

Nestlé nella Società
Creazione di Valore Condiviso
Profilo 2012 - Italia



PERSONE

AMBIENTE

COMUNITÀ

EDUCAZIONE

NUTRIZIONE E IDRATAZIONE



Good Food, Good Life

Oggi Nestlé è la prima azienda alimentare al mondo, con **468 unità** produttive distribuite in **86 Paesi**, circa **339.000 collaboratori**. Leader mondiale in Nutrizione, Salute e Benessere, Nestlé offre in tutto il mondo una vasta gamma di prodotti pensati per ogni momento della giornata, da mattina presto a notte fonda, dalla tenera infanzia fino alla terza età.

Nestlé è presente in Italia dal 1875 e oggi vi opera con realtà importanti come Nestlé Italiana, Purina, Sanpellegrino, che assieme impiegano circa **5.600** persone in **18 stabilimenti** produttivi (oltre alla sede di Milano) distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Come Gruppo siamo consapevoli che la nostra posizione nella società porti con sé allo stesso tempo opportunità e responsabilità e lavoriamo ogni giorno, insieme a Istituzioni locali e nazionali, come soggetto attivo di una complessa rete di relazioni che ci unisce reciprocamente alle comunità in cui ogni giorno operiamo e per le quali vogliamo creare valore.

Crediamo fermamente infatti che per crescere come azienda dobbiamo impegnarci in prima linea per fare in modo che la società in cui ogni giorno lavoriamo e di cui siamo espressione possa e debba crescere insieme a noi.

È questa la strategia che guida le nostre attività e che chiamiamo **Creazione di Valore Condiviso**. Significa per Nestlé creare valore a lungo termine non solo per l'azienda, ma anche per la comunità nella quale questa opera, a partire dai propri collaboratori.

Questo profilo raccoglie tutte le iniziative sviluppate da Nestlé in questa direzione in Italia nel 2012 e mette al centro le tematiche che rappresentano il DNA del Gruppo: la corretta nutrizione e idratazione, la relazione responsabile con gli animali da compagnia e la sostenibilità ambientale.

NUTRIZIONE E IDRATAZIONE

Osservatorio Nestlé-Fondazione ADI 2012	5
Dalla Ricerca Nestlé	6
Casa Buitoni	6
Nestlé Health Science	7
La Nutrition Revolution dei Cereali Nestlé	8
La corretta idratazione	9
La Ricerca Purina	13
Il mese del cucciolo	14
L'indagine a Scuola di PetCare®	15
Un Nutrizionista al tuo fianco	16

AMBIENTE

Nestlé Continuous Excellence (NCE) - lotta agli sprechi e spazio alle idee	19
L'impatto dei nostri processi produttivi	20
La logistica	23
Il ruolo del packaging	24

EDUCAZIONE

Partnership con il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia	29
Etichet-ti-amo	30
Food Coaching	31
App Buona La Vita	31
Nutrikid	32
WET - Water Education for Teachers	33
R_Generation	34
A Scuola di PetCare® Purina	35
Dog Training on line	37

PERSONE

La conciliazione tra vita familiare e lavorativa	39
Progetto 90 giorni e Asili Nido: i figli in azienda	40
Il telelavoro e il lavoro agile: oltre i confini dell'ufficio	41
Flessibilità dell'orario di lavoro e part-time	42
Tutela della maternità e della paternità	42
Nestlé & I: ascoltiamo le nostre persone	44
Sicurezza al primo posto	44
Il Calendario PetCare	45
"Tutti fuori tutti dentro"	45

COMUNITÀ

Progetto Axia: creare valore e condividere conoscenza	47
La Casa del Cioccolato Perugina	48
Sanpellegrino Campus	49
Sanpellegrino e l'italianità nel mondo: QR Code	49
L'impegno di Levissima	50
In a Bottle	51
Progetti idrici per l'Africa	52
Purina insieme alla Fondazione Musicale Santa Cecilia di Portogruaro	53
I servizi Purina per i proprietari di pet	54



Nutrizione e Idratazione

Come Gruppo leader al mondo in Nutrizione, Salute e Benessere siamo impegnati in prima linea per sviluppare e garantire un corretto approccio alla nutrizione, promuovere un'alimentazione equilibrata, una corretta idratazione e uno stile di vita sano, in tutte le fasi di vita e per tutta la famiglia, compresi gli animali da compagnia che vivono ogni giorno nelle nostre case.

Una ricerca costante garantita dal più grande network privato al mondo di ricerca applicata alla nutrizione, prodotti con profili nutrizionali bilanciati, specifici programmi e attività che hanno come obiettivo comune quello di diffondere i principi di una corretta nutrizione ed idratazione: sono queste le principali direttrici che seguiamo per assicurare ai nostri consumatori prodotti più gustosi e allo stesso tempo più salutari ed essere partner nutrizionali per scelte alimentari sempre più consapevoli.

Trend dati Osservatorio Nestlé-Fondazione ADI

Normopeso	Sovrappeso
54,2% del 2012	43,4% del 2012
53% del 2011	46% del 2010
51% del 2010	44% del 2011



Osservatorio Nestlé-Fondazione ADI 2012

Nato nel 2009, l'Osservatorio Nestlé-Fondazione ADI (Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica), rappresenta oggi **uno degli screening più completi in termini numerici e qualitativi mai realizzato in Italia sul tema della nutrizione e degli stili di vita**: un questionario di oltre 70 domande che ha coinvolto in 4 edizioni oltre 35 mila persone. Quest'ultima edizione ha raggiunto 9.582 partecipanti: 8.782 interviste sono state condotte su campione intervistato online e altre 800 interviste sono state fatte telefonicamente su un campione rappresentativo della popolazione per sesso, età, area geografica.

Dai risultati di quest'ultima edizione, per il 1° anno, emerge un trend positivo che rende merito alle molte campagne di sensibilizzazione in ambito di educazione alimentare: in crescita la percentuale di coloro che risultano normopeso, oggi al 54,2% del campione rispetto al 51% del 2010 e al 53% del 2011. Ancora alta la percentuale in sovrappeso o obesità (43,4%) ma comunque in calo rispetto al 46% del 2010 e al 44% del 2011. Cala anche la percentuale del campione in sottopeso oggi al 2,4%. A testimoniare il trend positivo è anche la maggior consapevolezza dell'importanza di alcune buone abitudini a tavola: aumentano coloro che seguono la **"regola dei 5 pasti"**, in particolare tra gli under 45 e le donne (4 su 10 fanno lo spuntino al mattino e 5 su 10 al pomeriggio).

L'Osservatorio Nestlé-Fondazione ADI si affianca alle altre numerose azioni concrete che Nestlé sostiene per diffondere le informazioni nutrizionali in modo sempre più vicino alle esigenze del consumatore.



La rete Nestlé dedicata
alla ricerca: il Nestlé Research
Center di Losanna
34 centri
circa 5.000 persone

Ricerca Nestlé e Casa Buitoni



Dalla Ricerca Nestlé

Il nostro Network di Ricerca, con 34 centri distribuiti in tutto il mondo e circa 5.000 persone impiegate è il più grande privato al mondo dedicato alla ricerca sulla nutrizione. Cuore di questa rete è il Nestlé Research Center (NRC) situato a Losanna, in Svizzera, che dal 1987 ospita un team multidisciplinare di esperti e ricercatori di diverse nazionalità. Grazie al lavoro dei nostri ricercatori possiamo continuamente migliorare i profili nutrizionali dei nostri prodotti e crearne di nuovi, in grado di rispondere alle nuove e specifiche esigenze nutrizionali.

Casa Buitoni

Uno di questi si trova in Italia, a Sansepolcro nel cuore della Toscana ed è la **Casa Buitoni**: dal 1992 chef ed esperti in nutrizione ogni giorno inventano e sperimentano nuove ricette, combinando i benefici nutrizionali degli ingredienti mediterranei nel rispetto della tradizione italiana ma anche delle nuove tendenze culinarie.

Casa Buitoni è dotata di una cucina sperimentale e di un impianto pilota dove esperti dei processi industriali, chef e nutrizionisti lavorano fianco a fianco ad un primo sviluppo dei prodotti, seguendone attentamente tutte le fasi di produzione. Ciascuna ricetta, dopo essere stata approvata, viene ricreata nel moderno impianto pilota per ottenere la qualità e il gusto dei prodotti fatti a mano. Specifici test microbiologici garantiscono inoltre che il processo di produzione vada di pari passo ai più elevati standard di qualità e sicurezza. Grazie alla sua posizione strategica, che le permette di usufruire nel contempo delle tradizioni del Nord e del Sud Italia, Casa Buitoni costituisce idealmente il punto d'incontro delle diverse cucine che caratterizzano il nostro Paese.

Nestlé Health Science

Nestlé nel 2011 ha creato **Nestlé Health Science** con l'obiettivo di puntare al primato nello sviluppo della Nutrizione Clinica personalizzata basata su forti evidenze scientifiche. Questa avventura è iniziata con l'acquisizione della divisione di Medical Nutrition di Novartis C.H. e continua oggi, sia attraverso acquisizioni strategiche, che con forti investimenti interni in ricerca e sviluppo, fra i quali l'inaugurazione a Losanna (Svizzera) del **Nestlé Institute of Health Science**.

Nestlé Health Science vanta una solida presenza in ambiente Ospedaliero ed Home Care grazie a:

- una gamma completa di alimenti a fini medici speciali destinati alla Nutrizione Artificiale Enterale (da somministrarsi con i relativi dispositivi medici)
- preparati destinati al Trattamento Nutrizionale di Patologie Debilitanti come la Malattia di Crohn
- Immuno Nutrizione che, grazie alla composizione a base di RNA, arginina ed acidi grassi, contribuisce a ridurre le complicanze post-operatorie, i tempi di degenza ed i relativi costi

Il portafoglio di Nestlé Health Science annovera anche numerosi preparati innovativi ideali per il Mondo Farmacia. Per approfondimenti: www.nestlehealthscience.it



Dal 2003 Nestlé CPW ha eliminato

9.141 tonnellate di zucchero

884 tonnellate di sale



La corretta nutrizione e idratazione

La Nutrition Revolution dei Cereali Nestlé

Per milioni di famiglie sarà più facile incrementare fin dal mattino l'assunzione di importanti nutrienti grazie all'impegno di **Cereal Partners Worldwide** (CPW), joint venture tra Nestlé S.A. e General Mills, che ha annunciato, entro la fine del 2015, una nuova composizione nutrizionale per il 95% dei prodotti per bambini e adolescenti.

