3,1	2,9	
Karyawan (jumlah rata-rata dari FTEs)	2.736	2.659	2,9
Volume	↑	↑	

7. Laba usaha sebelum *one-time items* terkait restrukturisasi biaya di Belgia tahun 2014 serta penurunan nilai properti dan biaya restrukturisasi di Belanda tahun 2013.

8. Laba usaha sebelum *one-time items* di 2014 terkait laba pembukuan sebesar EUR 20 juta akibat kebakaran di Gerkesklooster.

Ingredients

- Lemahnya permintaan bahan dasar susu ditambah dengan pasokan yang semakin besar memberikan tekanan terhadap harga penjualan dan margin.
- Penundaan kapasitas baru pengolahan.
- Pengurangan biaya dan efisiensi berkontribusi terhadap hasilnya.
- Investasi lebih lanjut dalam pengembangan kapasitas.

Pedoman angka (dalam juta euro)	2014	2013	Δ%
Pendapatan dari pihak ketiga	1.750	1.801	-2,8
Persediaan internal	533	468	
Laba usaha	179	241	-25,7
Laba usaha terhadap pendapatan dari pihak ketiga (%)	10,2	13,4	
Karyawan (jumlah rata-rata dari FTEs)	3.101	3.002	3,3
Volume	↓	↑	

Royal FrieslandCampina

Setiap hari Royal FrieslandCampina menyediakan makanan yang kaya akan nutrisi berharga untuk sekitar 1 miliar konsumen di seluruh dunia. Dengan pendapatan tahunan EUR 11,3 miliar, FrieslandCampina menjadi salah satu dari lima perusahaan susu terbesar di dunia.

FrieslandCampina memasok produk konsumen seperti minuman berbasis dasar susu, nutrisi bayi, keju, dan makanan penutup di banyak negara Eropa, Asia, dan Afrika. Produk-produk yang juga dipasok bagi pelanggan profesional, termasuk krim dan mentega untuk perusahaan roti dan catering. FrieslandCampina juga memasok bahan dasar dan produk setengah jadi untuk produsen nutrisi bayi, industri makanan, dan sektor farmasi di seluruh dunia.

FrieslandCampina memiliki kantor di 32 negara dan mempekerjakan total sekitar 22.000 orang. Produk-produk FrieslandCampina dipasarkan di lebih dari 100 negara. Kantor pusat Perusahaan berada di Amersfoort. Aktivitas FrieslandCampina dibagi menjadi empat kelompok bisnis yang berorientasi pada pasar: Produk Konsumen Eropa, Timur Tengah, & Afrika; Produk Konsumen Asia; Keju, Mentega, & Susu Bubuk; serta Bahan Baku. Perusahaan ini dimiliki sepenuhnya oleh Koperasi Susu FrieslandCampina U.A, dengan lebih dari 19.000 anggota peternak sapi perah di Belanda, Jerman, dan Belgia sebagai salah satu koperasi susu terbesar di dunia. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi: www.frieslandcampina.com.