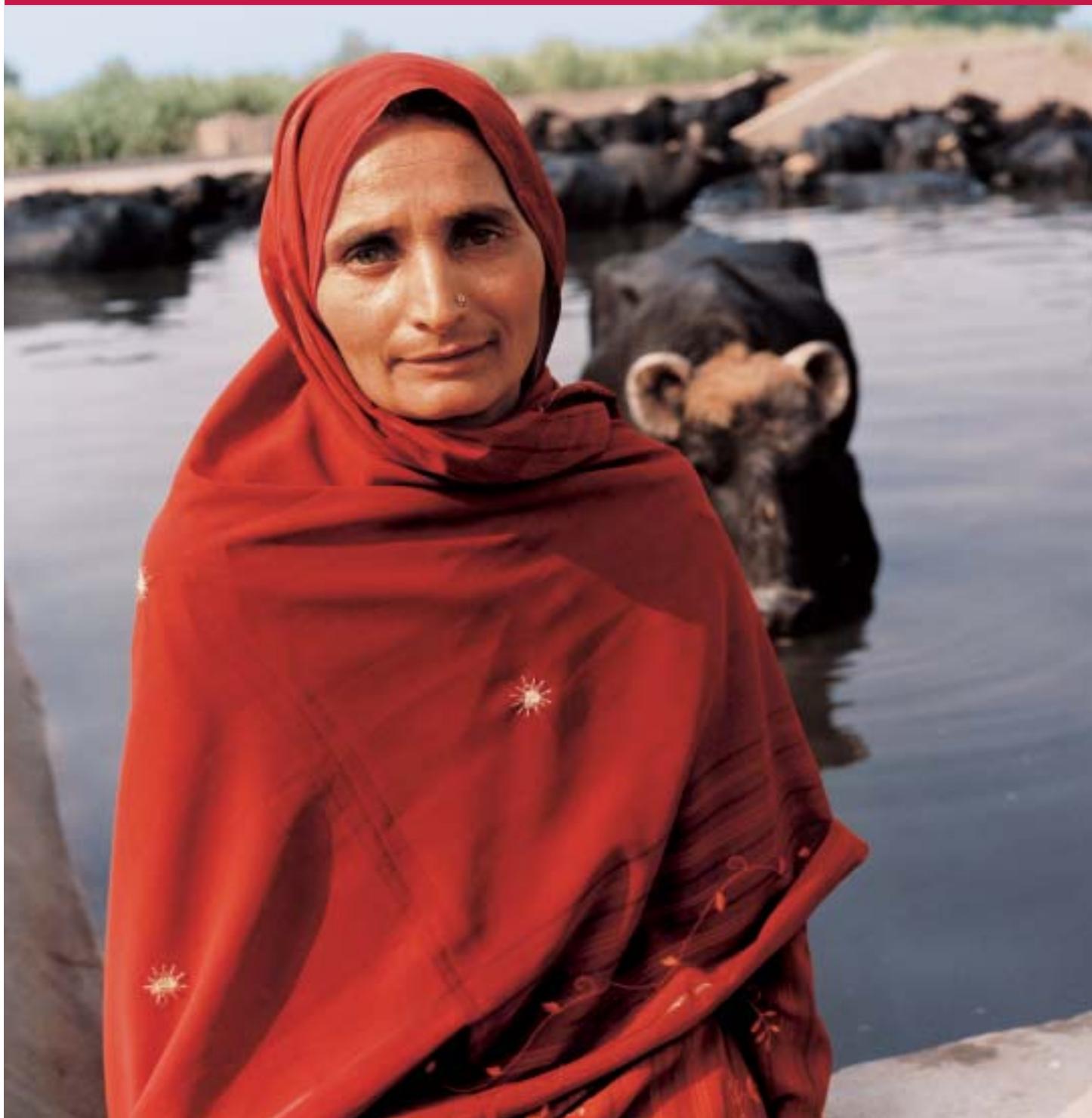


Nestlé – Rapport sur la **Création** **de valeur partagée**



Nestlé

Good Food, Good Life



Création de valeur partagée

Pour s'assurer un succès durable, une entreprise doit créer de la valeur pour ses actionnaires et pour la société. C'est la *Création de valeur partagée*. Il ne s'agit ni d'une idée philanthropique, ni d'une prestation complémentaire, mais d'un élément fondamental de notre stratégie d'affaires. Pour créer de la valeur pour nos actionnaires et notre Entreprise, nous devons créer de la valeur pour les communautés dans les pays où nous opérons, y compris les producteurs qui assurent notre approvisionnement, nos collaborateurs et nos consommateurs.

Pour *créer de la valeur partagée*, nous devons adopter un comportement responsable – en garantissant la conformité et la durabilité de nos activités. Il faut respecter les Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé, les législations nationales et les normes internationales, et veiller à ce que nos activités répondent aux critères de la durabilité écologique, de l'équité sociale et de la viabilité économique.

Cette publication fait partie intégrante du reporting global de notre Groupe et vient compléter le *Rapport de gestion 2007* et le *Rapport sur la Corporate Governance 2007* de Nestlé. C'est la première phase de la densification de la publication d'informations sur notre Société dans le monde entier. Grâce à GLOBE, notre nouveau système d'information de gestion, nous pouvons commencer à publier plus d'informations, auparavant inaccessibles, sur Nestlé au plan mondial. La mise en œuvre, ces prochaines années, de nouveaux volets de GLOBE dans des domaines tels que les ressources humaines et la composition des produits nous permettra d'élargir notre reporting.

Pour s'assurer un succès durable, une entreprise doit créer de la valeur pour ses actionnaires et pour la société

Faits marquants

Réduire notre empreinte écologique et les coûts d'exploitation : pages 10-19

76%

d'augmentation du volume de production*

22%

de réduction des matériaux d'emballage pour l'eau embouteillée**



3%

de réduction de la consommation d'énergie*

16%

de réduction d'émissions de gaz à effet de serre*

28%

de réduction du captage d'eau*

Améliorer la capacité de revenu des producteurs et former une main-d'œuvre qualifiée : pages 20-25

917

Nombre de postes d'activités clés

2,2

Nombre moyen de successeurs par poste d'activités clés

42%

Dans les pays en développement, membres du comité de direction local originaires du pays

65 647

Nombre d'employés au bénéfice d'une formation formelle dans les pays en développement



Aider les producteurs à améliorer leurs revenus et assurer notre approvisionnement en matières premières de qualité : pages 26-35

610 000

Nombre de producteurs bénéficiant de programmes d'assistance technique gratuits

97 500

Tonnes de café acheté directement auprès des producteurs en 2006



2-5%

Taux de croissance annuel moyen par district laitier

29,9 millions

Valeur des prêts accordés aux producteurs en 2006, en CHF

Améliorer l'accès du segment à bas revenus à la nutrition et élargir notre base de clientèle : pages 44-45

77 milliards

Potentiel de marché pour les produits à prix populaires en CHF



50 millions

Nombre de consommateurs qu'approvisionne notre nouvelle usine dans le nord-est du Brésil



Améliorer la nutrition pour les consommateurs et augmenter les ventes/la rentabilité de Nestlé : pages 38-43

14,6 milliards

Valeur des produits testés par «60/40+» en 2007, en CHF

6 445

Nombre de produits renouvelés pour des raisons de nutrition ou de santé en 2007

4,4 milliards

Valeur des produits contenant des Branded Active Benefits, en CHF



1,88 milliard

Total des dépenses de R&D en 2007, en CHF

* Année de référence : 1998

** Année de référence : 2002

Résumé de la performance

Nestlé s'est dotée d'indicateurs de performance pour mesurer et documenter la *Création de valeur partagée*.

Le résumé ci-après retrace les progrès réalisés dans l'application des principes du Pacte mondial des Nations Unies (voir les détails en page 52).

Sauf indication contraire, les indicateurs de performance portent sur l'année qui se termine le 31 décembre 2007.

