





Chocolate & Confectionery ■ "1999 saw the best performance for the Confectionery Business Unit since its inception; it saw the fury of growth in turbulent times but we made it happen."

Ganesan Ampalavanar, Commercial Manager, Confectionery Business Unit

Canned Liquid Drinks ■ "The change from 185ml to 240ml can (for canned NESCAFÉ and MILO) was in response to our consumers' request, and presents very competitive value for a nutritious and refreshing drink, in a class-leading package design."

Malcolm Hunter, Finance Director, Nestlé (Malaysia) Berhad

new businesses gain momentum in 1999

perniagaan baru semakin berkembang pada tahun 1999



Coklat & Konfeksi ■ "Tahun 1999 adalah tahun yang paling cemerlang dari segi prestasi bagi Unit Perniagaan Konfeksi sejak ia ditubuhkan; unit ini meningkatkan pertumbuhan walaupun dalam keadaan mencabar dan kami tetap mencapai matlamat."

Ganesan Ampalavanar, Pengurus Komersil, Unit Perniagaan Konfeksi

Minuman Bertin ■ "Pertukaran dari tin 185 ml kepada 240 ml (bagi MILO dan NESCAFÉ bertin) adalah permintaan oleh para pengguna, dan ini memberi lebih nilai saingan bagi minuman yang berkhasiat serta menyegarkan, dalam corak pembungkusan yang bertaraf tinggi."

Malcolm Hunter, Pengarah Kewangan, Nestlé (Malaysia) Berhad

Leader in Food Technology, Research and Development

Top left: Suraynee Kamaruddin checking ingredient composition to meet all safety requirements.

Top right: Mohd Rajib ensuring production process runs smoothly.

Bottom right: Noorhayati checking packaging of Smarties, a favourite amongst children.

Terulung dalam Teknologi Makanan, Penyelidikan dan Pembangunan

Atas kiri: Suraynee Kamaruddin meneliti komposisi ramuan bagi memenuhi syarat keselamatan.

Atas kanan: Mohd Rajib memastikan proses pengeluaran berjalan lancar.

Bawah kanan: Noorhayati meneliti pek Smarties, coklat kegemaran kanak-kanak.