L'impegno prevede per ogni porzione di **NESQUIK**, **CHEERIOS** e **CHOCAPIC** e altri prodotti nel mondo una riduzione del contenuto di zuccheri fino al 30%, l'incremento di cereali integrali che rappresenteranno l'ingrediente principale in tutte le nuove ricette, e l'aumento della quantità di calcio per porzione che raggiungerà almeno il 15% della dose giornaliera raccomandata (RDA) a seconda dei diversi Paesi. Questo impegno nella composizione nutrizionale, che viene assunto da tutti i mercati dove è presente Nestlé CPW, prevede dunque che tutti i brand rivolti ai bambini e ai ragazzi contengano 9g o meno di zuccheri e 135mg o meno di sodio per porzione (pari a 30g di cereali per la prima colazione senza latte, secondo la definizione dell'European Breakfast Cereal Association).

Negli ultimi anni Nestlé CPW ha aderito in maniera proattiva alle linee guida delle autorità competenti per la corretta nutrizione, in particolare dei bambini e si è impegnata nella ricerca scientifica per migliorare la profilazione nutrizionale dei propri cereali pronti per la prima colazione: dal 2003 Nestlé CPW ha infatti già eliminato, a livello globale, 9.141 tonnellate di zucchero, 884 tonnellate di sale e ha apportato oltre 3,4 miliardi di porzioni di cereali integrali attraverso i suoi prodotti. Questa nuova composizione nutrizionale sarà applicata a 27 brand a marchio Nestlé in tutto il mondo.

La corretta idratazione

Il Gruppo Sanpellegrino, da sempre consapevole dell'importanza di una corretta idratazione per il benessere dell'organismo, lavora da anni con l'obiettivo di valorizzare e tutelare la risorsa acqua, la sostanza più preziosa e importante della nostra vita, facendosi promotore di "un'educazione all'idratazione".

Per questo motivo è stato istituito l'**Osservatorio Sanpellegrino**, composto da un gruppo di professionisti esperti in diverse discipline scientifiche, riuniti con l'obiettivo di diffondere una cultura della salute legata all'idratazione e di suggerire strategie di prevenzione basate su studi e monitoraggi nazionali ed internazionali.

In particolare si pone gli obiettivi di informare, sollecitando l'attenzione dell'opinione pubblica, del mondo della medicina, delle aziende, delle associazioni di pazienti, educare, promuovendo il concetto di idratazione ed il corretto consumo di acqua e fare ricerca, sostenendo studi volti ad indagare le proprietà benefiche dell'acqua sul benessere e sulla salute dell'organismo.

Nel 2012 l'azienda ha poi avviato una partnership con la **SIMG** (Società Italiana di Medicina Generale) con l'obiettivo di informare medici e cittadini sui principi di benessere psico-fisico legati al consumo di acqua e sui benefici che questa può avere per il benessere dell'organismo.



Idratazione quotidiana

La proficua collaborazione ha portato in particolare alla creazione della campagna educativa **“La salute inizia da un bicchier d’acqua. Acqua è Vita”**, nell’ambito della quale sono stati distribuiti oltre 300.000 leaflet informativi rivolti ai medici e ai loro pazienti in circa 12.000 studi. In tema di prevenzione è infatti molto importante il ruolo svolto da una corretta idratazione, tanto che nel Novembre 2012, in occasione del 29° Congresso Nazionale della SIMG, è stata dedicata una conferenza al tema e all’importanza del ruolo del medico nell’insegnare ai propri pazienti ad avere atteggiamenti e stili di vita salutari, tenuta da un membro dell’Osservatorio Sanpellegrino.

Anche Acqua Panna, l’acqua minerale del Gruppo Sanpellegrino, da sempre vicina al mondo dei neonati e dei bambini, è impegnata nella promozione di una corretta idratazione, grazie anche alla campagna **“Quando cresce un bambino: acqua e alimentazione per uno sviluppo sano”**, che affianca i futuri e neo-genitori alla scoperta dei principi della corretta nutrizione ed idratazione dei bambini, senza tralasciare il periodo di gravidanza, altro momento importante durante il quale la donna pone particolare attenzione al cibo e all’idratazione.

Infatti lo svezzamento ed i primi pasti rappresentano per un bambino il momento in cui oltre a scoprire nuovi sapori, inizia a sviluppare il gusto per il cibo. È inoltre una fase importante della crescita sotto il profilo delle molteplici ricadute sulla salute dell’adulto che possono derivare da una alimentazione non sana in età pediatrica.



La campagna è promossa con il sostegno del **Comitato Scientifico Acqua Panna**, un team multidisciplinare che riunisce esperti del mondo della pediatria, della nutrizione, dell’auxologia e della ginecologia.

Il Comitato Scientifico Acqua Panna ha sviluppato molteplici materiali educativi, raccolti all’interno del sito Internet www.quandocresceunbambino.it. Un punto di riferimento online per mamme e papà, facilmente consultabile e ricco di contenuti, studiato per fornire informazioni, risposte e consigli sulla corretta alimentazione e l’idratazione per la crescita e lo sviluppo sano, insieme ad un approfondito sguardo nel complesso universo dei più piccoli.

Infine in collaborazione con la **FIMP** (Federazione Italiana Medici Pediatri) è stato realizzato il leaflet informativo **“ABC per una corretta alimentazione e idratazione”**, distribuito presso circa 2.600 studi pediatrici. Importante è anche la partecipazione a congressi medici dove vengono veicolati i messaggi della campagna in maniera ancora più diffusa a pediatri, mamme e bambini.

Nestlé Vera, scelta da più di 7,6 milioni di famiglie, è tra le acque minerali preferite dagli italiani. Ciò comporta l’assunzione di una precisa responsabilità: informare sui benefici della corretta idratazione, diffondendo la cultura del benessere psico-fisico legato al consumo di acqua.



Nestlé Vera,
scelta da più di 7,7 milioni
di famiglie



il mese del
cucciolo
PROPLAN



Corretta nutrizione

Attraverso il progetto “Bevi 8 Bicchieri”, infatti, il brand è da anni fortemente impegnato nella promozione della cultura di una corretta idratazione e dà consigli utili per imparare ad idratarsi in maniera appropriata.

Il progetto è sviluppato a 360°: si parla di idratazione dal packaging del prodotto all’etichetta che ricorda di bere in maniera regolare durante tutto l’arco della giornata, per mantenere al meglio le proprie performance fisiche e mentali.

Continua il viaggio dell’idratazione sul sito Nestlé Vera (www.nestle-vera.it). Questo, di facile consultazione, contiene una sessione, chiamata “Vivi la vita Vera”, completamente dedicata all’importanza dell’idratazione, necessaria per mantenere inalterate le proprie energie e poter affrontare al meglio la giornata.

Grande importanza viene data ai bambini: è difatti presentato il risultato di uno studio condotto in Italia che mostra come il 67,2% dei più piccoli non siano sufficientemente idratati quando vanno a scuola. Il sito propone quindi dei consigli utili per imparare ad idratarsi in maniera corretta sin da piccoli.

La Ricerca Purina

Purina è una delle aziende che realizza a livello mondiale i maggiori investimenti in innovazione, ricerca e sviluppo - oltre 800 milioni di euro ogni anno a livello mondiale - con l’obiettivo di migliorare la salute e le prospettive di vita dei pet, grazie anche ad un network composto da 5 Centri di ricerca all’avanguardia (3 negli Stati Uniti e 2 in Europa).

Dalla ricerca Purina sono nati prodotti divenuti pilastri nell’innovazione mondiale del settore petcare, come Purina Veterinary Diets, una gamma essenziale di alimenti per cani e gatti.

Ogni dieta di questa gamma integra un’ampia serie di caratteristiche e benefici nutrizionali che consentono di supportare diverse indicazioni mediche con un’unica formula. In particolare, la gamma di Purina Veterinary Diets per gatti è stata migliorata per supportare l’eliminazione o la prevenzione dei disturbi urinari dovuti alla presenza di calcoli, una tra le principali preoccupazioni dei proprietari.

La gamma affianca alla specifica azione di supporto alla terapia data dalla singola referenza, anche un supporto nel controllo e riduzione della formazione di calcoli: oltre a consentire la gestione nutrizionale di una specifica patologia, permette di controllare nel contempo l’eventuale sviluppo di ulteriori problemi alle vie urinarie.



Ricerca e Innovazione Purina

Il mese del cucciolo

Purina è concretamente impegnata per diffondere i principi di una corretta nutrizione degli animali da compagnia e mette a disposizione la propria leadership in ricerca e sviluppo per migliorare la salute dei pet durante tutte le fasi di vita, a partire dai loro primi passi.

Grande attenzione viene posta infatti sul mondo dei cuccioli, un impegno che si è concretizzato con lo sviluppo di un'iniziativa innovativa: "Il Mese del Cucciolo".

Purina, insieme a **FNOVI** (Federazione Nazionale Ordine Veterinari Italiani) e **ANMVI** (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani), ha ideato questa attività con l'obiettivo di sensibilizzare i nuovi proprietari di cani sull'importanza del veterinario e di una corretta nutrizione, cura ed educazione fin dai primi passi.

I proprietari e i loro cuccioli vengono invitati, durante il primo mese dell'anno, a recarsi presso uno dei quasi 4.000 ambulatori di Medici Veterinari in tutta Italia aderenti all'iniziativa, dove al termine di una visita di controllo ricevono il Kit del Mese del Cucciolo, contenente un'assicurazione sanitaria Purina gratuita della durata di 9 mesi, una guida sul cucciolo e un campione di Pro Plan Puppy Optistart - alimento unico sul mercato contenente colostro e in grado di rafforzare le difese immunitarie del cucciolo.

Un'iniziativa che ha creato valore allo stesso tempo per l'azienda, per i proprietari e per i Medici Veterinari.

Risultati Indagine A Scuola di PetCare®:

55% delle famiglie in Italia vive con un pet

52% ha un cane

33% ha un gatto



L'indagine A Scuola di PetCare®

Per capire sempre più a fondo il rapporto che lega le famiglie italiane agli animali da compagnia, Purina ha promosso la prima indagine presso le famiglie degli alunni delle scuole primarie che hanno partecipato all'edizione 2012-13 della campagna educativa nazionale **A Scuola di PetCare®**.