Indicateurs de performance Nestlé en matière de <i>Création de valeur partagée</i>			Référence GRI
		Chiffre d'affaires total du Groupe (en milliards de CHF)	107,6 n/a
		Rendement total pour les actionnaires: 1 ^{er} janvier 1997 – 31 décembre 2007	342,5% n/a
Production et empreinte écologique	Matériaux	Matières premières et ingrédients (hors eau [voir ci-dessous], en millions de tonnes)	20,48 EN1
		Matériaux d'emballage (en millions de tonnes)	4,08 EN1
		Sous-produits (pour recyclage, en millions de tonnes)	1,07 EN22
		Réduction des sous-produits depuis 1998 (par tonne de produit)	58% n/a
		Déchets (pour élimination définitive, en millions de tonnes)	0,372 EN22
		Réduction des déchets depuis 1998 (par tonne de produit)	58% n/a
		Energie	Consommation d'énergie directe (en pétajoules)
		Energie économisée depuis 1998 (par tonne de produit)	45% EN5
	Gaz à effet de serre	Emissions directes de CO ₂ (en millions de tonnes) ¹	4,1 EN16
		Réduction des émissions directes de CO ₂ depuis 1998 (par tonne de produit)	53% EN18
	Eau	Total de l'eau captée (en millions de m ³)	157 EN8
		Eau économisée depuis 1998 (par tonne de produit)	59% n/a
		Total des eaux usées rejetées (en millions de m ³)	101 EN21
		Qualité des eaux rejetées (DCO moyenne en mg/l)	62 EN21
	Emballages	Réduction à la source (en milliers de tonnes): 1991–2007	326,3 n/a
		Réduction à la source (en millions de CHF): 1991–2007	583,7 n/a
Réduction du poids des emballages (par litre de produit) par Nestlé Waters: 2002-2007		22% n/a	
Gouvernement d'entreprise	Sites certifiés ISO 14001/OHSAS 18001 (nombre de certificats)	171 n/a	
	Sites contrôlés via le programme CARE	403 n/a	
Nos collaborateurs	Effectifs (nombre total de collaborateurs)	276 050 LA1	
	Accidents avec arrêt de travail (par million d'heures travaillées)	3,7 LA7	
	Taux d'accidents (par million d'heures travaillées)	7,5 LA7	
	Fonctions de conduite ² occupées par des femmes	24% LA4	
	Membres du comité de direction local originaires du pays dans les pays en développement	42% n/a	
	Nombre d'employés ayant bénéficié d'une formation formelle dans les pays en développement	65 647 LA10	
	Postes d'activités clés	917 n/a	
	Employés ayant le potentiel pour occuper des postes d'activités clés	3247 n/a	
Agriculture et développement rural	Producteurs formés au travers de programmes de formation	111 800 n/a	
	Marchés couverts par des programmes de développement durable (SAIN)	28 n/a	
	Fournisseurs ayant fait l'objet de contrôles de sécurité, de qualité et de production	3400 n/a	
Produits et consommateurs	Produits à prix populaires ³ : Europe (volume des ventes, en millions de CHF) ⁴	212 n/a	
	Produits à prix populaires ³ : Amériques (volume des ventes, en millions de CHF) ⁴	3517 n/a	
	Produits à prix populaires ³ : Asie, Océanie et Afrique (volume des ventes, en millions de CHF) ⁴	1 722 n/a	
	Activités de Nestlé Nutrition (ventes en 2007, en millions de CHF)	8434 n/a	
	Nombre de produits rénovés pour des raisons de nutrition ou de santé ⁵	6445 n/a	
	Augmentation des ingrédients nutritifs ou nutriments essentiels (nombre de produits) ⁵	2 603 n/a	
	Réduction de la teneur en sodium, sucres, acides gras trans, graisses totales ou colorants artificiels (nombre de produits) ⁵	3842 n/a	
	- Réduction des acides gras trans (tonnes): déc. 2003 – févr. 2007	34 200 n/a	
	- Réduction du sucre (tonnes): janv. 2003 – déc. 2006	204 000 n/a	
	- Réduction du sel (tonnes): avr. 2005 – déc. 2006	5 000 n/a	
	Produits couverts par le <i>Nestlé Nutritional Compass</i> (% des ventes)	95 PR3	
	Produits avec étiquetage RNJ (% des ventes) ⁶	45 PR3	
	Marketing des préparations pour nourrissons (nombre d'audits internes)	9 PR7	
	Marketing des préparations pour nourrissons (nombre d'audits externes)	1 PR7	

¹ Y compris les émissions de CO₂ liées à l'utilisation de combustibles et de produits réfrigérants, et de substances susceptibles d'appauvrir la couche d'ozone

² Définies comme des fonctions associées à des responsabilités en matière de gestion de personnel

³ Produits destinés aux personnes à faibles revenus

⁴ En 2007, les PPP ont été vendus sur 3 marchés dans la Zone Europe, 22 marchés dans la Zone Amériques, et 12 marchés dans la Zone Asie, Océanie et Afrique

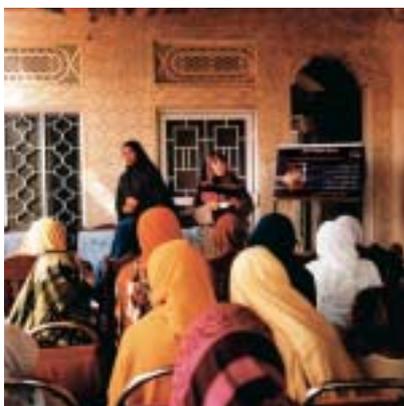
⁵ Sur la base des rapports d'environ 75% des équipes de développement de produits à l'échelle mondiale

⁶ Sur la base des rapports pour l'Union Européenne uniquement

Table des matières

Création de valeur partagée: le rôle des entreprises dans la société	2
Profil de l'Entreprise	4
A propos de ce rapport	6
Principes de Conduite des Affaires et stratégie	8
Production et empreinte écologique	10
Nos collaborateurs	20
Agriculture et développement rural	26
Produits et consommateurs	36
Adhésion aux principes du Pacte mondial des Nations Unies et aux objectifs du Millénaire pour le Développement	52
Nouer le dialogue avec nos partenaires	54
Le reporting à l'avenir	55
Attestation de vérification indépendante: méthodologie et résultats préliminaires	56

Ce document est une traduction. En cas de doute ou de différence d'interprétation, la version originale anglaise fait foi



Couverture : Razia Berveen est « ouvrière agricole de l'élevage » à Farooqa, au Pakistan. Elle fait partie des formateurs Nestlé qui inculquent des connaissances et un savoir-faire à 4000 femmes qui deviendront « vulgarisateurs agricoles » dans le cadre d'un programme de partenariat entre Nestlé et le Programme des Nations Unies pour

le Développement (PNUD) au Pakistan. A gauche: Programme de formation de vulgarisateurs agricoles parrainé par Nestlé à Renala, au Pakistan. Transmettre des connaissances vitales en matière de gestion de l'eau favorise le recours à des pratiques durables dans les exploitations laitières du Pakistan. Plus d'informations en page 29

Création de valeur partagée : le rôle des entreprises dans la société

Henri Nestlé a fondé notre Entreprise en 1866 en lançant un seul produit, des céréales pour nourrissons, élaboré pour sauver la vie de l'enfant d'un voisin. Depuis lors, notre stratégie clé a été de créer de la valeur pour la société et, ce faisant, pour nos actionnaires.

C'est ainsi qu'au cours des 141 dernières années, Nestlé s'est transformée de petite entreprise familiale en premier groupe mondial de la nutrition, de la santé et du bien-être.

Créer de la valeur partagée pour la société et les investisseurs exige toutefois d'aller au-delà des avantages pour les consommateurs. La première édition des *Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé* stipulait que « nos investissements doivent être bons pour l'Entreprise et pour les pays dans lesquels nous œuvrons ».

Créer de la valeur partagée consiste aussi à apporter de la valeur aux producteurs qui sont nos fournisseurs, à nos collaborateurs et à d'autres groupes de la société. A cette fin, nous devons examiner nos multiples interactions avec la société et consentir des investissements à très long terme qui profitent au public et à nos actionnaires, pour l'essentiel des épargnants de prévoyance et des retraités.

Au fil des décennies, nous avons aidé des millions de producteurs de lait et de café à s'améliorer et, partant, à vaincre la pauvreté et à connaître la prospérité. Aujourd'hui, nous collaborons avec quelque 600 000 producteurs dans le monde entier, leur fournissant une assistance technique gratuite, des infrastructures et des prêts de microcrédit pour plus de CHF 29,9 millions. Près de la moitié de nos usines se situent en milieu rural dans des pays en développement et ont un impact profond sur le revenu familial, la qualité de vie et l'avenir de la prochaine génération.

Créer de la valeur partagée implique aussi de gérer l'environnement de manière à assurer la pérennité de notre activité. Il est essentiel d'éliminer les tendances dangereuses en matière de pollution et de mauvaise gestion

de l'air et des eaux pour préserver la croissance de notre activité d'alimentation et de boissons. Nous partageons une seule et même Terre, et l'avenir de notre activité est intimement lié à celui de notre planète.

Créer de la valeur partagée exige de penser à long terme tout en générant des résultats annuels solides. L'un des premiers Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé est « que nous ne privilégions pas le profit à court terme au détriment du développement durable de nos activités ».

Nous visons (et avons réalisé) des améliorations permanentes de notre performance annuelle grâce au « modèle Nestlé », qui allie croissance organique annuelle de 5% à 6% et augmentation annuelle constante de la rentabilité (marge EBIT). Mais nous sommes opposés aux solutions commerciales et sociales temporaires et à court terme. Nous avons par exemple sciemment évité d'être cotés sur des marchés boursiers qui exigent la publication de résultats trimestriels, étant d'avis qu'il peut en résulter une logique d'affaires trop axée sur le court terme.

Résultat de notre conduite des affaires, des études indépendantes sur la marque *Nestlé* indiquent que, dans l'ensemble, nous obtenons des notes très élevées en matière de responsabilité sociale, en particulier dans les pays en développement. La force et la performance de la marque *Nestlé* sont essentielles pour le succès de notre Entreprise. C'est le fruit du sérieux que nous accordons à nos relations avec la communauté depuis de nombreuses décennies et de l'instauration d'une marque fondée sur la *Création de valeur partagée*.



