



Nestlé, Nourishing Malaysia

Fulfilling Our Social, Economic and
Environmental Commitments

Nestlé, Menjana Khasiat Malaysia

Menunaikan Komitmen Sosial, Ekonomi dan Alam Sekitar



Good Food, Good Life

*For further information, please contact /
Untuk maklumat lanjut, sila hubungi :*

Nestlé (Malaysia) Berhad 110925-W
Group Corporate Affairs Department
Nestlé House
4, Lorong Persiaran Barat
46200 Petaling Jaya
Selangor, Malaysia
Tel: +603-7965 6000 Fax: +603-7965 6767
Nestlé Consumer Services
Free Phone: 1-800-88-3433
Website: www.nestle.com.my

From the Managing Director

Daripada Pengarah Urusan

As we grow with the nation, we value the trust Malaysians have in Nestlé and we will continue to nurture and strengthen that bond by bringing you and your loved ones our promise of *Good Food, Good Life*

Kami akan berkembang dengan negara dan sentiasa menghargai kepercayaan warga Malaysia kepada Nestlé. Kami akan terus memupuk dan mengeratkan hubungan melalui janji kami untuk menyampaikan Good Food, Good Life

"To Nestlé, Corporate Social Responsibility is not something that is imposed from the outside, but it is an inherent part of the Nestlé business strategy and Nestlé Business Principles, which guide the way we operate." ~ Mr Brabeck-Letmathe, Chairman and CEO of Nestlé S.A.

Across the globe, Nestlé helps enrich the lives of communities where we operate by creating value and wherever possible attain the objectives of the UN Millennium Development Goals. The Millennium Development Goals focus on poverty reduction, education, health for women, children and the reduction of pandemics such as HIV/AIDS.

Nestlé has nourished Malaysians since 1912. Through the years, generations of consumers have trusted Nestlé not only for its quality brands and products but also for its commitment to improve the lives of the local community.

We are firmly committed to our social responsibilities and have strived to fulfil our social, economic and environmental obligations for the benefit of the community at large. Nestlé Malaysia has achieved this by providing economic and educational

opportunities as well as improving the health and well-being of those in need, working in partnership with relevant government agencies, non-governmental organisations and other third parties.

This publication outlines our efforts and initiatives in meeting our corporate social responsibility. It is testimony of our holistic approach to nourish Malaysia, beyond being a provider of good food.

As we grow with the nation, we value the trust Malaysians have in Nestlé and we will continue to nurture and strengthen that bond by bringing you and your loved ones our promise of *Good Food, Good Life*.

Sullivan O'Carroll

Managing Director / Pengarah Urusan



"Bagi Nestle, tanggungjawab sosial korporat bukan sesuatu yang dikuasai dari tekanan luar tetapi ia sesuatu yang sehati dalam perniagaan strategik syarikat serta prinsip perniagaan Nestlé, yang memberi panduan kepada operasi kami." ~ Encik Peter Brabeck-Letmathe, Pengerusi dan Ketua Pegawai Eksekutif, Nestlé S.A.

Di serata dunia, Nestlé berusaha meningkatkan taraf kehidupan komuniti di mana syarikat beroperasi dan menunaikan objektif "UN Millenium Development Goals". "Millennium Development Goals" tertumpu kepada mengurangkan kemiskinan, pendidikan, kesihatan wanita, kanak-kanak dan mengurangkan penyakit berjangkit seperti HIV/AIDS.

Nestlé telah menjana khasiat warga Malaysia sejak tahun 1912 dan generasi demi generasi pengguna telah menaruh kepercayaan kepada Nestlé bukan sahaja kerana jenama dan produknya tetapi juga kerana komitmen syarikat terhadap peningkatan kehidupan masyarakat tempatan.

Kami tetap berkomited terhadap tanggungjawab sosial dan berusaha menunaikan komitmen sosial, ekonomi dan alam sekitar bagi kebaikan masyarakat seluruhnya. Nestlé Malaysia telah mencapai komitmen ini dengan memberi peluang dalam bidang ekonomi dan pendidikan serta peningkatan kesihatan dan kesejahteraan kepada golongan yang memerlukan dengan sokongan dari badan-badan kerajaan dan bukan kerajaan yang relevan.

Penerbitan ini menerangkan usaha-usaha kami dalam menunaikan tanggungjawab sosial korporat. Ia adalah bukti kepada cara menyeluruh kami menjana khasiat Malaysia, melebihi batas mengeluarkan produk makanan yang baik.