L'indagine ha coinvolto 2.000 famiglie sul territorio nazionale, e diventerà un appuntamento annuale volto a fotografare lo status e l'evoluzione della relazione che si instaura fra i bambini e i pet, quale specchio della società che evolve. Quello che emerge è che più della metà delle famiglie (il 55%) vive con un pet. Il cane si conferma l'animale di gran lunga preferito con il 52%. Secondo classificato il gatto con il 33% delle preferenze. Cani e gatti sono maggiormente diffusi al Nord e al Centro, mentre particolarmente amati al sud sono gli uccellini e molto diffusi i pesciolini, anche nelle città, in quanto richiedono un impegno alla portata di tutti.

Un aspetto particolarmente interessante che emerge dalla ricerca, è l'importanza del ruolo rivestito dai pet all'interno del nucleo familiare, con particolare riferimento all'educazione dei più piccoli: secondo i dati raccolti, oltre l'80% delle famiglie coinvolte nell'indagine ritiene che gli animali da compagnia abbiano un ruolo fondamentale nel percorso di crescita dei loro figli: il 23% degli intervistati mette al primo posto, fra le ragioni che lo hanno spinto ad accogliere un pet in casa, proprio la volontà di responsabilizzare i figli, insegnando loro a prendersene cura.



100.000 proprietari di cani e gatti

300 punti vendita

Coinvolti nell'iniziativa "Un Nutrizionista al tuo fianco"



Corretta nutrizione dei Pet

Un Nutrizionista al tuo fianco

Grazie all'iniziativa "Un Nutrizionista al tuo fianco" di Purina ONE, nei punti vendita coinvolti ogni anno Purina mette a disposizione dei proprietari di animali da compagnia esperti di nutrizione in grado di fornire consulenze personalizzate su come nutrire al meglio il proprio cane o gatto.

Il programma è giunto alla sua quinta edizione e ogni anno coinvolge circa 100.000 proprietari di cani e gatti in oltre 300 punti vendita della grande distribuzione fornendo consulenze personalizzate sulla tipologia di prodotto più adeguato, in considerazione di razza, stadio e stile di vita ed eventuale presenza di allergie o disturbi alimentari.

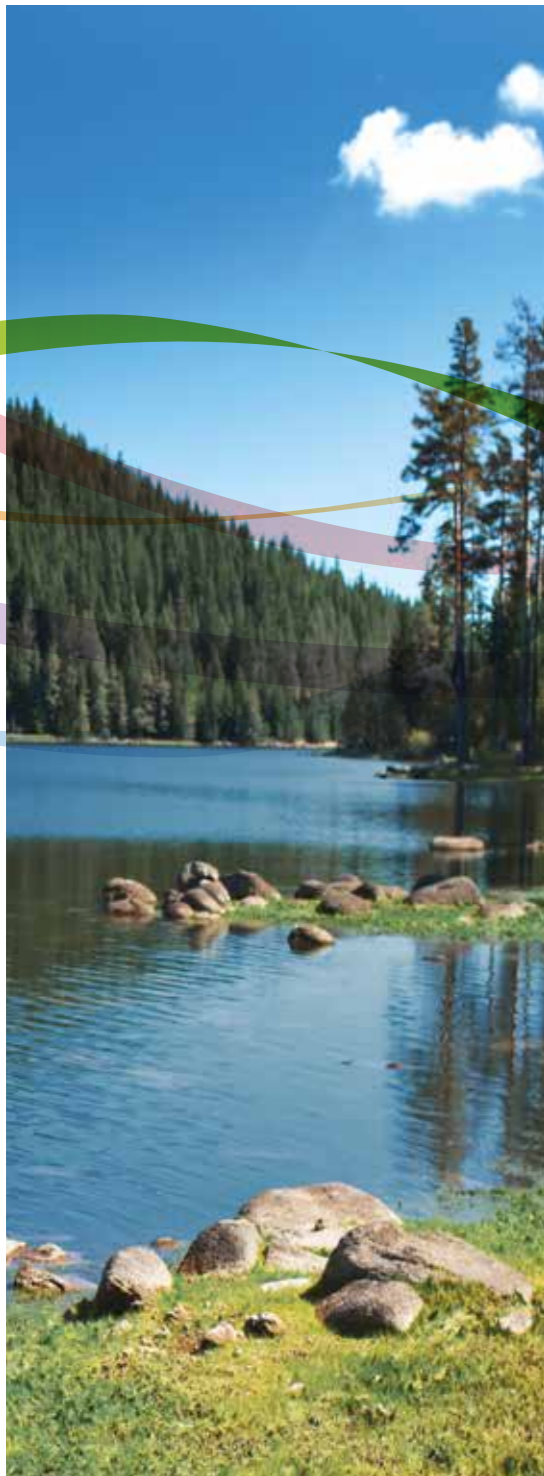
La consulenza dei Nutrizionisti Purina One continua su www.petpassion.tv con video pillole, interventi sul blog e un forum per confrontarsi sull'alimentazione più adatta a cani e gatti.

Primo passo per diffondere una corretta cultura della nutrizione e petcare è la formazione, a partire dalle proprie persone: per questo a livello internazionale è stato ideato il **Purina PetCare Nutrition Quotient**, un corso organizzato da Purina e dedicato esclusivamente alle proprie persone con un obiettivo semplice, ma molto importante: Purina è punto di riferimento della cultura della nutrizione e del PetCare e chi vi lavora deve avere gli elementi per essere il primo "testimonial" di questa leadership.

Il corso ha quindi offerto a tutti i dipendenti l'opportunità di consolidare la propria conoscenza e preparazione tecnica sui temi della nutrizione: l'applicazione degli aspetti scientifico nutrizionali al petfood, i fattori che incidono sul fabbisogno nutrizionale di cani e gatti, le differenze tra i diversi tipi di prodotto.

Le persone Purina sono così ambasciatori riconosciuti verso tutti coloro che vivono il mondo del PetCare a livello professionale e verso tutte le persone che amano gli animali da compagnia.

Con l'obiettivo di creare valore condiviso per tutto il mercato, Purina mette a disposizione il proprio know-how anche per gli operatori della distribuzione specializzata per la formazione di titolari e addetti alla vendita, grazie a seminari periodici modulabili tenuti dagli esperti Purina.



Ambiente

Priorità del Gruppo è promuovere la tutela dell'ambiente e una crescita sostenibile; per questo lavoriamo costantemente per ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività sul territorio che ci ospita, durante tutto il ciclo di vita dei nostri prodotti.

La sostenibilità ambientale è infatti una priorità per Nestlé e si traduce in scelte strategiche e azioni concrete volte a garantire l'efficienza operativa, ridurre i consumi energetici e idrici e le emissioni inquinanti durante i processi produttivi, utilizzare laddove possibile energia proveniente da fonti rinnovabili, ottimizzare l'impatto ambientale dei nostri imballaggi e il sistema logistico dei trasporti.



Nestlé Continuous Excellence (NCE) - lotta agli sprechi e spazio alle idee

Ridurre gli sprechi e coinvolgere tutti i collaboratori sono i due obiettivi che stanno alla base di NCE, l'iniziativa del Gruppo che ha come obiettivo quello di migliorare l'efficienza dei processi aziendali.

L'attenzione all'ambiente e la valorizzazione delle persone sono parte integrante di questo percorso che, partito dalle fabbriche, si sta diffondendo in tutte le aree aziendali per creare valore per i clienti e i consumatori e aumentare la competitività del Gruppo sul mercato.

I principi di Nestlé Continuous Excellence possono essere riassunti con tre numeri: 0 - 1 - 100.

Zero sprechi - NCE promuove la lotta agli sprechi grazie a strumenti e comportamenti che portano iniziative di miglioramento anche quotidiane. Questo permette di garantire la massima efficienza nei nostri processi e il rispetto dell'ambiente.

Una squadra - Con NCE i collaboratori del Gruppo lavorano in squadra con obiettivi chiari, che rendano evidente il contributo di tutti.

100% coinvolgimento - Tutte le persone sono coinvolte per individuare insieme eventuali problemi e le relative soluzioni. NCE diffonde passione e entusiasmo per tutte le attività svolte. Infatti, ogni risultato anche il più piccolo, viene celebrato e diventa uno stimolo per il raggiungimento di traguardi ancora più grandi.



Consumi energia e acqua

L'impatto dei nostri processi produttivi

Negli ultimi anni l'impegno di Nestlé Italiana nei confronti dell'ambiente ha permesso di raggiungere importanti risultati, dal 2006 al 2012:

- **Acqua:** riduzione dei consumi del 41,35%
- **Energia:** riduzione dei consumi del 24,69%

Questi risultati sono possibili grazie al coinvolgimento di tutte le persone che ogni giorno lavorano in Nestlé, in particolare attraverso un'intensa attività che prevede workshop dedicati e gruppi di lavoro costantemente impegnati presso gli stabilimenti produttivi, interventi tecnici e soprattutto la diffusione di una cultura aziendale attenta alla tutela delle risorse naturali e dell'ambiente.

Grazie a diversi progetti poi alcuni stabilimenti utilizzano per le proprie produzioni energia pulita autoprodotta proveniente da fonti alternative e rinnovabili. È il caso ad esempio del Progetto "Sole Amico", che ha permesso di installare **impianti fotovoltaici** in tre stabilimenti chiave per Nestlé: quelli di San Sisto (PG), Ferentino (FR) e Benevento.

- San Sisto ha ospitato inizialmente 2.200 moduli per una superficie attiva di 10.000m². Nel 2012 l'impianto è stato ulteriormente esteso permettendo il raggiungimento di una potenza di 1450KW (potenzialità massima) in grado di produrre 1,77222GWh su base annua

- a Ferentino invece sono 7.680 i moduli installati con una superficie attiva di 13.000m². L'impianto è in grado di produrre circa il 13% del fabbisogno energetico del sito produttivo
- a Benevento infine sono stati installati 3.000 moduli fotovoltaici, per una superficie attiva di 5.200m², in grado di fornire circa il 12% dell'energia necessaria per lo stabilimento

Si tratta complessivamente di 15.714 moduli fotovoltaici per una superficie attiva di 33.075m² e una potenza installata di più di 4.000KWp, in grado di produrre fino a 5.230 MWh di energia, l'equivalente di quanto serve per soddisfare le esigenze di circa 2.000 abitazioni.

Il progetto fornisce una soluzione coerente con gli obiettivi aziendali di sostenibilità e, oltre a permettere la produzione di energia pulita consente una riduzione di emissioni di CO₂ pari a circa 2.280 tonnellate all'anno.

Negli impianti di San Sisto (PG) e Moretta (CN) inoltre sono stati installati **sistemi di cogenerazione e trigenerazione di energia**, che consentono di evitare l'emissione di circa 15.300 tonnellate di CO₂ all'anno e ottimizzare così l'utilizzo dell'energia.