Créer de la valeur partagée exige de penser à long terme tout en générant des résultats annuels solides. L'un des premiers Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé est « que nous ne privilégions pas le profit à court terme au détriment du développement durable de nos activités »



Peter Brabeck-Letmathe,
Président du Conseil d'administration et
Administrateur délégué de Nestlé

Peter Brabeck-Letmathe, Président et Administrateur délégué de Nestlé, visite une plantation de café mexicaine, à Jicotepec, lors d'une séance de formation destinée aux planteurs participant au programme d'assistance technique de Nestlé. M. Gonzalo Contreras, l'un des agronomes Nestlé au Mexique, lui montre un piège à scolytes des baies du caféier, qui permet une lutte parasitaire sans pesticides et favorise ainsi la culture du café dans des conditions plus respectueuses de l'environnement



Nous ne nous satisfaisons toutefois pas du *statu quo*. Nous nous concentrons par exemple de plus en plus sur la fourniture d'aliments abordables et nutritifs à des populations à faibles revenus dans les pays en développement. En 2007, en collaboration avec les gouvernements nationaux, nous avons inauguré de grandes usines modernes dans des zones rurales au Brésil, en Chine et au Pakistan afin de produire des aliments à valeur nutritionnelle élevée et à prix abordable pour la population locale.

Ce rapport constitue un premier pas dans la publication d'informations générales sur la *Création de valeur partagée*. Il fait partie intégrante du reporting global de notre Groupe et vient compléter les résultats financiers du *Rapport de gestion 2007*. Il fait suite à un rapport publié il y a deux ans, dans lequel les professeurs Mark Kramer, de l'Université de Harvard, et Michael Porter, développaient un cadre d'étude pour nos activités en Amérique latine sous l'angle de la *Création de valeur partagée*. Sur la base de ces résultats, nous avons défini un plan pluriannuel pour élargir progressivement notre évaluation de la *Création de valeur partagée*. L'accès à des informations globales a représenté un obstacle

interne considérable à notre reporting, mais grâce à notre nouveau système d'information de gestion GLOBE, nous pouvons pour la première fois fournir nombre d'informations globales, inaccessibles jusqu'à présent, sur Nestlé.

Pour ce rapport, nous avons commencé par récolter des avis externes sur les éléments les plus pertinents à publier; nous remercions SustainAbility pour son aide. Nous avons aussi recueilli le feedback de nos partenaires au travers d'un processus mis en place dans différentes régions du monde avec le concours d'AccountAbility International. C'est ainsi que le présent rapport comprend un résumé des activités de Nestlé en relation avec la Global Reporting Initiative et les principes du Pacte mondial ainsi que les objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies.

A la veille de transmettre la fonction d'Administrateur délégué à Paul Bulcke, je repense aux onze années passées à la tête du groupe Nestlé, une période durant laquelle nous nous sommes employés à entrer en contact avec la société et à parler de la relation d'interdépendance qui unit Nestlé et les populations dans les pays où nous opérons.

Dans ma fonction de Président du Conseil d'administration de Nestlé, je continuerai à œuvrer en faveur de la poursuite de notre réflexion et de notre engagement dans ce domaine. Ce rapport fait partie d'un processus évolutif, j'espère qu'il vous aidera à comprendre et à évaluer les relations d'interdépendance qui lient Nestlé à la communauté et à notre planète.

Peter Brabeck-Letmathe
Président du Conseil d'administration
et Administrateur délégué

Profil de l'Entreprise

Nestlé est le leader mondial de la nutrition, de la santé et du bien-être



Vevey

Siège de la Société, en Suisse

1866

Année de fondation de la Société

107,6 milliards

Chiffre d'affaires total du Groupe, en CHF

10,6 milliards

Bénéfice net, en CHF

276 050

Effectifs

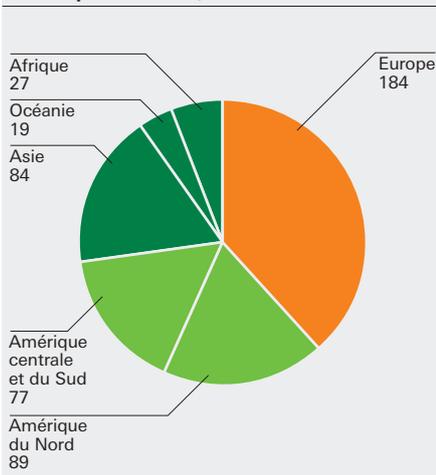
480

Nombre d'usines

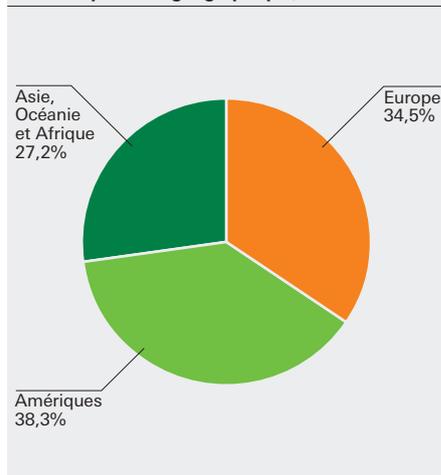
86

Nombre de pays dans lesquels la Société opère

Usines par continent, 2007



Effectifs par zone géographique, 2007



Chiffre d'affaires et croissance 2007

Zones de produits	Chiffre d'affaires (CHF milliards)	Croissance organique
Boissons en poudre et liquides	17,9	10,3%
Nestlé Waters	10,4	6,6%
Produits laitiers et glaces	20,7	7,8%
Nestlé Nutrition	8,4	9,7%
Plats préparés et produits pour cuisiner	18,5	4,0%
Confiserie	12,3	5,3%
Produits pour animaux de compagnie	12,1	7,0%
Produits pharmaceutiques	7,3	11,0%

Source: Nestlé

Tout à gauche : inauguration de notre nouvelle usine de lait à Hailar, en Mongolie Intérieure, qui a ouvert en 2007 et dans laquelle Nestlé a investi plus de CHF 20 millions. Plus d'informations en page 14

A gauche : Kevin Duck, collaborateur de Nestlé, chez Cereal Partners UK, fabricants de *Shredded Wheat*. Les céréales complètes apportent une importante valeur nutritionnelle et 1,6 milliard

de portions supplémentaires sont venues s'ajouter aux marques de Nestlé vendues en Europe ces deux dernières années. Plus d'informations en page 42

Ci-dessous : les produits présentant une supériorité avérée en termes de préférence des consommateurs et de valeur nutritionnelle sont les piliers de la stratégie de Nestlé.

Notre processus breveté de test des produits 60/40+ contribue à apporter un avantage nutritionnel tout en étant axé sur les aliments sensibles en termes de santé publique.

L'amélioration de la valeur nutritionnelle stimule déjà la croissance de Nestlé. Plus d'informations en page 38



A propos de ce rapport

Le présent document constitue une première tentative de la part de Nestlé de publier un rapport global sur la *Création de valeur partagée*; il porte sur la responsabilité sociale et la durabilité de notre Groupe. Il fait partie intégrante de notre reporting et vient compléter notre *Rapport de gestion 2007*. Les informations qu'il contient portent sur les activités mondiales de Nestlé pour l'année 2007, sauf indication contraire, et ont fait l'objet d'une vérification externe (voir page 56). Il traite des effets commerciaux qui présentent un intérêt particulier pour nos partenaires (voir ci-dessous pour la manière dont ces effets ont été identifiés et priorisés).  Pour en savoir plus sur une vaste gamme de thèmes, consulter www.nestle.com/csv

Le concept de *Création de valeur partagée* a été exploré dans un premier temps dans notre rapport intitulé *Le concept de Nestlé en matière de responsabilité sociale*, publié en 2005, qui mettait l'accent sur nos activités en Amérique latine. Ses auteurs, FSG – Social Impact Advisors, sous la conduite de son directeur Mark Kramer (Senior Fellow à la John F. Kennedy School of Government de l'Université de Harvard), ont ensuite appelé Nestlé à fournir plus d'informations. Depuis lors, en collaboration avec nos segments d'activités et nos conseillers, y compris SustainAbility et AccountAbility, Nestlé a identifié et évalué des points critiques, créé des indicateurs de performance globale et entamé un dialogue avec nos partenaires.

Le rapport sur la *Création de valeur partagée 2007* est le premier fruit de nos efforts pour démontrer que la création de valeur actionnariale à long terme dépend aussi de la création de valeur pour la société.

Notre historique de reporting

Des rapports publiés précédemment se sont concentrés sur des sujets ou des régions spécifiques, comme précisé ci-après:

- *Rapport Nestlé sur la gestion des ressources en eau* – 2006;
- *Nestlé, la communauté et les Objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies* – 2006;
- *Le concept de Nestlé en matière de responsabilité sociale, tel qu'appliqué en Amérique latine* – 2005;
- *L'engagement de Nestlé en Afrique* – 2004;
- *Les multiples visages du café* – 2003;
- *Nestlé et l'eau. Gérer, protéger et sensibiliser durablement* – 2003;
- *Nestlé – Rapport sur le développement humain* – 2002;
- *Nestlé – Rapport sur le développement durable* – 2001;
- *Rapport sur les progrès environnementaux* – 2001;
- *Nestlé et l'environnement* – 1995.