Kami akan berkembang dengan negara dan sentiasa menghargai kepercayaan warga Malaysia kepada Nestlé. Kami akan terus memupuk dan mengeratkan hubungan melalui janji kami untuk menyampaikan Good Food, Good Life.

Nourishing our Future

Menjana Masa Depan Kita

Children are our gift for the future. Recognising this, Nestlé has invested in the young generation of today to build a strong foundation for the leaders of tomorrow. Working closely with the Ministry of Education, relevant NGOs and professional organisations, Nestlé together with its brands MILO, MAGGI, NESPRAY, KOKO KRUNCH, etc have contributed extensively in the development of education from pre-school to institutes of higher learning.

The **“Click into English” programme**, an initiative with the Ministry of Education and the British Council helps lower secondary schoolchildren in rural areas improve their English in a fun and interactive way.

Nestlé Learning Corners have been established in several schools for the physically and mentally challenged children to provide an opportunity for special children to have access to various learning materials suitable to their educational level.

Primary schoolchildren are encouraged to participate in the **Healthy Schools Campaign** which highlights the importance of good nutrition and active lifestyles. This campaign was patterned after the World Health Organisation’s “Global Healthy Schools Initiative” and a follow-up from the Nestlé commissioned survey on the nutritional habits of 12,000 schoolchildren conducted by UKM in 2001.

Kanak-kanak adalah kurniaan masa depan kita. Dengan hakikat ini, Nestlé telah melabur dalam generasi hari ini untuk menubuhkan asas yang kukuh bagi pemimpin-pemimpin masa depan. Bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan, badan-badan bukan kerajaan dan organisasi profesional yang relevan, Nestlé bersama dengan jenama MILO, MAGGI, NESPRAY, KOKO KRUNCH dan lain-lain telah menyumbang dalam perkembangan pendidikan dari pra-sekolah ke institut pengajian tinggi.

*Program **“Click into English”**, inisiatif bersama Kementerian Pelajaran dan British Council membantu murid-murid sekolah menengah rendah di kawasan desa meningkatkan penggunaan bahasa Inggeris dengan cara lebih menarik dan interaktif.*

Sudut Pendidikan Nestlé telahpun ditubuhkan di beberapa buah sekolah untuk kanak-kanak yang kelainan upaya dan terencat akal untuk memberi mereka peluang untuk belajar dengan menggunakan kaedah-kaedah pendidikan yang bersesuaian.

*Kanak-kanak di sekolah rendah digalakkan menyertai **Kempen Sekolah-Sekolah Sihat** yang memberi keutamaan dalam bidang pemakanan dan gaya hidup sihat. Kempen ini mencontohi inisiatif Badan Kesihatan Sedunia (WHO) dan adalah susulan kajian usahasama antara Nestlé dan UKM tahun 2001 di mana 12,000 murid-murid sekolah rendah dikaji tentang tabiat makanan mereka.*

The "Click into English" winning class from Kedah, won a study trip to Kuala Lumpur.

Kelas Pemenang program "Click into English" dari Kedah memenangi lawatan sambil belajar ke Kuala Lumpur.



The Nestlé Learning Corner comes complete with computer facilities and audio-visual equipment with educational software.

Sudut Pendidikan Nestlé dilengkapi kemudahan komputer dan peralatan pandang dengar yang dimuatkan dengan perisian pendidikan.

The Healthy Schools Campaign saw a host of activities being held to encourage healthy and active lifestyles among primary school children, including an aerobics competition.

Kempen Sekolah-Sekolah Sihat telah menganjurkan berbagai acara untuk menggalakkan aktiviti sihat dan cergas di kalangan kanak-kanak sekolah rendah, termasuk pertandingan senamrobik.



Nestlé Pals rejoice the return of outdoor play activities in the PAL “Play and Learn” campaign.

Nestlé Pals mengalu-alukan aktiviti permainan luaran di dalam kempen PAL “bermain sambil belajar”.



MILO “Grow with Sports” campaign promotes positive sporting values among the youth. The campaign is endorsed by the National Fitness Council and the Ministry of Education.

Kempen MILO “Berkembang dengan Sukan” menggalakkan nilai-nilai murni sukan di kalangan belia. Kempen tersebut disokong oleh Majlis Kecergasan Negara dan Kementerian Pelajaran.

Nourishing Healthy Lifestyles

Menjana Gaya Hidup Sihat

As the trusted and respected Food, Nutrition, Health and Wellness company, Nestlé is mindful that maintaining a healthy lifestyle goes beyond a good diet. Keeping physically active, adequate rest and work-life balance also contribute to a healthy life.