Energia e Logistica

Lo stabilimento Perugia di San Sisto ha attivo un **impianto di depurazione biologica**. L'impianto è progettato per trattare 1.200m³/d di acqua reflua, contenente un carico organico medio pari a 2.500mg/l, con un'efficienza di abbattimento degli inquinanti superiore al 97%.

L'acqua depurata in uscita dall'impianto viene recuperata per il riutilizzo ad uso industriale, previo trattamento specifico. Così l'acqua di recupero, utilizzata per il raffreddamento industriale, presenta elevate qualità per lo scambio termico: l'assenza di salinità permette di aumentare i cicli di concentrazione nelle torri evaporative, con conseguente minor consumo di acqua.

Nello stabilimento di imbottigliamento di acqua minerale S. Bernardo di Garessio la produzione viene alimentata dalla **fornitura diretta di energia eolica**, grazie ad un collegamento diretto al parco eolico, sito sul colle San Bernardo, esteso su una superficie di circa 35.000m².

A Cogolo di Pejo invece, nel Parco Nazionale dello Stelvio, è presente presso lo stabilimento che imbottiglia l'acqua minerale Pejo un **impianto a biomassa**, alimentato dalla potatura dei meli e dalla pulizia del sottobosco.

La logistica

Il Gruppo Sanpellegrino, ha ricevuto il "**Premio Logistico dell'Anno 2012**": un riconoscimento conferito da **Assologistica e Euromerci** per le azioni di efficienza e di sostenibilità ambientale realizzate nella Supply Chain mediante l'innovativo rapporto di partnership logistica sviluppato con Chep Italia, leader mondiale nelle soluzioni di pooling di pallet e contenitori.

La collaborazione logistica 2.0 messa in atto da Sanpellegrino e **Chep Italia** ha permesso un'ottimizzazione dei trasporti, con una conseguente riduzione delle emissioni di CO₂, grazie all'eliminazione di un passaggio intermedio all'interno della catena distributiva. I pallet su cui viene caricata la merce consegnata da Sanpellegrino nel sud Italia via treno, una volta svuotati, vengono infatti oggi caricati nuovamente sui treni di ritorno e riconsegnati direttamente agli stabilimenti del Gruppo. Fino a ieri era invece Chep Italia ad occuparsi del recupero presso i distributori dei pallet vuoti, che venivano successivamente riconsegnati a Sanpellegrino.

Questo progetto fa parte di un approccio logistico più ampio che ha portato Sanpellegrino a essere l'azienda che utilizza in percentuali più elevate il trasporto ferroviario, oltre ad essere il cliente più importante di Trenitalia, nel settore del largo consumo. Solo nel 2011 sono state movimentate da Trenitalia circa 473 mila tonnellate di prodotti del Gruppo Sanpellegrino: questo ha permesso di ridurre le emissioni di CO₂ nell'atmosfera del 64% (pari a 18.494 tonnellate) rispetto al tradizionale trasporto su strada*.

*dati calcolati da Trenitalia e verificabili sul sito www.ecotransit.org



Non disperdere i materiali nell'ambiente.
Ricordati di seguire le regole del tuo comune.



Il sito produttivo di Benevento è parzialmente alimentato da energia rinnovabile, grazie ad un moderno impianto fotovoltaico che ci aiuta a tutelare l'ambiente.

2007-2012

780 tonnellate di packaging risparmiato dal 2007 da Nestlé Italiana



Impatto ambientale del packaging

Il ruolo del packaging

Gli imballaggi dei nostri prodotti svolgono una funzione fondamentale nel proteggere i prodotti, garantirne gli elevati standard qualitativi e informare i consumatori anche sul loro corretto smaltimento. Come Gruppo siamo impegnati nello studio di formati e materiali che consentano di ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi dei prodotti sia durante l'impiego sia quando vengono scartati. Solo nel 2012, Nestlé Italiana ha evitato l'utilizzo di 129,5 tonnellate di materiali per gli imballaggi e negli ultimi 5 anni, dal 2007, di circa 780 tonnellate.

Sono diverse le aree nelle quali si concretizza l'impegno dell'azienda per ottimizzare e ridurre l'impatto ambientale dei packaging:

- alleggerire e ottimizzare peso e volume degli imballaggi, riducendo la quantità di materiale utilizzato grazie anche all'ecodesign
- ottimizzare la palettizzazione. Ciò permette, a parità di unità vendute, di ridurre il numero di pallet, e quindi di mezzi, necessari per il trasporto
- utilizzare dei materiali che facilitano poi la loro corretta riciclabilità, compatibilmente con i sistemi di raccolta differenziata esistenti nel nostro Paese
- sviluppare e utilizzare materiali da fonti rinnovabili gestite in modo sostenibile
- usare, laddove possibile, materiali riciclati

- supportare iniziative per sensibilizzare al riciclo e recuperare di energia da imballaggi usati
- aiutare i consumatori a smaltire correttamente i pack dopo il consumo dei prodotti, come ad esempio una chiara iconografia che possa indicare dove smaltire l'imballaggio

Tali attività si sono concretizzate ad esempio nell'ottimizzazione degli imballaggi per alcuni dei nostri gelati, come il **Grancrema/Frappelatte** e il **Granfortunello**, che ha permesso di evitare l'utilizzo di 45 tonnellate di carta, o l'alleggerimento dell'astuccio degli storici Baci da 10 pezzi che ha consentito di risparmiare 7 tonnellate di cartoncino e 3,5 di plastica.

Grazie all'iniziativa "Buono per il gatto, buono per l'ambiente" Friskies, oltre al miglioramento dal punto di vista qualitativo delle crocchette, ha ridotto la confezione, permettendo di risparmiare materiale di confezionamento e imballaggio. Questo si è tradotto anche in un'ottimizzazione dei trasporti e in una significativa riduzione delle emissioni di carbonio nell'aria.



Raccolta Differenziata

Con lo sviluppo poi della nuova tecnologia **DuraWave**, le confezioni di Purina Pro Plan per cani possono essere riciclate nel contenitore della plastica. Non solo, riducono gli sprechi di prodotto grazie alla maggiore resistenza del materiale. Il nuovo pack DuraWave è infatti 450 volte più resistente e offre una barriera protettiva 3 volte migliore contro l'umidità.

Tra le iniziative di sensibilizzazione sviluppate, il Gruppo Sanpellegrino è impegnato nell'educare e sensibilizzare i cittadini di Milano sull'importanza della raccolta differenziata del PET, vera e propria risorsa perché riciclabile al 100%. Partner e sostenitore di questa mission è dal 2011 **Amsa**, società di igiene urbana della città di Milano.

Con Amsa, Sanpellegrino ha dato vita, a giugno 2011, al "**Mese del Riciclo della Plastica**".

L'iniziativa ha visto il CAM (l'isola ecologica itinerante di Amsa) e l'"ufficio mobile" muoversi nei quartieri della città di Milano per togliere ogni dubbio ai cittadini sul PET e sul suo smaltimento. La partnership con

Amsa è proseguita anche nel 2012 con un progetto legato al riciclo delle bottiglie di acqua minerale destinate al consumo "**on the go**".

Nelle aree pic-nic dei principali parchi milanesi sono allestite isole ecologiche dotate di bidoni per la raccolta differenziata, personalizzati con grafiche che rievocano la natura e, al tempo stesso, mostrano con semplici equivalenze tutto ciò che può nascere dal riciclo del PET.



Educazione

La corretta nutrizione ed idratazione, la relazione responsabile con gli animali da compagnia e il rispetto dell'ambiente sono le principali aree al centro dell'impegno di Nestlé.

Un impegno che si traduce concretamente anche in diversi progetti e percorsi educativi, sviluppati insieme a partner istituzionali e autorevoli, che hanno come obiettivo comune il diffondere questi principi fondamentali nella società, a partire dai più piccoli, i cittadini di domani.



90.000 visitatori a Milano per la mostra "Buon Appetito"

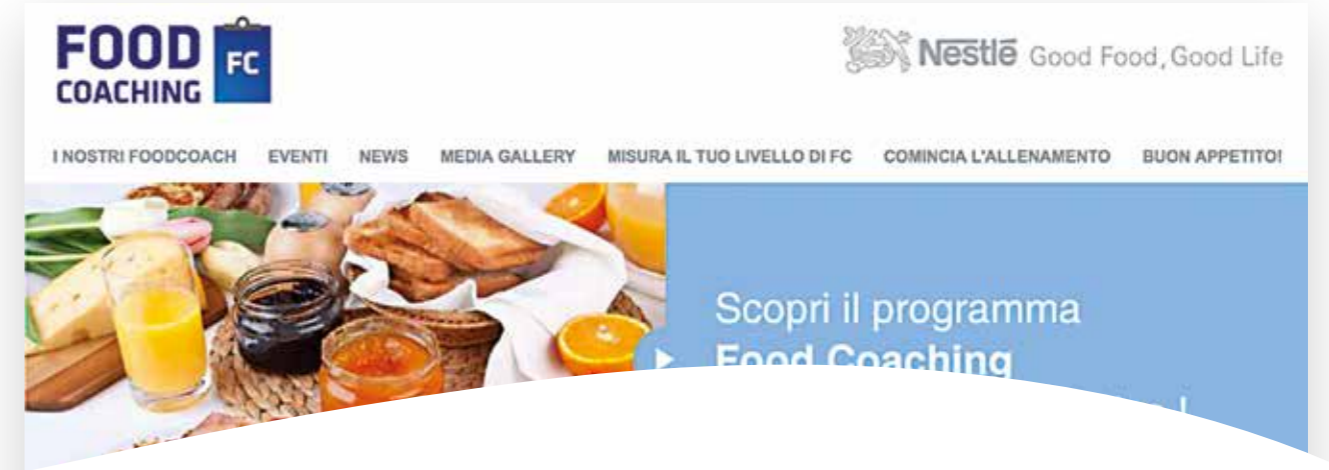
Partnership con il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia

Nestlé condivide l'impegno delle Istituzioni in ambito di corretta educazione alimentare dei più giovani, per i quali ha un ruolo fondamentale la sperimentazione diretta e concreta. Seguendo questa convinzione da oltre 4 anni Nestlé ha voluto unire le forze e le competenze scientifiche con il [Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia](#) per promuovere in Italia la cultura della corretta alimentazione attraverso un modello formativo di sperimentazione.