 [Les rapports précédents sont disponibles sur le site www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)

Thèmes clés

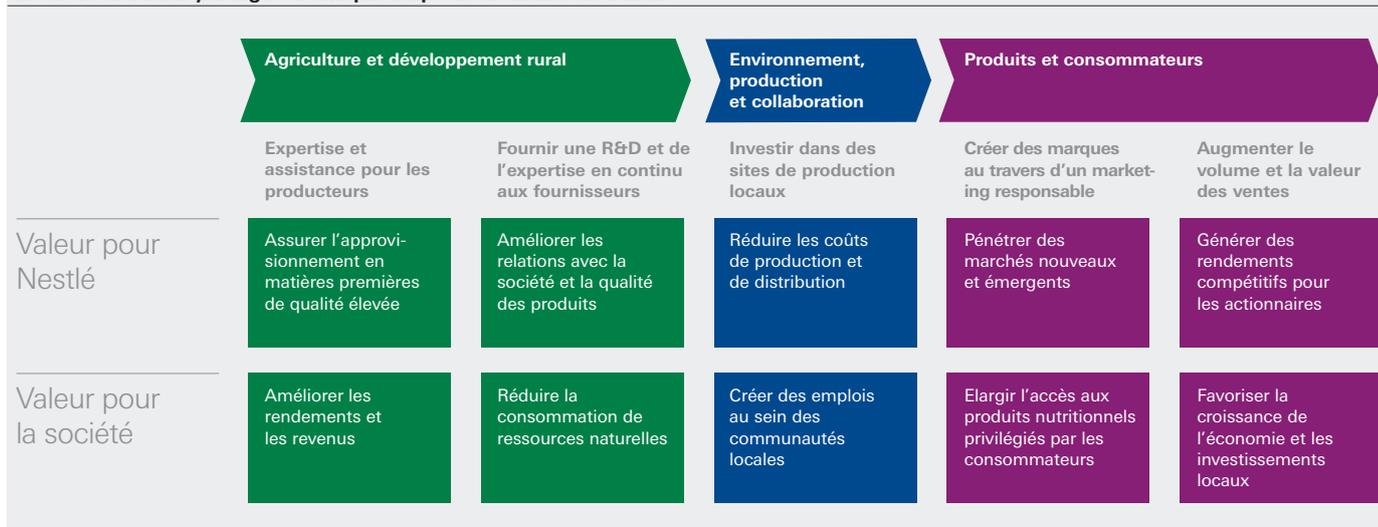
Ce rapport se concentre sur les domaines qui ont ou peuvent avoir un impact significatif sur l'Entreprise, qui présentent un intérêt prépondérant pour nos partenaires et sur lesquels Nestlé exerce une influence raisonnable.

En collaboration avec SustainAbility et en application de leur méthode des meilleures pratiques, nous avons priorisé les thèmes les plus critiques pour Nestlé en nous fondant sur les avis d'investisseurs, de membres de la société civile et des médias, puis les avons évalués avec des cadres dirigeants de Nestlé.

Voici les cinq domaines identifiés et priorisés pour ce présent rapport:

- *Production et empreinte écologique*: Gérer nos activités tout en préservant l'environnement; comprendre comment des pratiques responsables en termes de sécurité, de santé et d'environnement favorisent des

Créer de la valeur partagée à chaque étape de la chaîne de valeur



pratiques commerciales plus efficaces et plus économiques (pages 10-19) ;

- *Nos collaborateurs* : Agir en tant qu'employeur responsable (pages 20-25) ;
- *Agriculture et développement rural* : L'approche de Nestlé pour l'approvisionnement en matières agricoles (pages 26-35) ;
- *Nutrition, santé et bien-être* : La stratégie de Nestlé pour améliorer la nutrition, la santé et le bien-être comme moteur de sa croissance (pages 38-43) ;
- *Marketing et communication* : Un marketing responsable fondé sur une amélioration de l'information relative à la nutrition et à la santé (pages 46-51).

Le credo commercial de Nestlé : des avantages simultanés pour Nestlé et pour la société

L'objectif à long terme de Nestlé est de créer de la valeur pour ses actionnaires. A cette fin, nous devons créer de la valeur pour la société dans les pays où nous opérons. Le diagramme ci-dessus illustre comment les activités de Nestlé à chaque étape de sa chaîne de valeur répondent à sa stratégie commerciale tout en créant de la valeur pour la société dans les pays où nous sommes présents.

Périmètre et limites du reporting

Les informations fournies concernent les entreprises et les sociétés affiliées détenues par Nestlé à 100%, hors joint-ventures et fournisseurs, sauf indication contraire. Dans le cadre du développement continu de notre approche en matière de *Création de valeur partagée*, nous examinerons la possibilité d'élargir le périmètre de notre reporting.

Les données environnementales font uniquement référence aux usines, y compris Cereal Partners Worldwide et Dairy Partners Americas. Alcon établit un reporting séparément. Les chiffres relatifs à la santé et à la sécurité portent sur l'ensemble des effectifs de Nestlé et environ 61 000 sous-traitants.

Zoom @ nestle.com

📺 Le matériel vidéo et les présentations complémentaires sont résumés dans des encadrés « zoom » figurant dans le présent rapport. Sur le site www.nestle.com/csv, vous pouvez consulter du matériel audio, des études de cas, des politiques et des publications sur la *Création de valeur partagée*.

Principes de Conduite des Affaires et stratégie

Nestlé est imprégnée d'une forte culture d'entreprise, qui unit des personnes aux parcours très divers dans plus de 100 pays autour d'une même culture d'entreprise fondée sur des valeurs et des principes humains fondamentaux. Notre premier principe est que nos investissements doivent être bons pour l'Entreprise et pour les pays dans lesquels nous œuvrons.

Principes de Conduite des Affaires

La culture du Groupe et la relation qui lie Nestlé à ses partenaires sont inscrites dans :

- Les *Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé* ;
- Les *Principes de gestion et de leadership de Nestlé* ;
- Le *Code de Conduite des Affaires Nestlé*.

Des politiques globales sur la nutrition, le marketing, l'environnement, la santé et la sécurité au travail ainsi que les ressources humaines viennent compléter ces principes. [Les principes et les politiques de Nestlé peuvent être téléchargés sur le site *www.nestle.com/csv/downloads*](#)

Les outils de gestion clés comprennent le Système Nestlé de Management de l'Environnement (NEMS) et notre système de gestion RH. Des réseaux formels et informels d'experts Nestlé permettent aussi l'échange d'information aux fins de développer des meilleures pratiques à l'échelle du Groupe.

Un cadre pour la *Création de valeur partagée*

L'approche de Nestlé se fonde sur :

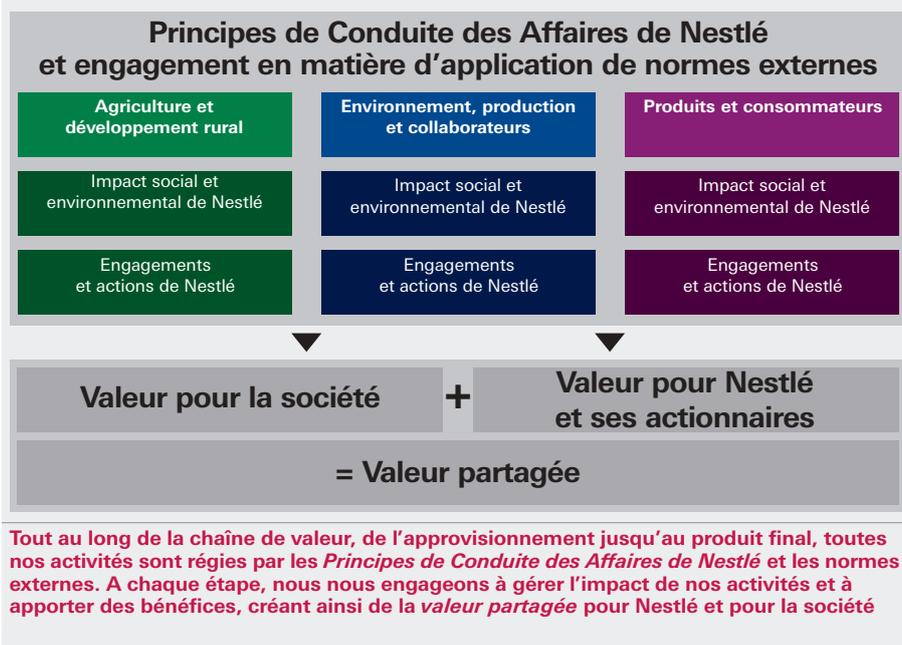
- Une perspective à long terme ;
- Un ancrage solide dans les pays et les cultures, ainsi que leur compréhension ;
- Le sens des responsabilités.

Pour générer de la *valeur partagée*, nous devons aussi :

- Continuer de développer de nouvelles compétences en réponse à l'évolution rapide des marchés et des conditions de conduite des affaires ;
- Poursuivre l'application constante et rigoureuse de nos normes et principes globaux dans tous les pays ;
- Favoriser le développement durable des relations avec autrui, non seulement pour la conduite de nos affaires, mais aussi en collaborant avec d'autres sur des thèmes plus larges où nous pouvons exercer une influence et un leadership ;
- Comprendre et traiter les risques et les opportunités qui résultent de nos influences les plus critiques en termes de durabilité ;
- Y répondre en renforçant nos systèmes de gouvernement d'entreprise et de gestion ;
- Développer des objectifs clairs sur le plan financier, écologique et social ;
- Collaborer avec nos partenaires d'affaires et nos parties prenantes pour créer de la valeur partagée.