As an extension of the Healthy Schools Campaign, Nestlé initiated **PAL – a “play & learn” campaign** targetted at children to encourage them to engage more in safe outdoor activities. Working with local communities and volunteers, Nestlé hopes the campaign will create awareness amongst parents, caregivers and children that play is also an essential part of the learning process while keeping the children actively fit.

The long-standing collaboration between MILO and the National Sports Council, as well as other sports organisations have helped to nurture many national champions. Recently, MILO launched the **“Grow with Sports” campaign** to promote the positive values that sports can offer such as teamwork, confidence and discipline, among others.

Nestlé’s active involvement in the **National Fitness Council**, a government initiative led by the Ministry of Youth & Sports, is also testimony of our commitment in encouraging Malaysians to lead healthy lifestyles.

Sebagai syarikat makanan, pemakanan, kesihatan dan kesejahteraan yang dipercayai dan disanjung, Nestlé akui bahawa kehidupan yang sihat merangkumi lebih dari makanan yang baik. Mengamalkan aktiviti fizikal, rehat yang mencukupi dan mencari imbalan antara kerja dan kehidupan boleh memberi kesan kepada gaya hidup sihat.

Sebagai satu aktiviti sampingan Kempen Sekolah-Sekolah Sihat, Nestlé telah mengenalkan **PAL – “play and learn” atau kempen bermain sambil belajar** untuk mengalakkan kanak-kanak meluangkan lebih masa bermain di luar rumah. Bekerjasama dengan masyarakat setempat dan sukarelawan, Nestlé berharap bahawa kempen ini akan memberi kesedaran kepada ibubapa dan kanak-kanak bahawa bermain adalah satu cara kanak-kanak boleh belajar sambil mencergaskan tubuh.

Usahasama MILO dengan Majlis Sukan Negara dan organisasi sukan yang lain telah membantu negara memupuk ramai juara atlet kebangsaan. Baru-baru ini, MILO telah melancarkan **“Grow with Sports” atau kempen “Berkembang dengan Sukan”** untuk mempromosikan nilai-nilai murni sukan sebagai kerja berkumpulan, keyakinan diri, disiplin dan lain-lain.

Penglibatan aktif Nestlé bersama **Majlis Kecergasan Negara**, satu usaha kerajaan yang dipimpin oleh Kementerian Belia & Sukan adalah bukti komitmen syarikat dalam mengalakkan warga Malaysia mengamalkan gaya hidup sihat.

Nourishing the Community

Menjana Masyarakat

In line with the UN Millennium Development Goals to “eradicate extreme poverty and hunger” as well as “promote gender equality and empower women”, Nestlé strives to meet the needs of the underprivileged community. Although Malaysia does not need to address the problem of “extreme poverty and hunger”, there are pockets of the population who require adequate nourishment and economic assistance to improve their lives.

Currently, Nestlé Malaysia provides **monthly food aid** to 28 organisations including orphanages, old folks homes, schools for special children, health bodies and other charitable organisations. The food aid of MILO, milk powder, cereals and other nutritious products help provide the necessary nourishment for this underprivileged group.

Working with a woman’s NGO, Nestlé has helped **improve the economic status of single mothers** by providing them with the necessary skills to weave baskets from used newspapers and magazines. The women are able to sell these environmentally friendly baskets to be used as gift hampers to corporations such as Nestlé for a reasonable profit.

The rural community is not left out. Nestlé, working with reputable international NGOs have established much needed **kindergartens in rural areas** in the interior of Sabah to ensure that young children in the rural areas are also given equal opportunities in education.

During **natural disasters** such as landslides and floods, Nestlé is always on hand to provide relief to rescue workers, victims and volunteers by offering food and beverages as nourishment.

Antara Matlamat Pembangunan Milinium PBB ialah untuk menghapuskan kemiskinan dan keburlan serta mempromosikan keadilan antara jantina dan memberi kuasa kepada wanita. Nestlé berusaha untuk memenuhi matlamat-matlamat ini dengan membantu golongan-golongan masyarakat yang memerlukan khasiat pemakanan dan bantuan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup mereka.