Primo risultato della collaborazione è stata l'inaugurazione, nel 2010, del nuovo [ILAB dell'Alimentazione](#) con percorsi a tema su 4 alimenti principali: acqua, cereali, gelati e cioccolato (e da quest'anno anche verdure). Ogni weekend tematico vede la partecipazione di circa 125 persone tra adulti e bambini e di 2.000 contatti fra i visitatori del museo.

Nestlé è stata, inoltre, main sponsor (insieme a Sanpellegrino, Motta, Cereali, Perugia, Purina, Buitoni e Nesquik) della mostra "Buon Appetito. L'alimentazione in tutti i sensi". Un grande evento per le famiglie e le scuole, dal 16 ottobre 2011 al 24 giugno 2012 al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia, dopo il grande successo internazionale che ha registrato circa 300.000 visitatori a Parigi ed Helsinki.

**Buon
appetito**
L'ALIMENTAZIONE
IN TUTTI I SENSI



Food Coaching

La mostra "Buon Appetito" ha rappresentato in Italia un format inedito di grande impatto visivo, in grado di coinvolgere attivamente il pubblico grazie al suo allestimento dinamico e coinvolgente. Non a caso, infatti, per il suo valore e la sua efficacia educativa ha ricevuto il contributo del Ministro della Gioventù, dell'Agenzia Nazionale per i Giovani, di Regione Lombardia Cultura e di Camera di Commercio di Milano. A Milano la mostra "Buon Appetito" ha visto la partecipazione di circa 90.000 visitatori.

Etichet-ti-amo

È questa l'iniziativa promossa da Nestlé, in collaborazione con Cittadinanzattiva, per supportare i consumatori nella corretta lettura delle etichette dei prodotti alimentari.

Presentato nell'ambito delle Olimpiadi delle Famiglie 2011 e riproposto con successo nel 2012, con un corner dedicato al colloquio con i consumatori sui temi di maggiore interesse, il progetto si è poi tradotto in un incontro specifico organizzato presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano. In quest'occasione, adulti e famiglie hanno avuto la possibilità di discutere con gli esperti e capire realmente il linguaggio delle etichette alimentari che spesso appaiono poco chiare o addirittura illeggibili, comprendendo anche come queste cambieranno con l'adeguamento al nuovo regolamento UE 1169/2011. L'evento è stato trasmesso in diretta radiofonica grazie alla presenza in loco delle speaker di Mamme in Radio, prima e unica web radio in Italia dedicata alle mamme.

Food Coaching

È il nuovo progetto di informazione e consulenza alimentare con il quale Nestlé si propone di offrire ai consumatori in modo diretto e "peer to peer" gli strumenti utili per orientarsi nelle scelte nutrizionali.

Il progetto Food Coaching di Nestlé è partito con il coinvolgimento diretto di 5 ambasciatori "speciali", i primi Food Coaches. Il loro obiettivo è quello di trasmettere in famiglia, agli amici, ma anche a tutti coloro che li seguono attraverso il loro blog, le proprie testimonianze di vita vissuta, come fanno tesoro degli insegnamenti e come li mettono in pratica nella quotidianità. L'intero progetto vive e si sviluppa sul sito foodcoaching.nestle.it che in poco tempo è diventato il cuore dell'iniziativa registrando degli ottimi numeri: oltre 10.000 utenti e circa 100.000 pagine visitate.

Sotto il "cappello" del progetto "Food Coaching" rientrano tutti i progetti dedicati al benessere, alla sana alimentazione e al corretto stile di vita, molti dei quali coinvolgono attivamente ogni anno migliaia di consumatori in incontri, dibattiti, esperimenti, giochi e attività sportive allo scopo di avvicinare grandi e piccoli alle buone abitudini quotidiane.

App Buona La Vita

Il 2012 ha visto la nascita di [BuonaLaVita](#) con [Nestlé Trainer](#): per la prima volta insieme, in un'unica innovativa App, i due pilastri fondamentali per uno stile di vita sano ed equilibrato: nutrizione e movimento. La nuova app di Nestlé fornisce un supporto in base al profilo e alle proprie preferenze, con un programma alimentare e di



è parte del  Nestlé Healthy Kids
Global Programme

5 edizioni di Nutrikid in Italia
più di 250.000 bambini
coinvolti



Progetti dedicati ai bambini

allenamento adatti ad ogni esigenza. BuonalaVita Trainer è stata ideata e sviluppata in collaborazione con gli esperti Nestlé: la nutrizionista Michela Barichella e il personal trainer Fabio Swich.

Il tratto distintivo di BuonalaVita con Nestlé Trainer è infatti la possibilità di avere un alleato quotidiano sia in ambito nutrizionale - con la sezione mangiare bene - sia di movimento - con la sezione "stare in forma". La nuova app per iPhone *BuonalaVita Trainer* è un vero e proprio esperto virtuale sempre a portata di mano in grado di fornire consigli e suggerimenti per seguire uno stile di vita sano ed equilibrato, sia a tavola sia nel tempo libero.

Nutrikid

Il progetto educativo *Nutrikid* dedicato ai bambini della scuola primaria e realizzato da Nestlé in collaborazione con Giunti Progetti Educativi e Nutrition Foundation of Italy in cinque edizioni ha coinvolto più di 250.000 bambini alla scoperta dei segreti della buona tavola.

La 5ª edizione del programma è stata pensata per essere ancora più divertente e multimediale. Il kit è stato arricchito di strumenti multimediali come il cd rom "*Esploriamo il mondo degli alimenti*", studiato per le scuole provviste di LIM, la lavagna interattiva multimediale e il leaflet interattivo, "*I Nutrikids e i segreti degli alimenti*", ricco di giochi e quiz come il "Cruciverba alimentare", "Trova l'intruso" e "Un cibo per ogni stagione", per divertirsi e insegnare anche a mamma e papà quando e come comparare frutta e verdura.

Nel 2010 è nato il 1° Osservatorio dedicato alla conoscenza delle abitudini alimentari dei bambini. L'*Osservatorio Nutrikid* rappresenta uno strumento di indagine, approfondimento e monitoraggio del progetto di educazione alimentare *Nutrikid* per le scuole primarie e si inserisce all'interno delle attività dell'"*Healthy Kids Programme*" di Nestlé, progetto globale rivolto ai bambini che ha l'obiettivo favorire la comprensione dei principi di una corretta alimentazione e dell'importanza del movimento, coinvolgendo scuole e famiglie, con particolare attenzione ai bambini in età scolare. Sono stati raccolti circa 2.860 questionari.

WET - Water Education for Teachers

Il Gruppo Sanpellegrino, per promuovere la cultura del rispetto dell'acqua nelle generazioni future, sostiene il *Progetto WET - Water Education for Teachers* nelle scuole primarie.

Wet è un programma scientifico internazionale fondato nel 1984 negli Stati Uniti con l'obiettivo di educare insegnanti, bambini e genitori ad una gestione responsabile della risorsa acqua.

Nel 1992 Nestlé Waters ha abbracciato il progetto diventandone il main partner: oggi Wet è diffuso in 50 paesi nel mondo. L'anima del progetto è la diffusione nelle scuole di un kit didattico interdisciplinare, 4.000 quelli distribuiti ogni anno, basato su attività ludiche e giochi interattivi.



In Italia
22.000 classi
coinvolte nel progetto WET
6.500 scuole,
330.000 studenti



33.000 insegnanti
400.000 alunni
coinvolti da "A Scuola di
Petcare" in Italia dal 2004



Promuovere il rispetto dell'acqua

Il materiale consente agli insegnanti di educare gli alunni alla conoscenza e alla corretta gestione dell'acqua attraverso percorsi di storia, economia, scienze, tecnologia, geografia, salute, di fare pratica di matematica e italiano, di usare le risorse creative delle discipline visive e di affrontare argomenti vicini alle scienze motorie.

In Italia il progetto è giunto alla sua settima edizione, coinvolgendo circa 22.000 classi in più di 6.500 scuole, per un totale di circa 330.000 studenti.

Inoltre nella settimana in cui si celebra la [Giornata Mondiale dell'acqua](#) - evento indetto il 22 marzo 1992 dalle Nazioni Unite per la salvaguardia e l'uso responsabile di questa risorsa - Sanpellegrino ha organizzato laboratori educativi a Milano, Firenze e in Valtellina, per sensibilizzare i bambini e le loro famiglie sull'importanza dell'acqua per il Pianeta e il nostro organismo. I bambini sono stati coinvolti in attività ludico-didattiche, esperimenti di laboratorio e spettacoli teatrali attraverso i quali hanno potuto scoprire, divertendosi, come rispettare questo bene vitale.

R_Generation

Nel 2012 nelle scuole primarie di Milano, Firenze e Sondrio Sanpellegrino ha lanciato la campagna educativa "Raccogli la plastica, semina il futuro" in collaborazione con le aziende di igiene urbana delle rispettive città: un concorso con l'obiettivo di stimolare la sensibilità dei bambini sull'importanza del PET, materiale al 100% riciclabile e su come smaltirlo nel modo corretto.

"Non buttare via le bottiglie in plastica! Raccoglile, portale a scuola e riponile nell'apposito contenitore", questo l'invito rivolto ai partecipanti. Per dimostrare ai bambini la varietà di oggetti in cui questo materiale può rinascere, tutti i partecipanti hanno ricevuto a fine concorso oggetti in PET riciclato di utilità per la scuola.

A Scuola di PetCare® Purina - Come diventare amici per sempre

A Scuola di PetCare® è la prima campagna educativa nazionale PetCare, dedicata agli alunni delle scuole primarie e alle loro famiglie, che dal 2004 ad oggi ha continuato a crescere e a diffondersi grazie a partnership importanti: con Giunti Progetti Educativi e con le associazioni di riferimento in ambito Medico Veterinario quali [SCIVAC](#) (Società Culturale Italiana Veterinari per Animali da Compagnia), [FNOVI](#) (Federazione Nazionale Ordine Veterinari Italiani), e [ANMVI](#) (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani).

Giunta alla sua VIII edizione, A Scuola di PetCare ha coinvolto in modo capillare tutto il territorio nazionale e dal 2004 ha registrato l'adesione di oltre 33.000 insegnanti, più di 400.000 alunni e le loro famiglie, Medici Veterinari, istruttori cinofili, Istituzioni e Ospedali Pediatrici in tutte le regioni italiane.

Nata in Italia, la campagna è una vera e propria piattaforma educativa (con un'area dedicata nel sito [www.purina.it](#) dove si possano trovare spunti interessanti e attività da fare con i propri figli) che è partita dalla scuola per arrivare a coinvolgere direttamente le famiglie italiane per diffondere le basi dell'educazione PetCare, imparare a conoscere il mondo degli animali da compagnia e instaurare con loro una relazione responsabile.