D'autres chapitres de ce rapport traitent de défis sociaux et environnementaux spécifiques auxquels nous faisons face en relation avec les produits, les consommateurs, les collaborateurs, l'agriculture, l'approvisionnement et la production.

Le diagramme ci-contre résume le cadre appliqué par Nestlé pour la *Création de valeur partagée*.



Nouer le dialogue avec nos partenaires

Pour comprendre l'environnement dans lequel notre Entreprise évolue, des experts de Nestlé à l'échelle du Groupe sont en contact avec des consommateurs, des investisseurs et des ONG pour informer sur les actions que nous entreprenons, les produits que nous fabriquons et les données que nous communiquons. Cette année, nous avons aussi lancé des discussions sur notre Entreprise avec des créateurs d'opinion ; voir page 54 pour des informations détaillées.

Nestlé travaille aussi en collaboration étroite avec des homologues à l'instauration de cadres à l'échelle du marché. Ils comprennent l'Initiative pour le développement durable dans l'agriculture (voir pages 33–35) et PROGRESS, un forum réunissant des sociétés du secteur des produits à rotation rapide (FMCG, Fast-Moving Consumer Goods) qui soutiennent des pratiques d'approvisionnement responsables et des systèmes de production durables.

Normes d'audit et de garantie

Nous veillons à l'application rigoureuse des principes et des politiques au travers de normes d'audit et de garantie :

- La conformité aux Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé dans les domaines des RH, de la sécurité, de la santé et de l'environnement est garantie par notre programme CARE, qui s'appuie sur un réseau d'audit externe et indépendant ;
- Les sites de production font progressivement l'objet d'une certification à des normes comprenant ISO 14001, OHSAS 18001 et ISO 22000 ;
- Les activités de marketing des préparations pour nourrissons sont soumises à des audits indépendants internes et externes ;
- Les fournisseurs sont régulièrement soumis à des contrôles et à des audits.

Organes de gouvernement d'entreprise formels

- Comité des activités durables ;
- Comité de contrôle ;
- Comité de gestion des risques ;
- Group Compliance Committee.

Le Conseil d'administration est l'organe de gouvernement d'entreprise suprême de l'Entreprise et il est responsable de la surveillance du Groupe. A l'exception de Peter Brabeck-Letmathe (Président et Administrateur délégué), tous les membres du Conseil d'administration sont des membres non exécutifs.

✉ Pour en savoir plus sur le [gouvernement d'entreprise](#), consulter notre [Rapport sur la Corporate Governance 2007](#) sur www.nestle.com/csv/downloads

Fixation des objectifs

Nestlé jouit d'une culture de l'amélioration continue et considère que les tendances de performance historique sont plus révélatrices et utiles pour la planification future que la fixation d'objectifs individuels.

Production et empreinte écologique

Ci-contre : Station d'épuration à Agbara, au Nigéria. Nestlé investit dans les stations d'épuration dans les pays en développement, même en l'absence de législation, car préserver la qualité de l'eau aux alentours de nos usines constitue un avantage direct pour notre activité. Cette station a servi de modèle à une autre installation, à Tema, au Ghana

Les usines Nestlé sont un formidable catalyseur du développement rural et de nouvelles normes de qualité environnementale, en particulier dans les pays en développement. Nestlé a consenti d'importants efforts pour réduire son impact environnemental, contribuant ainsi à réduire les coûts et, partant, à améliorer la rentabilité et la durabilité de ses activités.

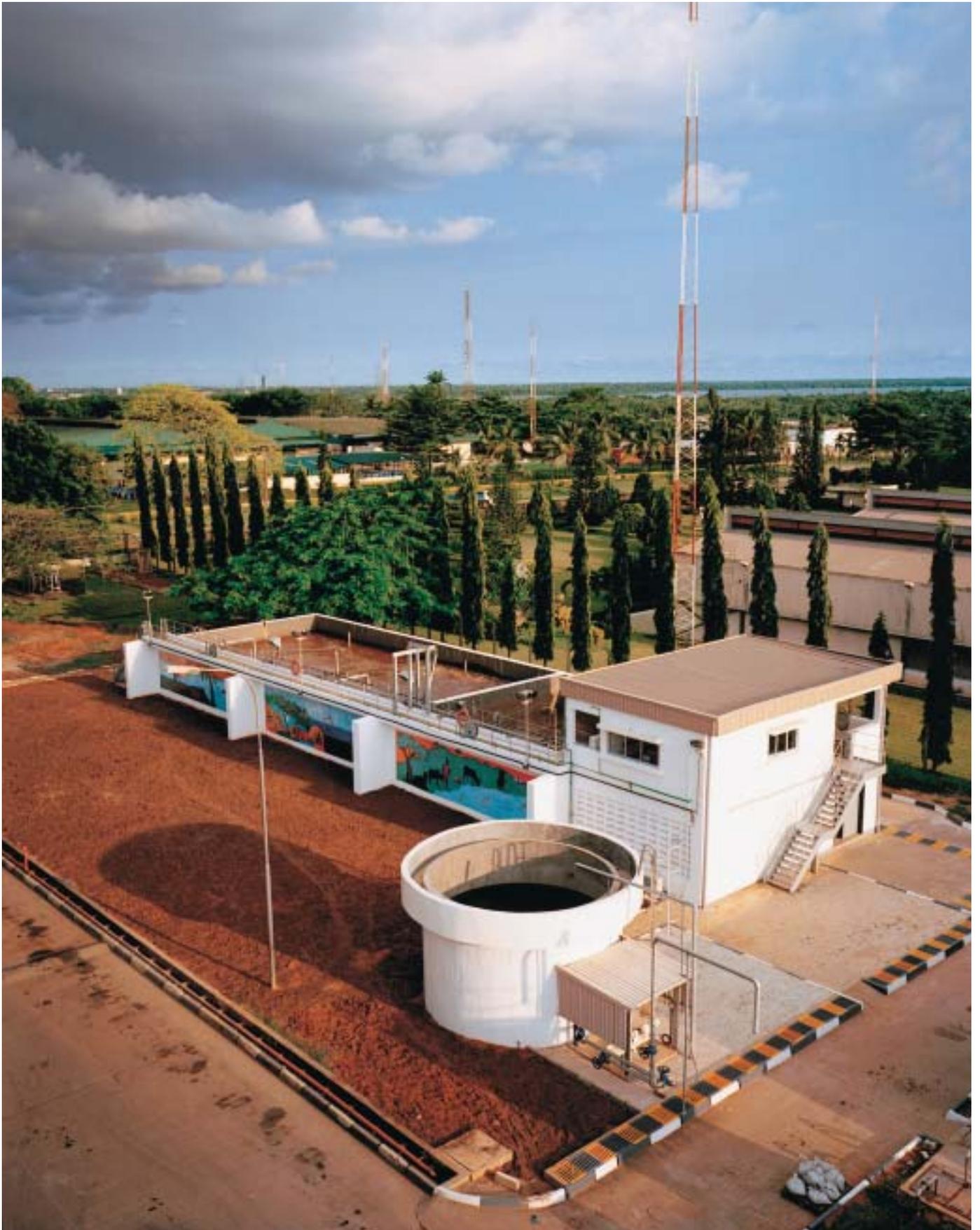
Création de valeur partagée

Valeur pour Nestlé

Grâce à la construction d'usines efficaces et de qualité élevée affichant une bonne performance environnementale en constante amélioration, conjuguée à des activités locales solides, Nestlé accroît durablement sa rentabilité en répondant à la demande croissante d'alimentation et de boissons. Notre entreprise, qui a besoin de matières premières agricoles de haute qualité et d'eau salubre tout au long de sa chaîne de valeur, dépend d'un environnement propre et de l'utilisation durable des ressources naturelles pour assurer la pérennité de ses activités.

Valeur pour la société

Nos investissements considérables dans des zones rurales aident les travailleurs à acquérir de nouvelles compétences et à améliorer leurs revenus, développent le réseau de fournisseurs et d'entrepreneurs locaux et renforcent les normes environnementales.



18%

Proportion d'usines certifiées ISO 14001 et OHSAS 18001

Le contexte mondial

Notre principe est de produire, si possible, dans les pays dans lesquels nous nous approvisionnons en matières premières plutôt que d'exporter celles-ci. Produire au niveau régional pour des marchés régionaux signifie que nos produits doivent être transportés sur des distances plus courtes, d'où des coûts de transport réduits et un impact environnemental moindre. Aujourd'hui, près de la moitié de nos usines se situent dans des pays en développement, pour l'essentiel dans des zones rurales, ce qui illustre notre approche d'investissement à long terme et notre capacité à opérer dans des environnements divers et complexes. Par exemple, Nestlé est présente en Afrique du Sud depuis 1927 et au Brésil depuis 1921. Et nous continuons de produire du café en Côte d'Ivoire malgré le climat de violence et d'insécurité qui règne sporadiquement dans ce pays depuis quelques années. Voici quelques-uns des principaux investissements industriels de Nestlé dans les pays en développement en 2007 :

- *Pakistan* : Plus grande usine de transformation laitière du monde à Kabirwala. Investissement : CHF 90 millions ;
- *Brésil* : Usine de produits à prix populaires à Feira de Santana, dans la province de Bahia. Investissement : CHF 60 millions ;
- *Chine* : Usine de transformation laitière à Hailar, Mongolie Intérieure. Investissement : CHF 20 millions.