*Masa kini, Nestlé Malaysia membekalkan **bantuan makanan bulanan** kepada 28 organisasi termasuk rumah anak yatim, rumah warga emas, sekolah kanak-kanak istimewa, badan-badan kesihatan dan lain-lain organisasi amal. Bantuan makanan seperti MILO, susu tepung, bijirin dan produk berkhasiat yang lain memberi khasiat yang diperlukan oleh golongan yang kurang bernasib baik ini.*

*Bekerjasama dengan badan bukan kerajaan wanita, Nestlé telah **meningkatkan tahap ekonomi ibu-ibu tunggal** dengan memberi kemahiran untuk menganyam bakul dengan menggunakan surat khabar atau majalah terpakai. Ibu-ibu tunggal ini dapat menjual bakul-bakul mesra alam sekitar untuk digunakan sebagai barangan hadiah oleh badan-badan korporat seperti Nestlé.*

*Masyarakat pendalaman juga tidak diabaikan. Nestlé bekerjasama dengan badan-badan bukan kerajaan antarabangsa untuk **membina tadika di kawasan pendalaman** di Sabah bagi memastikan bahawa kanak-kanak di pendalaman tidak ketinggalan dalam mengejar pendidikan.*

*Apabila berlaku **kejadian bencana alam** seperti tanah runtuh atau banjir besar, Nestlé sentiasa berada di tempat kejadian untuk memberi khasiat makanan dan minuman kepada ahli-ahli penyelamat, mangsa-mangsa dan para sukarelawan.*

The Children of Kampung Liu in Sabah rejoicing over a new kindergarten presented by Nestlé in cooperation with Raleigh International.

Kanak-kanak di Kampung Liu, Sabah meraikan tadika baru yang disampaikan oleh Nestlé dengan kerjasama Raleigh International.



The weaved baskets by Salam Wanita generate income for single mothers.

Kerja tangan menganyam bakul oleh Salam Wanita menghasilkan pendapatan bagi ibu-ibu tunggal.

Working closely with the National Child Friendly Healthcare Association, Nestlé brings joy to children at the Paediatric Institute through fun activities and the sponsorship of a Toy Library.

Bekerjasama dengan Persatuan Kesihatan Mesra Kanak-Kanak Negara Malaysia, Nestlé membawa keriangan kepada kanak-kanak di Institut Pediatrik melalui aktiviti-aktiviti menarik dan tajaan Perpustakaan Permainan.





The 100 Days WellNes Challenge was an activity of the Internal WellNes Programme to encourage employees to eat healthily and keep fit.

Cabaran WellNes 100 Hari adalah satu aktiviti Program WellNes dalaman untuk menggalakkan warga kerja mengamalkan cara pemakanan yang sihat dan menjaga kesihatan tubuh badan.

Nestlé ROCKers raring to volunteer their time toward charitable causes.

Peserta Nestlé ROCKS bersemangat meluangkan masa untuk usaha-usaha kebajikan.



Nourishing Employees

Menjana Warga Kerja

As our corporate Ambassadors, our employees must deliver the promise of Good Food, Good Life in word and spirit. At Nestlé, employees enjoy various social benefits besides training and development, competitive remuneration and career advancement. It's not surprising that Nestlé employees continue to serve until they retire.

The company invests substantially in employee development and social activities to provide "wellness at work" amid a safe and comfortable working environment. The **Nestlé Recreation Clubs** at all work locations are subsidised by the company to engage employees in physical and social activities and to encourage healthier lifestyles. Furthermore, company events such as the annual family day and annual staff party provide opportunities for the employee and family members to interact and network in a less formal environment.

Taking "wellness @ work" a step further, Nestlé recently launched its **internal WellNes Programme** for employees. Efforts are ongoing to create better awareness internally about good eating habits, encourage regular physical exercise and generally learning more about nutrition, health and wellness.

The **employee volunteer programme, Nestlé R.O.C.K.s**, an acronym for "Reaching Out to Community and Kids" was recently launched to bring employees together to volunteer for worthy causes which the company supports. Volunteers are given 16 hours "time-off" for voluntary work in a year.

Sebagai wakil korporat syarikat, warga kerja Nestlé diwajibkan untuk menyampaikan hasrat "Good Food, Good Life" dalam segala ertikata. Di Nestlé, warga kerjanya menikmati berbagai kemudahan sosial selain daripada menerima latihan, gaji yang setanding dengan industri serta perkembangan karier. Tidak hairanlah sekiranya warga kerja Nestlé terus berkhidmat sehingga usia bersara.