Corretta relazione con i Pet

L'iniziativa si è consolidata nel nostro Paese come campagna educativa di riferimento nelle scuole primarie, trasferendo il suo valore non solo a livello locale, nelle scuole e poi nelle famiglie, ma anche a livello internazionale: è infatti diventata un vero e proprio progetto "faro" dell'impegno di Purina alla Creazione di Valore Condiviso in Europa per tutti i paesi che promuovono progetti educativi.

A Scuola di PetCare® è la testimonianza tangibile dell'impegno di Purina nella diffusione di una corretta conoscenza e cura degli animali da compagnia per aiutarli a vivere più sani, più felici, più a lungo, valorizzando l'educazione scolastica e la relazione con i pet come momenti formativi chiave per la crescita personale, e sensibilizzando al contempo le famiglie dei bambini coinvolti.

Ogni anno le classi che aderiscono alla campagna educativa possono partecipare al concorso collegato che prevede la realizzazione di un elaborato scritto o grafico, per raccontare ciò che hanno imparato durante le lezioni, e spiegare la relazione uomo-pet vista dai loro occhi: la storia più originale e che meglio rispecchia i valori PetCare diventa un vero cortometraggio.

Nel caso di "Gloria trova un vero padrone", la storia vincitrice dell'edizione 2009-2010, la creatività dei ragazzi unita all'impegno dell'insegnante e all'esperienza del regista, hanno portato la storia a vincere il **Giffoni Film Festival** - il più importante festival italiano dedicato ai film per ragazzi - nella categoria dai 3 ai 5 anni.



Dog Training on line

La corretta gestione del cane in un contesto complesso, come quello urbano, è un atto di grande responsabilità e consapevolezza che riguarda in primo luogo la sicurezza, il benessere e la serenità del proprio amico a quattro zampe.

Per questo è nato **Pro Plan Dog Training Online School**, il corso di educazione cinofila di base online con cui Purina conferma il proprio impegno nell'offrire non solo prodotti, ma anche servizi mirati a instaurare una relazione equilibrata e corretta con il proprio cane. Si tratta di un programma completo per aiutare i cittadini ad affrontare al meglio i diversi aspetti di una relazione consapevole con il proprio cane per vivere insieme con serenità qualsiasi situazione, in particolare nel complesso contesto cittadino.

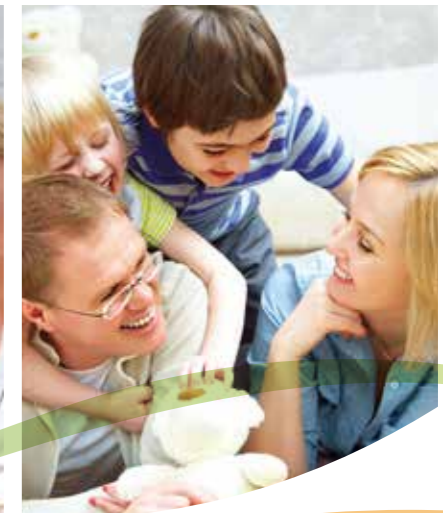
Per seguire le lezioni basta collegarsi al sito su <https://cane.purina-proplan.it/dog-training-online/trainer> e gli utenti avranno l'opportunità di seguire le video-lezioni del Pro Plan Dog Training per imparare i principali esercizi di attenzione, condotta, e quelli base di controllo come seduto, terra, resta e fermo in piedi.

Inoltre - importante novità - i proprietari potranno avere un filo diretto con i diversi istruttori della Scuola di Formazione Cinofila Il Biancospino: avranno la possibilità di conoscerli direttamente online ed individuare quello più vicino a casa, a cui eventualmente rivolgersi per ricevere una consulenza personalizzata.



Persone

Da sempre tratto distintivo della filosofia aziendale e priorità per il Gruppo è l'attenzione alle proprie persone e alle loro esigenze e la valorizzazione dei dipendenti, che Nestlé considera la sua risorsa più preziosa.



Primo tra tutti è fondamentale il corretto bilanciamento tra le esigenze legate alla vita familiare e lavorativa, un valore che per il Gruppo, se gestito con gli strumenti e i supporti giusti, favorisce un ambiente di lavoro più sereno e sicuro, facilita il coinvolgimento delle persone nel conseguimento degli obiettivi dell'azienda e può trasformarsi in un contributo significativo per la persona, l'azienda e il Paese.

La conciliazione tra vita familiare e lavorativa

Nestlé ritiene che le persone debbano essere misurate sui risultati a prescindere dal tempo trascorso in azienda; credendo fermamente nella meritocrazia si impegna ad assegnare obiettivi chiari, riconoscendo e premiando il raggiungimento dei risultati, aiutando a mettere a frutto potenzialità e talento individuali. In questo contesto Nestlé incoraggia le proprie persone a mantenere sempre alta l'attenzione verso i bisogni personali ed il corretto equilibrio tra vita professionale e vita privata (**Work Life Balance**) e da tempo è impegnata ad introdurre tutte quelle misure di flessibilità che possano favorire questo equilibrio, con attenzione particolare al momento delle maternità. Un'appropriata politica di conciliazione richiede una **diversificazione di iniziative**, perché i bisogni delle persone possono differire in relazione alle fasi della vita, all'ubicazione geografica, alle aspirazioni personali. La progettazione delle singole iniziative parte, innanzitutto, dall'ascolto e dal coinvolgimento dei lavoratori, accompagnato da un costruttivo dialogo sociale con le organizzazioni sindacali e con le RSU.

Ad esempio l'iniziativa **Pranzo Primavera**: un network informale che riunisce oltre 100 collaboratori di Nestlé, in maggioranza donne, che organizza con cadenza mensile dei pranzi-incontro per discutere sulle problematiche della conciliazione e proporre soluzioni al management. Collaboriamo poi con diverse istituzioni come ItaliaLavoro, con l'obiettivo di condividere con la società il nostro patrimonio di conoscenze ed esperienza, riconosciuto come innovativo e connotato da una forte attenzione ai fabbisogni dei dipendenti nei diversi momenti di vita. In particolare Nestlé partecipa al Progetto "**Lavoro Femminile Mezzogiorno - La.Fem.Me**" che si inserisce nelle iniziative previste dal Programma di azioni per l'inclusione delle donne nel mercato del lavoro - Italia 2020 elabo-



Nell'asilo aziendale dello stabilimento di San Sisto (PG)

80 bambini

60% dei posti per famiglie del territorio



Welfare aziendale

rato dai Ministri del Lavoro e delle Pari Opportunità. Nestlé è poi parte della sperimentazione su base nazionale dello standard Family Audit, la certificazione destinata a contraddistinguere e valorizzare le aziende che adottino politiche rivolte a facilitare la conciliazione tra esigenze di vita privata e impegni professionali. A partire dall'ottobre 2011, la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche della Famiglia - e la Provincia Autonoma di Trento, da anni titolare per l'Italia dello standard, hanno firmato un accordo di collaborazione per l'avvio di questa sperimentazione.

Progetto 90 giorni e Asili Nido: i figli in azienda

La conciliazione passa prima di tutto attraverso il supporto che Nestlé offre alle proprie persone per la gestione dei figli. L'innovativo progetto "90 giorni" apre le porte della sede aziendale di Milano e dello stabilimento umbro di San Sisto (PG) ai figli dei collaboratori del Gruppo, offrendo la possibilità di ospitarli in aree loro dedicate durante i periodi di vacanza e chiusura delle scuole. 90 sono infatti i giorni dell'anno in cui i genitori lavorano e i bambini sono a casa in vacanza: questi periodi comportano spesso notevoli difficoltà per le famiglie che si trovano a dover conciliare gli impegni lavorativi e familiari. Per questo Nestlé, da sempre attenta alle esigenze delle proprie persone, ha dato vita all'iniziativa con l'obiettivo principale di supportare in questi giorni "critici" le famiglie dei propri collaboratori. I bambini tra i 3 e i 14 anni, guidati da educatori specializzati e da uno psicologo, sono coinvolti in attività ludico-educative (differenziate a seconda delle fasce d'età e del periodo dell'anno) che hanno come filo conduttore - coerentemente con i principi Nestlé - la nutrizione, la salute, il ben-essere, il rispetto delle risorse ambientali

e la cura e corretta relazione con gli animali. Sempre nell'ambito della cura dei figli, presso la sede di Milano e presso lo stabilimento di San Sisto, Nestlé ha realizzato l'**asilo nido aziendale**. Grazie alla collaborazione con partner specializzati, l'asilo nido aziendale si caratterizza per un'alta qualità del servizio offerto ed un'ampia flessibilità di possibile utilizzo. Inoltre gli asili nido aziendali Nestlé sono fruibili anche dalla comunità locale. In particolare presso la struttura realizzata a Perugia - che, con una capienza di oltre 80 bambini, è il più grande asilo aziendale in Italia - oltre il 60% dei posti viene messo a disposizione delle famiglie del territorio.

Il telelavoro e il lavoro agile: oltre i confini dell'ufficio

Dal 2010 è attivo in azienda il **telelavoro**, che permette di lavorare da casa e può essere attivato su base volontaria e reversibile da tutti gli impiegati, quadri e dirigenti che svolgono la propria attività principalmente mediante strumenti telematici. Il Gruppo Nestlé ha, infatti, sottoscritto con il Coordinamento delle RSU e con le Segreterie Nazionali dei sindacati di categoria un accordo rivolto a sviluppare e diffondere in azienda questa nuova modalità di lavoro, che ha l'obiettivo di offrire una concreta risposta alle esigenze di "conciliazione" permettendo a ciascuno di organizzare il proprio lavoro in maniera flessibile, alternando specifici momenti di presenza in azienda al lavoro da casa. Il telelavoro è infatti disponibile prioritariamente per coloro che stanno affrontando fasi della loro vita caratterizzate da particolari impegni familiari. A fianco del telelavoro è stata introdotta un'ulteriore modalità di lavoro in remoto, denominata **lavoro agile** e rivolta a soddisfare esigenze occasionali o improvvise che impediscono di lavorare dalla consueta postazione aziendale.



Dal 2012 in Nestlé:
2 settimane
 di congedo di paternità
100%
 dello stipendio

Conciliazione famiglia e lavoro



Flessibilità dell'orario di lavoro e part-time

Grazie a specifici accordi sindacali il Nestlé offre ai lavoratori non addetti a turni avvicendati la possibilità di avvalersi di una forte **flessibilità dell'orario di lavoro giornaliero**, che può essere ridotto ad un minimo di 5 ore, con compensazione su base mensile.