Toutes ces installations ont été dotées, dès leur mise en service, des technologies environnementales les plus modernes comme des unités de traitement des eaux usées avant leur rejet dans l'écosystème.

Nos principaux domaines cibles en matière d'environnement sont l'eau, l'énergie et l'emballage. Parallèlement à leur gestion dans le cadre de nos processus de production, nous œuvrons tout au long de la chaîne de valeur à influencer positivement leur prise en compte au-delà de nos propres activités, ce qui contribue à améliorer la qualité et la fiabilité ainsi qu'à réduire les coûts dans la chaîne d'approvisionnement.

[Pour en savoir plus sur notre performance environnementale, y compris en matière de transport et de réfrigération, consulter \[www.nestle.com/csv/environment\]\(http://www.nestle.com/csv/environment\)](#)



Estelle Kouadio travaille dans l'usine Maggi de Nestlé, à côté d'Abidjan, en Côte d'Ivoire, où nous avons poursuivi nos activités malgré le climat d'insécurité de ces dernières années

Gestion environnementale

Nous avons investi des ressources considérables dans le Système Nestlé de Management de l'Environnement (NEMS). Il contribue à garantir le respect des législations en vigueur et de la Politique environnementale de Nestlé, à améliorer continuellement notre performance et à favoriser le développement durable.

Nous œuvrons à obtenir des certifications externes pour toutes nos usines en ligne avec ISO 14001, la norme de gestion environnementale internationale. Au-delà de l'adoption d'un langage commun, il nous est ainsi plus facile de démontrer à nos partenaires que nous respectons les règles en vigueur.

18% de nos usines sont certifiées ISO 14001 et OHSAS 18001. Nous visons à certifier 100% de nos usines d'ici à 2010.

84% de nos usines ont fait l'objet d'un audit dans le cadre de notre programme CARE.

403

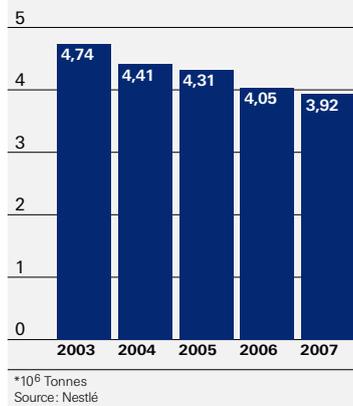
Nombre d'usines ayant fait l'objet d'un audit dans le cadre de notre programme CARE

Réduire notre empreinte carbonique

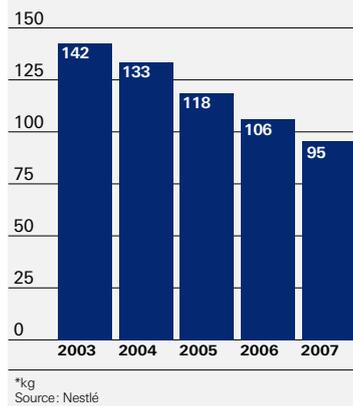
La motivation de Nestlé d'améliorer son efficacité énergétique a un impact positif direct sur nos émissions de gaz à effet de serre (GES). Nous réduisons encore nos émissions de GES grâce à la conversion de nos usines à des combustibles plus propres tels que le gaz naturel. Depuis 2003, Nestlé a réduit ses émissions de GES de 17,3%. Nous nous engageons à poursuivre nos efforts dans un futur prévisible.

Avec plus de 2000 des plus grandes sociétés au plan mondial, Nestlé participe au « Carbon Disclosure Project » (CDP) afin de partager notre stratégie et nos résultats. Cela fait partie de nos efforts continus pour rendre notre performance comparable et pour poursuivre les améliorations. Nous comptons aussi parmi un petit nombre d'entreprises qui participent à une action de sensibilisation des fournisseurs conduite par le CDP. Nous menons ce projet pilote au sein de notre chaîne d'approvisionnement pour améliorer la performance et faire avancer la question de l'efficacité et des économies d'énergie au-delà de nos propres activités.

Gaz à effet de serre: émissions de CO₂, 2003-2007*



Gaz à effet de serre: émissions de CO₂ par tonne de produit, 2003-2007*



Insight Investment, le gestionnaire de fonds du grand investisseur institutionnel HBOS Group, a décerné la note de 100% à Nestlé pour sa gestion des émissions de GES.* Nestlé est aussi considérée comme l'entreprise la plus efficace en termes d'émissions de GES parmi les 600 sociétés alimentaires cotées au Dow Jones Stoxx, sur la base des émissions directes par chiffre d'affaires (Merrill Lynch, *Carbon Leaders: Quality Win-Win Stocks*, 31 août 2007).



Au Centre de technologie de produits Nestlé à Beauvais, France, nous travaillons avec nos partenaires à la conception de congélateurs à glace à usage commercial, utilisant des réfrigérants naturels et de nouvelles technologies de réfrigération à faible consommation d'énergie, sans effet sur la couche d'ozone et dont l'utilisation par le public ne comporte aucun risque

Nous reconnaissons la nécessité de poursuivre notre collaboration avec d'autres sociétés afin d'appliquer notre stratégie au plan mondial. Parmi les progrès réalisés récemment, l'on peut citer :

- La génération d'énergie provenant de la production combinée de vapeur et d'électricité (cogénération), qui améliore l'efficacité énergétique et réduit les émissions de GES ;
- La méthanisation. Nous recourons de plus en plus à la récupération du méthane généré par nos installations de traitement des eaux usées pour l'utiliser comme combustible. Dans notre usine de Shimada, au Japon, les émissions de GES ont ainsi diminué de 38%.

* La note moyenne de Nestlé dans l'évaluation GES d'Insight Investment est de 57%

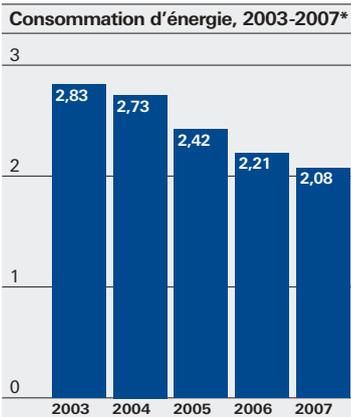
Investissements industriels : usine de transformation laitière à Hailar, en Chine



L'usine de lait ultramoderne de Nestlé à Hailar, en Mongolie Intérieure, a été ouverte en juillet 2007, bénéficiant d'un investissement de plus de CHF 20 millions. Depuis que Nestlé a commencé à investir en Chine, il y a 20 ans, 21 usines ont été ouvertes qui emploient aujourd'hui quelque 13 000 personnes. Nestlé achète du lait frais à environ 40 000 producteurs chinois, ce qui procure à ces derniers

un revenu régulier global d'environ CHF 500 000 par jour, et contribue ainsi au développement durable des communautés rurales concernées. Au moins 200 000 personnes bénéficient directement ou indirectement des activités laitières de Nestlé en Chine. Hailar a constitué l'un des trois principaux investissements de Nestlé dans des régions rurales en 2007, avec le Pakistan et le Brésil





*10⁹ Joules (GJ) par tonne de produit
Source: Nestlé

Nous avons réduit notre consommation d'énergie de 3% de 1998 à 2007, alors même que notre volume de production a augmenté de 76% sur la même période. Notre objectif est de réaliser des économies d'énergie annuelles de 1% à 2% par tonne de produit ces cinq prochaines années

Nous avons aussi adapté notre reporting des émissions de GES aux normes internationales (Greenhouse Gas Protocol, WBCSD/WRI 2004) afin de documenter de manière précise et conséquente nos émissions en nous fondant sur des approches et des principes standardisés.

Nestlé figure parmi les premières entreprises alimentaires à avoir adhéré au programme multi-partenaires de la Global Reporting Initiative pour développer une norme de reporting et des indicateurs globaux sur la durabilité dans l'industrie alimentaire.



Equipement de cogénération dans l'usine de café de Mayence, en Allemagne, où le marc de café est utilisé comme combustible

Elle fait aussi partie des 150 sociétés qui appellent, dans un communiqué publié par le Prince of Wales' Corporate Leaders Group en décembre 2007, à la création d'un cadre détaillé et contraignant par les Nations Unies pour lutter contre le changement climatique.

➤ [Pour en savoir plus, consulter \[www.nestle.com/csv/climatechange\]\(http://www.nestle.com/csv/climatechange\)](http://www.nestle.com/csv/climatechange)

Améliorer notre efficacité énergétique

Nestlé améliore son efficacité énergétique, économisant près de CHF 33 millions en 2007, ce qui a permis d'atténuer l'effet de la flambée des prix de l'énergie. Nous utilisons par ailleurs des sources d'énergie renouvelable comme le marc de café provenant de nos usines de production de café pour diminuer notre dépendance aux combustibles non renouvelables. Nestlé investit fortement dans la sensibilisation environnementale, la formation et les améliorations techniques (environ CHF 40 millions par an).