Syarikat membuat pelaburan yang tinggi dalam pembangunan warga kerja dan juga aktiviti-aktiviti sosial untuk memberikan suasana kesejahteraan di tempat kerja. **Kelab-kelab Rekreasi Nestlé** di setiap lokasi menerima subsidi daripada syarikat untuk mengalakkan warga kerja untuk menghiburkan diri dan mengamalkan gaya hidup yang lebih sihat. Acara-acara tahunan seperti Hari Keluarga atau Jamuan Makan memberi peluang untuk pekerja-pekerja dan ahli keluarga berinteraksi dan bersuka ria dalam suasana yang kurang formal.

Kesejahteraan di tempat kerja mengambil satu lagi langkah baru-baru ini dengan pelancaran **program kesejahteraan bagi warga kerja**. Usaha-usaha sedang dijalankan untuk meningkatkan kesedaran di dalam syarikat mengenai tabiat makanan yang baik, menggalakkan senaman dan mempelajari bidang pemakanan, kesihatan dan kesejahteraan.

Program sukarelawan pekerja dengan akronim R.O.C.K.s bermaksud "Reaching Out to Community and Kids" atau Membantu Masyarakat dan Kanak-kanak dilancarkan sebagai peluang untuk pekerja-pekerja meluangkan masa untuk usaha-usaha kebajikan yang disokong oleh syarikat. Para sukarelawan diberi tempoh 16 jam setahun untuk kerja-kerja amal.

Nourishing the Environment

Menjana Alam Sekitar

Nestlé was one of the first companies to introduce a formal Environmental Management System (NEMS) in 1995 to integrate environmental aspects into the business. Thanks to a systematic approach of continuous improvement and the involvement of our employees, Nestlé has been able to achieve positive results in the key environmental performance indicators including reduction of water and energy, packaging reduction and reduction of emissions of ozone depleting substances.

Packaging is vital in any food product as it helps to protect and ensure the safety of the product for consumption. From cans to cartons, Nestlé is constantly challenged to find suitable quality packaging materials to meet the needs of an individual product and to avoid the use of materials which can harm the environment. Safety features are now common in packaging materials to avoid any contamination or tampering of the product.

Keeping in mind the 3Rs – **reduce, reuse and recycle**, Nestlé has initiated programmes among homemakers to encourage them to reduce, reuse or recycle their packaging materials. This activity has resulted in many creative ideas and better awareness on the benefits of practising the 3Rs.

Nestlé Agricultural Services has provided our **local farmers with the technical know-how on modern farming techniques** which are centred on long term agricultural sustainability. The close relationship enjoyed with the local farmers enables Nestlé's agronomists to educate them on the benefits of efficient farming systems which are environmentally friendly.

The company actively supports efforts by NGOs to **promote sustainable development or environmental conservation**. We work closely with the Worldwide Fund for Nature (WWF) in sustainable livelihoods programmes and various educational campaigns.

Nestlé merupakan antara syarikat yang pertama untuk memperkenalkan sistem pengurusan alam sekitar dalam tahun 1995 untuk mengintegrasikan aspek-aspek alam sekitar dengan perniagaan. Dengan usaha peningkatan yang berterusan dan penglibatan pekerja, Nestlé telah mencapai hasil yang positif dalam segala pencapaian prestasi alam sekitar termasuk mengurangkan air dan tenaga, mengurangkan pembungkusan dan mengurangkan kesan-kesan pencemaran yang memusnahkan lapisan ozon.

Pembungkusan adalah penting bagi produk makanan sebab ia membantu memelihara dan memastikan keselamatan sesuatu produk untuk dimakan. Dari tin hingga ke kotak, Nestlé sentiasa mencari peluang untuk mempertingkatkan kualiti bahan-bahan pembungkusan untuk memenuhi keperluan sesuatu produk dengan usaha untuk mengelakkan dari pencemaran alam sekitar. Ciri-ciri keselamatan juga menjadi kebiasaan dalam pembungkusan untuk mengelakkan dari sebarang pencemaran produk.

Amalan baik **mengurangkan, guna semula dan kitar semula** telah dilancarkan antara suri-suri rumah untuk menggalakkan mereka menggunakan bakat masing-masing untuk mengitar semula pembungkusan produk. Hasil-hasil aktiviti ini memuaskan sekali dengan banyak ide kreatif dan kesedaran tentang manfaat mengitar semula.

Khidmat Pertanian Nestlé telah **membantu peladang-peladang tempatan dengan pengetahuan teknikal tentang teknik perladangan yang moden dan baik** bagi pembangunan mampan sektor pertanian. Perhubungan erat dengan peladang-peladang telah memberi peluang bagi Nestlé untuk mendidik mereka tentang kebaikan sistem perladangan yang lebih cekap dan mesra alam.