Nestlé si impegna, inoltre, ad accogliere le richieste di trasformazione temporanea e reversibile del rapporto di lavoro da full-time a part-time, avanzate dai lavoratori:

- affetti da una qualsiasi grave patologia che comporti il frequente ricorso ad una terapia salvavita
- che debbano accudire il figlio fino al compimento del terzo anno di vita, ovvero ad un parente e/o affine anziano non autosufficiente
- che abbiano in affidamento o in adozione un minore

Viene inoltre favorito in tutte le possibili forme l'utilizzo del **part-time**, proposto - in particolare - come modalità di rientro "soft" a tutte le mamme dopo il periodo di maternità, senza ripercussioni sul percorso di carriera.

Tutela della maternità e della paternità

Nestlé supporta donne e uomini nel periodo di congedo parentale, spingendo tutti i manager ad una sempre più attenta gestione dei tempi di lavoro, nel rispetto delle esigenze legate a questa importante fase della vita, con l'obiettivo di salvaguardare e valorizzare sempre le risorse umane, patrimonio strategico dell'azienda.

In tutto il Gruppo Nestlé è stata data diffusione al "**Maternity & Paternity Kit**", uno strumento di informazione che fornisce alle donne in attesa e ai futuri papà le linee guida per gestire al meglio il proprio periodo di maternità/paternità all'interno dell'azienda, sulla gestione del percorso professionale durante la maternità, i diritti legati alla maternità, i passi amministrativi da fare e i servizi e benefit da parte del Gruppo Nestlé riservati a mamme e papà. Attraverso questo strumento i genitori sono informati ed in grado di gestire al meglio la propria carriera in modo sereno, anche attraverso la condivisione delle aspettative e dei bisogni in azienda.

Nestlé ritiene che il **ruolo del padre** sia di fondamentale importanza nel momento della nascita di un figlio e che una più attiva partecipazione del padre alla vita domestica e alle cure familiari contribuisca ad un'effettiva parità tra i sessi. Per favorire questa evoluzione culturale, attraverso il riequilibrio dei ruoli in ambito familiare, Nestlé intende incentivare l'utilizzo dei congedi parentali da parte del lavoratore padre.

Per questo, anticipando volontariamente l'applicazione di una proposta del Parlamento Europeo, Nestlé nel 2012 ha deciso di promuovere **due settimane di congedo di paternità** per i propri dipendenti impegnandosi ad integrare il 100% dello stipendio il trattamento previsto dalla legge per il congedo parentale ai neo papà che ne faranno richiesta. Il Gruppo dopo aver esteso a 4 i giorni di permesso retribuito (per legge infatti il Contratto Nazionale di Lavoro riconosce al lavoratore padre un solo giorno di permesso) ha deciso di incentivare l'estensione del congedo di paternità fino ad un totale di due settimane.



Ascolto delle persone

Nestlé & I: ascoltiamo le nostre persone

Nestlé & I è un progetto nato per ascoltare la voce delle persone che lavorano nel Gruppo Nestlé in tutto il mondo. A questo scopo ogni due anni, attraverso la compilazione anonima di un questionario, le persone Nestlé possono esprimere la loro opinione sull'ambiente di lavoro, sulla qualità dell'organizzazione e delle relazioni interne, contribuendo così in prima persona al miglioramento del clima aziendale.

Dall'ascolto attivo dei collaboratori e dalla comprensione della realtà, nascono piani d'azione e team di progetto: le persone diventano così i primi artefici del miglioramento e del cambiamento.

Sicurezza al primo posto

"La sicurezza è una priorità non negoziabile e anche un solo incidente è di troppo". È questa la posizione di Nestlé sul tema della sicurezza sul lavoro che trova concreta applicazione in numerose iniziative che mettono le persone al centro in materia di sicurezza, salute e prevenzione dei rischi nell'ambiente lavorativo.

L'impegno nella diffusione della cultura della sicurezza ha portato negli anni ad importanti risultati grazie al coinvolgimento attivo e alla responsabilizzazione dei collaboratori ma anche ad investimenti costanti in tecnologie per la sicurezza, sistemi di controllo e dispositivi individuali di protezione, percorsi di formazione interna e la promozione di una cultura della sicurezza diffusa per evitare comportamenti in grado di generare rischi.

Il Calendario PetCare

Ogni anno Purina realizza un calendario i cui protagonisti sono proprio i dipendenti: un modo per partecipare a un progetto comune e trasmettere anche all'esterno la passione che lega per primi coloro che ogni giorno lavorano in azienda per il benessere dei nostri amici animali, dalla loro migliore nutrizione alla diffusione di una corretta cultura PetCare.

"Tutti fuori tutti dentro"

Sanpellegrino nel 2012 ha lanciato l'iniziativa "Tutti fuori tutti dentro" con l'obiettivo di diffondere la conoscenza dei diversi ruoli aziendali attraverso l'esperienza diretta e far lavorare insieme le persone come un unico team. Dopo la prima fase che, a maggio, ha coinvolto 58 persone di sede e di fabbrica portandole "fuori", a lavorare in vendita, tra ottobre e novembre si è svolta la seconda fase: 40 persone di sede e di vendita sono state 4 giorni "dentro" alle nostre fabbriche per lavorare con i colleghi sulle linee di produzione dell'acqua minerale, delle bibite e degli aperitivi.

Questo progetto ha suscitato grande entusiasmo, soprattutto perché ha dato alle persone l'opportunità di avvicinarsi a realtà molto diverse da quelle alle quali appartengono, vissuta da loro come importante momento di crescita.



Comunità

Siamo presenti in tutto il Paese con ben 18 stabilimenti produttivi dislocati su tutto il territorio nazionale e siamo concretamente impegnati nella valorizzazione dei territori in cui operiamo e dei prodotti di cui sono espressione, come parte della nostra filosofia aziendale: creare valore anche nelle e per le comunità in cui siamo presenti.

Come azienda siamo parte integrante e soggetto attivo nelle realtà in cui operiamo e lavoriamo anche in Italia insieme a Istituzioni e realtà locali e nazionali per contribuire allo sviluppo e alla crescita della società, a partire dal sostegno alla ricerca scientifica e allo sviluppo dei giovani.



Progetto Axia: creare valore e condividere conoscenza

Sostenere la ricerca scientifica per poi diffondere alla collettività i risultati ottenuti: questo l'obiettivo del Progetto Axia (valore in greco) promosso, a cavallo fra il 2009-2012, dal gruppo Nestlé in Italia in collaborazione con CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane), la massima istituzione universitaria del Paese.

Due i principali appuntamenti organizzati nel corso del 2012. Il primo: il convegno del 27 febbraio presso l'Università IULM di Milano è stato l'occasione per presentare i risultati ottenuti dalle quattro ricerche finanziate da Nestlé e per affrontare con un parterre di esperti il tema della Sostenibilità, neologismo che, nato in seno al Progetto, indica la capacità di tradurre nella pratica le linee teoriche dello sviluppo sostenibile. Il tutto commentato in tempo reale su twitter e trasmesso live sul sito progettoaxia.it.

Il secondo incontro, anch'esso commentato su twitter, è stato organizzato a Roma il 18 ottobre presso la sede del Consiglio Nazionale dell'Economica e del Lavoro. Inoltre, nello spirito di condivisione, i risultati scientifici di Axia sono stati messi a disposizione della collettività attraverso la distribuzione (anche online) del volume Axia: Imparare dalla diversità, creare valore per l'Italia.



Valorizzare il territorio

La Casa del Cioccolato Perugina

Alle porte di Perugia c'è un luogo dove è possibile conoscere il cioccolato in tutte le sue forme, creato dalla voglia di condividere un patrimonio culturale in cui il cioccolato è il protagonista assoluto e Perugia è la regista che ne ha messo in luce tutte le straordinarie peculiarità, tanto da farlo diventare un pezzo della storia italiana: è la **Casa del Cioccolato Perugina**. Inaugurata nel 2007, in occasione del Centenario dell'azienda umbra, la Casa del cioccolato Perugina nasce dall'unione tra il Museo Storico Perugina e la Scuola del Cioccolato che è diventata un luogo ambito non solo dagli appassionati di cioccolato ma anche da tutti coloro che riconoscono in Perugia un testimone dell'evoluzione del costume.

Il **Museo Storico** racconta la storia dell'azienda che, grazie al suo profondo legame con il territorio, rappresenta uno spaccato di vita italiana. La **Scuola del Cioccolato** offre invece un'esperienza interattiva intorno al pianeta cioccolato, con corsi guidati da esperti maestri cioccolatieri. Il singolare viaggio nel mondo del cioccolato prosegue nel cuore di Perugia: la fabbrica, un percorso creato ad hoc che svela una globale visione dei reparti produttivi. La Scuola del Cioccolato Perugina, da novembre 2010, accoglie tutti gli appassionati del cioccolato non più solo a Perugia ma anche a Napoli e Roma. La **Casa del Cioccolato** rappresenta un importante valore per il territorio: ospitando ogni anno circa 65 mila visitatori, è infatti il secondo museo d'impresa italiana e il secondo museo dell'Umbria. Nel novembre 2011 la Scuola del Cioccolato ha debuttato nel prestigioso spazio di Eataly New York, simbolo del cibo italiano d'eccellenza, situato nel cuore di Manhattan.



Sanpellegrino Campus

Il Gruppo Sanpellegrino si impegna a valorizzare attraverso il progetto **Sanpellegrino Campus** il patrimonio di conoscenze, esperienze e talento portato in dote dai giovani universitari italiani, ambasciatori di ricerca e innovazione. Il progetto è pensato per i giovani e il mondo accademico.

Con lo scopo di sostenere il talento e le idee, l'azienda ha infatti istituito il **Premio di Laurea Sanpellegrino Campus**, un riconoscimento dovuto a quanti si sono dedicati allo studio della risorsa acqua e dell'acqua minerale, analizzate sotto il profilo della **"Sostenibilità e Ambiente"**, **"Salute e Idratazione"**, **"Valore e Cultura"**. Il Gruppo Sanpellegrino ha promosso questo progetto con la collaborazione di **Tesionline**, il portale di riferimento in Italia delle tesi di laurea, con l'intento di creare un centro studi permanente e autorevole che promuova l'autonomia della ricerca dei giovani universitari italiani che si sono impegnati a studiare il mondo dell'acqua minerale sotto i suoi molteplici aspetti.