Intégrer les questions de responsabilité sociale dans la stratégie d'entreprise – au lieu de les juger secondaires – est essentiel pour la mise en œuvre efficace de ce concept. Dans les pays en développement, cela implique aussi de prêter une attention particulière aux questions de développement telles que la valorisation des fournisseurs locaux, la formation et le transfert de technologie. Nestlé prend des mesures exemplaires dans ce sens



Karl P. Sauvant, Ph.D., Directeur exécutif du Columbia Program on International Investment et vice-directeur de la Millennium Cities Initiative

Réduire notre consommation d'eau

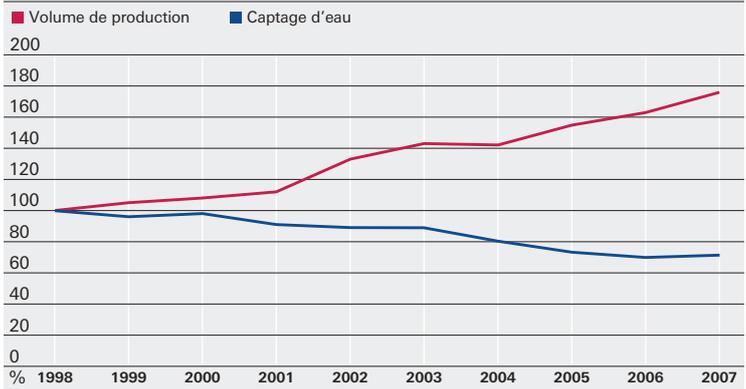
Nous œuvrons à devenir l'utilisateur le plus efficace en termes de consommation d'eau parmi les entreprises alimentaires. La réduction de la consommation d'eau fait partie de la gestion de nos usines depuis de nombreuses années. Grâce à un programme mis en œuvre à l'échelle du Groupe en 1997, nous nous sommes encore améliorés en la matière.

Nestlé Waters est le leader mondial de l'eau embouteillée mais n'utilise qu'un très faible volume d'eau douce par année. Le volume total d'eau captée par Nestlé Waters représente moins de 0,0009% du volume total utilisé par les humains. Plus de la moitié de cette eau est directement mise en bouteille par les 72 marques d'eau que nous commercialisons dans le monde entier et les quantités prélevées correspondent strictement aux besoins des unités d'embouteillage. Le reste est utilisé principalement pour les processus opérationnels et le nettoyage. La quantité d'eau additionnelle dont nous avons besoin pour produire 1 litre d'eau embouteillée s'élève actuellement à 0,81 litre. Grâce à nos processus de production rigoureux, cela représente une réduction de près de 34% sur 6 ans.

Aquapod désigne une forme d'emballage innovante qui plaît aux enfants, visant à les inciter à boire de l'eau plutôt que des limonades sucrées



Captage d'eau et volume de production, 1998-2007*



*Par rapport à l'indice 1998
Source: Nestlé

Depuis 1998, Nestlé a augmenté son volume de production alimentaire de 76% tout en réduisant son extraction d'eau de 28% sur la même période. Nous visons à diminuer encore la consommation par tonne de produit de 2% à 3% ces cinq prochaines années

Eau embouteillée, santé et environnement

La consommation d'eau embouteillée est en augmentation, alors que celle des limonades sucrées est stable ou en diminution. Certes positive pour la santé, la hausse de la consommation d'eau embouteillée n'a-t-elle pas un impact négatif sur l'environnement? Nestlé Waters s'efforce d'utiliser

l'eau de manière responsable, en agissant en conformité avec les réglementations locales et avec nos propres normes commerciales. Une équipe d'hydrogéologues est chargée de prodiguer des conseils et d'assurer le suivi des sources d'eau, afin de veiller à la préservation des ressources, tant pour le bien de la communauté que pour la pérennité des activités de Nestlé.

En outre, la production d'eau embouteillée requiert bien moins d'eau que les autres boissons en bouteille. 70% des ressources en eau extraites à l'échelle mondiale sont destinées à l'agriculture, tandis que l'eau embouteillée n'en utilise qu'une très faible quantité. Un autre point à examiner est le transport, Nestlé s'employant à raccourcir la distance entre la source et le consommateur. S'agissant de l'utilisation du plastique, Nestlé a développé la bouteille la plus légère de l'industrie, deux fois plus légère que les bouteilles des limonades. La question des déchets provenant des bouteilles d'eau jetées fait partie d'un problème plus vaste que seul le recyclage pourra résoudre. Les bouteilles d'eau représentent moins de 1% des déchets des décharges publiques aux Etats-Unis, et les bouteilles plastiques peuvent être récupérées, fondues et réutilisées. Nestlé soutient nombre d'initiatives de recyclage, y compris lors du dernier marathon de New York, où nous avons collaboré avec l'organisation New York Road Runners pour recycler la totalité des 75 000 conteneurs utilisés par les coureurs. Mais un travail considérable reste à accomplir pour recycler toutes sortes de déchets, la solution passant par un système intégré. Dans la majorité des pays où nous vendons de l'eau en bouteille, la plupart des consommateurs boivent également l'eau du robinet. La commodité de boire de l'eau réfrigérée en bouteille ne cesse toutefois de gagner en popularité auprès des consommateurs, qui la préfèrent aux limonades.

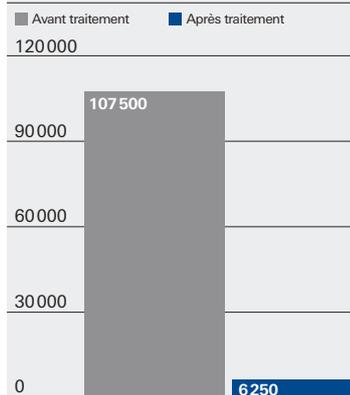


A l'usine d'aliments pour bébés Gerber de Fremont, dans le Michigan, l'eau utilisée dans les processus primaires (comme le lavage de matières premières, ici), est recyclée pour des tâches secondaires (par exemple pour nettoyer les siphons de sol). Elle est ensuite conduite 6 kilomètres plus loin, vers l'exploitation de Gerber de 182 hectares, pour irriguer les cultures destinées à nourrir les animaux des agriculteurs locaux

Rejet d'une eau épurée dans l'écosystème

Notre objectif premier est de réduire la quantité d'eau utilisée par nos activités. Nous continuons par ailleurs d'investir dans des installations de traitement des eaux utilisées pour le cycle de production, rejetant de l'eau épurée dans l'écosystème. Nous diminuons la charge organique imposée à l'environnement en traitant l'eau de manière à en éliminer la vaste majorité des polluants organiques.

Pollution organique des eaux usées traitées, 2007*

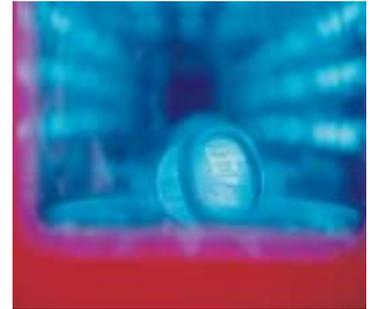


*Tonnes de DCO (Demande Chimique en Oxygène)
Source: Nestlé

L'eau provenant des usines Nestlé est rejetée propre dans l'écosystème, contenant des niveaux réduits de DCO (Demande Chimique en Oxygène ou pollution organique de l'eau) après traitement dans les installations de Nestlé



A gauche : à l'usine de café de Chachoengsao en Thaïlande, Khun Taleungkiet contrôle la qualité de l'eau qui a été traitée pour être réutilisée. C'est notre première usine «zéro eaux usées», qui recycle la quasi-totalité de l'eau, soit dans les tours de refroidissement, soit pour irriguer la pépinière de caféiers voisine



Un défi majeur

La consommation durable de l'eau

La croissance démographique et l'augmentation du niveau de vie laissent présager une hausse de la demande d'eau douce. Plus d'un milliard de personnes n'ont pas d'accès à l'eau et plus de 2,4 milliards, aux services sanitaires de base. Nestlé a besoin d'eau propre pour ses activités, les consommateurs en ont besoin pour préparer nombre de nos produits et nos partenaires d'approvisionnement pour produire les matières premières agricoles dont nous dépendons.

Notre réponse

Nous avons réduit l'extraction d'eau dans nos activités directes de 28% depuis 1998, alors que notre volume de production a augmenté de 76% dans le même temps. Parallèlement à la gestion de notre consommation directe d'eau, nous contribuons à

améliorer la gestion de l'eau en dehors de nos propres activités. Ainsi, nous soutenons le projet WET, un programme d'éducation en faveur de la préservation de l'eau. Depuis 1992, il a sensibilisé plusieurs millions d'enfants dans plus de 20 pays. L'agriculture utilise quelque 70% des ressources en eau douce extraites à l'échelle mondiale, si bien que nous œuvrons à aider nos partenaires d'approvisionnement à améliorer leurs pratiques au travers de notre vaste réseau de conseillers agricoles (voir chapitre sur l'agriculture et le développement rural). En tant que signataire fondateur du «CEO Water Mandate» du Pacte mondial des Nations Unies en juillet 2007, Nestlé a appelé des leaders industriels à répondre au défi mondial de l'accès à l'eau et de sa pénurie.