Syarikat menyokong usaha-usaha badan-badan bukan kerajaan dalam **mempromosikan pembangunan mampan atau pemeliharaan alam sekitar**. Kami bekerja erat dengan organisasi WWF dalam program-program pendidikan dan hasil pencarian yang mampan.

Winners of the Green Moms Unite Mothers' Day contest among homemakers, with their recycled items.

Para pemenang Peraduan Kitar Semula sempena Hari Ibu di kalangan suri rumah, dengan barangan kitar semula yang mereka hasilkan.



Nestlé's packaging innovation and renovation programme ensures that efforts to reduce the environmental impact of packaging do not jeopardize the safety, quality and consumer acceptance of Nestlé products.

Program inovasi dan renovasi pembungkusan Nestlé memastikan bahawa usaha-usaha untuk mengurangkan impak pembungkusan terhadap alam sekitar tidak menjejaskan kualiti, keselamatan dan penerimaan pengguna terhadap produk Nestlé.

Nestlé Agricultural Services provides much rural community support to chili farmers in Kelantan, with the sharing of technical expertise to produce higher and better quality yields.

Khidmat Pertanian Nestlé memberi sokongan kepada petani-petani cili di Kelantan, menerusi tunjuk ajar teknikal untuk menjana hasil yang lebih berkualiti dan lumayan.





Nestlé maximises the use of local raw materials in its products wherever possible.

Nestlé memaksimakan penggunaan bahan-bahan mentah tempatan dalam produk-produknya.

The Nestlé-SMI Food Industry Mentoring Programme allows for participants to garner knowledge and skills to have a strong footing in the global market.

Program Mentoring Nestlé-SMI dalam Industri Makanan memberi peluang bagi para peserta memperoleh ilmu dan kemahiran untuk bersaing di pasaran global.



Nourishing the Economy

Menjana Ekonomi

For more than 90 years Nestlé has been a responsible employer, providing jobs to many Malaysians. Today, thousands of people owe their livelihoods to Nestlé either directly or indirectly, they may be a Nestlé employee at the factory or the chili farmer in the fields.

Over the years, **investments in Malaysia has grown** ~ starting from humble beginnings as a trading office at Weld Quay in Penang, the company has now extended to 6 sales offices, 7 manufacturing facilities and a Headoffice. Our growth is a reflection of the country's economic success and political stability.

Approximately **90% of our products are manufactured locally, maximising the use of local raw materials** wherever possible. Exports of made-in-Malaysia Nestlé products are increasing steadily and this has contributed positively to the local economy. With regional production facilities of infant cereals, KIT KAT and MILO based in Malaysia, Nestlé is in a strong position to meet the demands of the global Halal market.

As the leading food company in the world, Nestlé is expected to develop the local food industry to ensure its competitiveness in the global market. To this end, Nestlé has been actively assisting small-medium enterprises in the food industry through a **mentoring programme** which covers all aspects of the food industry from food regulations to marketing.

Sejak lebih daripada 90 tahun, Nestlé adalah majikan yang bertanggungjawab, membekalkan kerja bagi ramai warga Malaysia. Kini, beribu orang bergantung kepada Nestlé sebagai hasil pencarian secara langsung atau tidak langsung.

*Tahun demi tahun, **pelaburan di Malaysia telah meningkat** ~ bermula dari pejabat perniagaan yang kecil di Weld Quay, Pulau Pinang, syarikat telah berkembang kepada 6 pejabat jualan, 7 pusat pengeluaran dan Ibu pejabat. Perkembangan kami mencerminkan pencapaian cemerlang negara dalam bidang ekonomi dan kestabilan politik.*

*Lebih kurang **90% produk-produk Nestlé dikilangkan di Malaysia dengan memaksimumkan penggunaan bahan-bahan mentah tempatan**. Barangan Nestlé buatan tempatan ini juga kini dieksport ke seluruh dunia dan peningkatan eksport juga memberi kesan yang positif atas ekonomi tempatan. Dengan kemudahan kilang-kilang serantau bagi bijirin, KITKAT dan MILO di Malaysia, Nestlé berkemampuan untuk memenuhi keperluan pasaran Halal global.*

*Sebagai syarikat makanan terunggul di dunia, Nestlé perlu membantu pembangunan industri makanan tempatan supaya ianya mampu bersaing di pasaran antarabangsa. Dari segi ini, kami bekerjasama dengan pengusaha-pengusaha kecil dan sederhana yang terlibat dalam industri makanan untuk berkongsi kepakaran melalui **program "mentoring"**.*