

Annual Report 2000 *Laporan Tahunan*



■ COVER RATIONALE **RASIONAL MUKA KULIT**



At Nestlé, we are dedicated to providing the very best to shareholders and consumers by offering a variety of high quality, safe food products at affordable prices. Nestlé has identified four strategic pillars to achieve worldwide growth. The four images on the cover represent the four pillars, and in the 2000 annual report, the first image is focused on consumer communication.

Central to consumer communication is building our knowledge of consumers. This gives us valuable insight and an understanding of their needs. There is a strategic advantage in being close to consumers and being able to communicate directly with them for valuable feedback.

The second image represents product availability. Our products must be at every point of purchase for the convenience of consumers – whenever, wherever, however.

The third image symbolises low cost, highly-efficient operations. A notable example is the Nestlé Malaysia National Distribution Centre, which centralises the entire warehousing and distribution network serving both domestic and export markets. This achieves optimal efficiency plus effectiveness in logistics and distribution.

The fourth image depicts Nestlé's commitment to research and development through renovation and innovation. As consumer needs change, Nestlé must also be able to adapt to these needs and continually provide products that meet their lifestyle in terms of nutrition, taste, quality and convenience.

Di Nestlé, kami berdedikasi untuk memberi yang terbaik kepada para pemegang saham dan pengguna dengan menawarkan pelbagai produk yang selamat dan bermutu tinggi pada harga yang berkemampuan. Nestlé telah mengenalpasti empat tunggak strategi untuk mencapai pertumbuhan pesat di serata dunia. Kesemua empat imej yang terdapat pada muka kulit laporan tahunan ini menggambarkan tunggak tersebut, dan di dalam laporan tahunan 2000, imej pertama mencerminkan penumpuan kami terhadap komunikasi pengguna.

Teras kepada komunikasi pengguna ialah membina pengetahuan lebih mendalam dan memahami keperluan mereka. Mendampingi pengguna dan kemampuan untuk berhubung terus bagi mendapat maklum balas pengguna adalah strategi penting Nestlé.

Imej kedua menggambarkan kemudahan bagi mendapat produk Nestlé. Produk kami mudah diperolehi oleh pengguna pada bila-bila masa, di mana jua melalui pelbagai cara.

Imej ketiga melambangkan operasi kos rendah yang cekap. Contoh paling ketara ialah Pusat Pengedaran Nasional Nestlé di Malaysia yang memusatkan keseluruhan rangkaian penyimpanan dan pengedaran untuk pasaran domestik dan eksport. Usaha ini menghasilkan kecekapan optima serta keberkesanan dalam logistik dan pengedaran.

Imej keempat menggambarkan komitmen Nestlé dalam bidang penyelidikan dan pembangunan melalui renovasi dan inovasi. Apabila keperluan pengguna berubah, Nestlé mesti berupaya menyesuaikan keluaran produk bagi memenuhi cara hidup pengguna di segi khasiat, rasa, kualiti dan kemudahan.

■ contents

kandungan

2-3	A matter of trust Keyakinan
4-5	Building on consumer insights Mendalami keperluan pengguna
6-7	A lifelong relationship Perhubungan yang berkekalan
8-9	Talking direct Hubungan terus
10-11	Satisfaction guaranteed Kepuasan terjamin
12-13	The right strategy Strategi tepat
14-15	Highlights Detik-detik menarik
16	Corporate information Maklumat korporat
17-18	Chairman's statement Penyata pengerusi
19-22	Business review Kajian semula perniagaan
23	Notice of meeting Notis mesyuarat
24	Group financial highlights Maklumat kewangan kumpulan
25	Contents of financial statements Kandungan penyata kewangan
27-78	Financial statement Penyata kewangan
79-80	Corporate governance Peraturan korporat
81	List of properties held at 31 December 2000 Senarai harta-harta pada 31 Disember 2000
82	Shareholding statistics as at 1 March 2000 Perangkaan pegangan saham pada 1 Mac 2000
83	Financial performance Prestasi kewangan
84-85	5 Years statistics Perangkaan 5 tahun
86	Other information Lain-lain maklumat
87	Proxy form Borang perwakilan