Sanpellegrino e l'italianità nel mondo: QR Code

Il Gruppo Sanpellegrino è da sempre impegnato in progetti e attività volte a valorizzare i territori da cui sgorgano le sue acque minerali. In particolare, con la sua acqua minerale S.Pellegrino, distribuita in oltre 130 Paesi al mondo, ha dato avvio ad un'importante iniziativa volta a promuovere e valorizzare le bellezze naturali, storiche e culturali del suo territorio di origine: su oltre 35 milioni di bottiglie di acqua minerale S.Pellegrino,



Valorizzare le acque minerali

destinate ai mercati di Italia, Stati Uniti, Germania, Svizzera e Belgio, è stato infatti inserito un QR code, ovvero un codice leggibile tramite cellulare grazie al quale i consumatori possono accedere ad un video che racconta il forte legame tra i territori orobici ed un marchio simbolo del Made in Italy. Il filmato, risultato della sinergica collaborazione avviata tra l'azienda e l'Assessorato al Turismo della Provincia di Bergamo, è il racconto per immagini del successo mondiale dell'acqua S.Pellegrino ed evidenzia le eccellenze del territorio italiano dal quale la storica acqua minerale attinge le sue peculiari caratteristiche e il suo gusto unico ed autentico. Il successo internazionale e il fascino della "stella rossa" è infatti riconducibile alla storia, alle tradizioni e alla bellezza delle valli bergamasche, valori di cui S.Pellegrino è da oltre 110 anni ambasciatore in tutto il mondo.

L'impegno di Levissima

L'acqua minerale Levissima nasce da fonti di alta montagna, in un'area protetta ai margini del Parco Naturale dello Stelvio riconosciuta e rinomata come un "grande parco verde": un ambiente incontaminato che dona a Levissima una purezza e una leggerezza inconfondibili. Il successo di Levissima va così ricercato anche nello stretto legame che da sempre lega questo marchio al suo territorio d'origine, di cui ne celebra il prestigio e ne preserva bellezza e tradizioni. Un legame che si concretizza in importanti progetti e attività a tutela e valorizzazione del territorio.

Dal 2007 Levissima è impegnata, al fianco dell'Università degli Studi di Milano, in un progetto di ricerca scientifica per monitorare lo stato dei ghiacciai italiani e tutelare il patrimonio "freddo" delle nostre montagne.

Gli studi, iniziati proprio in alta Valtellina, hanno dato vita ad un progetto di rilievo internazionale presentato durante il 2012, che si concretizzerà a fine 2013, in collaborazione con il Comitato Ev-K2-CNR e con il patrocinio del Comitato Glaciologico: il nuovo Catasto dei Ghiacciai Italiani. È infatti da decenni, in particolare dal 1989, che non viene realizzato un elenco completo ed omogeneo dei ghiacciai italiani, risorsa importante dal punto di vista idrologico, climatico e turistico, ed è da oltre mezzo secolo che non si fornisce un quadro chiaro delle variazioni avvenute al glacialismo italiano, ormai considerato l'indicatore più affidabile delle trasformazioni climatiche in atto. Levissima sostiene inoltre da anni, accanto al Consorzio Turistico della Valtellina, manifestazioni sportive nazionali ed internazionali che si svolgono nella suggestiva e spettacolare cornice delle vette valtellinesi, fra cui la Coppa Del Mondo di Sci Alpino, la Skyrace internazionale e il Giro d'Italia, oltre ad importanti appuntamenti eno-gastronomici stagionali.

In a Bottle

"In a Bottle" (www.inabottle.it) è un magazine online nato per sostenere i valori della risorsa acqua, un impegno e un dovere da sempre particolarmente a cuore al Gruppo Sanpellegrino. La missione dell'azienda, infatti, consiste nel garantire all'acqua un futuro di qualità, attraverso progetti e attività che mirano alla sua valorizzazione, tutela e promozione.

"In a Bottle" documenta, analizza e fa conoscere meglio il reale valore della risorsa acqua e dell'acqua minerale nello specifico, con i suoi articoli racconta il suo legame con il territorio di origine, da un punto di vista economico,



Supporto alle comunità

culturale, ambientale e di valorizzazione delle realtà locali. Molta importanza rivestono anche i temi dell'idratazione e della salute che sono spiegati attraverso studi scientifici e interviste ad esperti nell'area benessere; opinion maker e personaggi pubblici si raccontano, invece, nella pagina persone a loro dedicata.

Gli argomenti della sostenibilità ambientale e del riciclo trovano spazio nell'area ambiente e, infine, cultura e tendenze raccontano il lato più di costume dell'acqua.

Progetti idrici per l'Africa

Il Gruppo Sanpellegrino a partire dal 2008 collabora con **AMREF**, la principale organizzazione sanitaria privata, senza fini di lucro, presente in Africa Orientale. Poiché il settore idrico è uno dei cardini delle attività svolte da AMREF, la nostra collaborazione si è concretizzata in diverse iniziative in quest'ambito, a partire da un importante progetto: la realizzazione di un pozzo a Makueni, arida regione del Kenia. A questo hanno poi fatto seguito numerose iniziative volte all'educazione della comunità alla salute, alle norme igieniche-sanitarie di base e all'utilizzo del pozzo stesso.

Nel 2009 poi la collaborazione ha portato alla costruzione di un altro pozzo, questa volta in Tanzania a Mkuranga e in occasione del Natale dello stesso anno l'azienda ha deciso di convogliare il budget normalmente destinato ai regali natalizi per sostenere le attività di AMREF in Kenia. Nel 2010 Sanpellegrino ha collaborato poi a sviluppare



un nuovo progetto idrico in Tanzania, mentre nel 2011 abbiamo sostenuto una serie di iniziative volte ad aiutare la popolazione dell'Africa Orientale duramente colpita dalla siccità.

Purina insieme alla Fondazione Musicale Santa Cecilia di Portogruaro

Purina, a testimonianza dell'attenzione e del sostegno verso il territorio in cui opera, è da circa 10 anni sponsor del **Festival Internazionale di Musica di Portogruaro** organizzato dalla storica Fondazione Musicale Santa Cecilia di Portogruaro, che si tiene ogni anno tra agosto e settembre negli spazi più suggestivi della città.

La scelta di affiancare la Fondazione Santa Cecilia in questa manifestazione musicale nasce dall'attenzione che Purina pone per la valorizzazione del territorio in cui opera. Temi che, da anni, sono al centro delle iniziative culturali realizzate dall'azienda a favore delle comunità locali.

Il Festival, giunto alla 30ª edizione, costituisce infatti un punto di riferimento non solo per concertisti, docenti e studenti provenienti da ogni parte del mondo, ma anche per un pubblico più ampio legato a un evento riconosciuto dal territorio come una tradizione. Da anni Purina sostiene questa importante iniziativa, espressione del patrimonio culturale della comunità in cui è presente con uno dei suoi storici stabilimenti produttivi.



Servizi dedicati al Pet

I servizi Purina per i proprietari di pet

Da sempre Purina si impegna nella diffusione di una corretta educazione PetCare per favorire lo sviluppo di conoscenza, rispetto e cura dei pet oltre la realizzazione di prodotti che assicurino ai pet salute e benessere, per giungere allo sviluppo di attività e servizi in grado di valorizzare e migliorare la relazione uomo-pet. Da circa 20 anni "Purina per Voi" è il punto di riferimento per il mondo dei pet e dei loro proprietari, un servizio telefonico gratuito per informazioni, richieste, emergenze, e un "luogo di incontro" per chi vive la passione per i pet. Al numero verde rispondono operatrici qualificate 365 giorni all'anno dalle 9 alle 19. Ma in caso di emergenza il servizio funziona 24 ore su 24 con la consulenza di un medico veterinario SCIVAC (Società Culturale Italiana Veterinari per Animali da Compagnia), per dare un primo soccorso a proprietari di pet e segnalare loro la struttura veterinaria più vicina. [Numero Verde Purina per Voi 800.525.505](tel:800.525.505)

Sempre in collaborazione con SCIVAC, Purina fornisce ai Medici Veterinari italiani il servizio di Assistenza Tossicologica Veterinaria (ATV) attivo 24 ore su 24, 365 giorni all'anno per la risoluzione delle emergenze relative ad animali da compagnia affetti da tossicosi.

Alla chiamata risponde un Medico Veterinario SCIVAC, che può consultare un database costantemente aggiornato e suddiviso in due aree: tossicologia/veleni e specialità medicinali. Unico esempio in Italia, l'Assistenza Tossicologica Veterinaria si è recentemente rinnovata con una formula più efficiente e con una costante attività di aggiornamento delle informazioni scientifiche della banca dati: tutto questo in collaborazione con il reparto di

Farmacologia e Tossicologia Veterinaria del Dipartimento VSA (Scienze e Tecnologie Veterinarie) dell'Università di Milano.

PetPassion.tv, creata nel 2009 da Purina in collaborazione con TheBlogTV, con più di 2.000.000 di visite all'anno e 140.000 iscritti si conferma la più grande community pensata per mettere in relazione i pet-lovers, dove i protagonisti assoluti sono i pet.

Petpassion.tv, primo social network e Web TV dedicato ai pet, nel 2012 si è completamente rinnovata per rendere la fruizione dei contenuti sempre più semplice. Novità anche nei contenuti, con un tante informazioni e attività che spaziano dall'educational all'entertainment. Tanti i servizi e le news, presenti nella sezione "Notizie"; Petpassion.tv riserva uno spazio anche ai pet in cerca di aiuto, attraverso una bacheca di annunci e visitando la sezione "Gruppi" gli utenti possono prendere parte a diverse discussioni tramite cui entrare in relazione con gli altri pet-lovers. Grazie alla sezione "Concorsi" si può partecipare ai concorsi online promossi dai brand Purina con cui vincere ricchi premi.

Inoltre, tutti i contenuti di Petpassion.tv sono commentabili e condivisibili su altri social network, come Twitter e, grazie all'innovativa applicazione per iPhone, è possibile accedere ovunque alla community, ricevere informazioni, scambiare contenuti e segnalare notizie in tempo reale.

Aprile 2013

Redazione e pubblicazione:

Corporate Communication

Gruppo Nestlé in Italia

Viale Giulio Richard, 5

20143 Milano

Per ulteriori informazioni visitare i siti:

www.nestle.it

www.purina.it

www.sanpellegrino-corporate.it

Design:

Paolo Castello - Milano

Stampa:

Geca - Industrie grafiche