[Pour en savoir plus, consulter \[www.nestle.com/csv/water\]\(http://www.nestle.com/csv/water\)](#)

Optimiser l'emballage

L'emballage est essentiel à la sécurité et à la fraîcheur des aliments, et fournit aux consommateurs des informations nutritionnelles et environnementales. Nestlé a adopté une approche intégrée : réduire les matériaux utilisés lorsque c'est faisable, fournir des informations utiles aux consommateurs à propos du recyclage et de la valorisation, développer des emballages recyclables à partir de ressources renouvelables et soutenir la création de systèmes publics de récupération.

Nous avons réduit le volume des matériaux d'emballage utilisés par litre d'eau embouteillée de 22% ces six dernières années, économisant 257 000 tonnes. Nous poursuivons aussi le développement de matériaux d'emballage novateurs. Nous sommes la première entreprise en Europe à avoir introduit le Plantic, un substitut biodégradable au plastique fabriqué à partir de ressources renouvelables et utilisé pour l'emballage de produits alimentaires manufacturés.

CHF 583,7 millions

Economie de coûts résultant de l'optimisation des volumes d'emballage sur 16 années



Communiquer des informations environnementales sur nos emballages

Nous fournissons à nos consommateurs et partenaires d'affaires des informations environnementales claires et transparentes fondées sur des preuves scientifiques. Il existe divers moyens de communiquer ces informations de manière efficace, l'une étant l'emballage.

Par exemple, notre nouveau pot d'aliment pour nourrissons *NaturNes* indique que sa fabrication requiert moins d'énergie et produit moins d'émissions de CO₂ qu'auparavant – tout au long de son cycle de vie, y compris son recyclage. C'est dû à la réduction de poids obtenue par le remplacement d'un pot en verre par un pot en plastique, et par les économies d'énergie réalisées lors du nouveau processus de production et



Test des aliments pour bébé *NaturNes* dans le micro-ondes au Centre de technologie Nestlé de Singen, en Allemagne, visant à définir de manière optimale les paramètres et les méthodes garantissant un chauffage uniforme par le consommateur. L'étiquetage comporte des informations claires sur l'utilisation du produit et le recyclage des emballages

par l'énergie récupérée des pots en plastique usés. Ces résultats ont été attestés par une analyse du cycle de vie, qui s'appuie sur les dernières méthodes établies par des normes internationales (ISO 14040:2006 et ISO 14044:2006) et par un comité de quatre experts externes.

📄 [Pour en savoir plus, consulter \[www.nestle.com/csv/packageing\]\(http://www.nestle.com/csv/packageing\)](http://www.nestle.com/csv/packageing)

Perspectives

Nous poursuivons le développement de notre gestion environnementale, tout particulièrement :

- En améliorant encore notre performance environnementale ;
- En incitant nos partenaires d'affaires à appliquer des systèmes de gestion environnementale fondés sur la norme internationale ISO 14001 pour leurs propres activités ;
- En communiquant de manière utile et directe des informations environnementales fiables aux consommateurs.

Zoom @ nestle.com

📄 [Visionner une vidéo sur l'efficacité énergétique dans la production de café conforme au système 4C sur \[www.nestle.com/csv/stories\]\(http://www.nestle.com/csv/stories\)](http://www.nestle.com/csv/stories)

Nos collaborateurs

Ci-contre : chez Nestlé, la sécurité au travail est « non négociable ». Les mêmes normes universelles s'appliquent dans l'usine de lait de Shuangcheng, en Chine, et dans les autres activités de Nestlé dans le monde entier

Les investissements à long terme dans la formation améliorent les opportunités d'emploi et les revenus des collaborateurs et dotent Nestlé d'une main-d'œuvre qualifiée pour la production de ses aliments. Selon nos principes, chaque collaborateur doit avoir la possibilité de développer son potentiel dans un environnement de travail sûr et équitable où il trouve écoute, respect et valorisation.

*Création
de valeur partagée*

Valeur pour Nestlé

En optimisant la performance de nos collaborateurs et en s'assurant qu'ils ont la motivation et les compétences requises pour réaliser leur plein potentiel, nous obtenons des résultats d'affaires supérieurs et une croissance future durable.

Valeur pour la société

Nestlé offre des opportunités d'emploi dans le monde entier et, ainsi, le potentiel pour un niveau de vie meilleur et un développement personnel.



276 050

Nombre de collaborateurs dans le monde



Le contexte mondial

Nestlé a une forte culture d'entreprise qui unit plus de 275 000 personnes de plus de 100 pays. 34,5% de notre main-d'œuvre se trouvent en Europe, 38,3% dans la zone Amériques et 27,2% en Asie, Océanie et Afrique. Près de la moitié de nos collaborateurs travaillent dans des pays en développement, une large part d'entre eux dans leur pays d'origine. En Afrique, par exemple, seuls 3% environ de notre main-d'œuvre sont originaires d'un autre continent.



Disposer d'une main-d'œuvre motivée et qualifiée est indispensable à la poursuite du succès de Nestlé. Frank McClamma, mécanicien, et Leconya Rhym, opératrice de machine de l'usine Nestlé Waters de Madison, en Floride, fabriquent Aquapod, un concept innovant visant à inciter les enfants à boire de l'eau plutôt que des limonades sucrées

Santé et sécurité sur le lieu de travail

Le Nestlé Occupational Health and Safety Management System (NSMS) a été révisé pour tenir compte de l'édition 2007 de la norme internationale OHSAS 18001, puis diffusé à toutes les unités opérationnelles, soulignant notre attachement au principe selon lequel « la sécurité est non négociable ». Nous œuvrons également à la mise en place d'une certification externe de nos usines sur la base d'OHSAS 18001, ce qui permettra d'adopter un langage commun autour des systèmes de gestion de la santé et de la sécurité et de rendre l'application de ces normes plus transparente pour nos partenaires.

En dépit de nos efforts continus pour prévenir les accidents et favoriser une culture de la sécurité, nous devons malheureusement déplorer 15 décès des suites d'un accident professionnel en 2007 (11 employés, dont 8 dans des accidents de la route en dehors du lieu de travail – souvent dans des zones rurales difficiles où l'infrastructure est précaire et limitée – et 4 sous-traitants).

L'une des exigences clés posées par NSMS est de s'assurer que le programme Behaviour-Based Safety (BBS) a été mis en place dans l'ensemble des usines et des centres de distribution. Axé sur la sensibilisation et sur la responsabilité personnelle et interpersonnelle en matière de sécurité, il est essentiel pour

Taux d'accidents du travail et arrêts de travail dus à des accidents, 2003-2007*



*Par million d'heures de travail
Source: Nestlé

Au cours de la période allant de 2003 à 2007, le nombre d'accidents en dehors du lieu de travail par million d'heures de travail (collaborateurs et sous-traitants) a diminué de 65%. En 2008 et dans le futur, nous visons une réduction supplémentaire de 10% ou plus par an

réduire les accidents. Compte tenu du nombre de décès liés à un accident de la route, une attention majeure sera accordée à la sécurité routière à partir de 2008.

CARE, le programme d'audit indépendant contrôlant la conformité de Nestlé à ses Principes de Conduite des Affaires (☒ disponibles sur le site www.nestle.com/csv/downloads) dans les domaines des ressources humaines, de la sécurité, de la santé et de l'environnement, ainsi qu'à la législation locale, revêt également une importance capitale.

Un environnement de travail équitable

Nestlé possède un cadre de gestion solide qui guide ses relations avec les employés. Les principes y afférents sont



Nguyeãn Thanh Tuaãn et Nguyeãn Vaẽn Tuaãn à l'usine de Dong Nai au Vietnam se maintiennent en forme en jouant au ping-pong pendant leur pause de midi. Nestlé organise des programmes de bien-être au travail dans le monde entier

Un défi majeur

Assurer la haute performance de nos équipes

Dans le cadre d'activités diversifiées et décentralisées dans des économies émergentes et développées, notre défi majeur consiste à développer continuellement les capacités, le savoir-faire et le leadership à l'échelle locale en vue d'un renforcement généralisé des normes.

Notre réponse

Nestlé favorise en permanence une culture de l'engagement et de la performance et s'emploie à la mise en œuvre des meilleures pratiques. A titre d'exemple, nous avons introduit des Mission Directed Teams (MDT) dans un certain nombre de nos usines. Chaque MDT est un mini poste d'activité qui s'attache à fournir des produits et des services de qualité élevée à d'autres MDT internes. Les premiers résultats des projets pilotes conduits dans nos usines de production font apparaître une création de valeur grâce à une efficacité et à un degré d'engagement accrus et à des améliorations de la qualité du service. Les MDT ont apporté une contribution significative à Blacktown (Australie), par exemple, où les derniers résultats font état d'une baisse des réclamations des consommateurs de 33% par rapport à l'année précédente (priorité à la qualité des produits) et d'une réduction du taux d'absentéisme de 6,5% à moins de 3% des heures travaillées.

énoncés dans les *Principes de Conduite des Affaires* et dans la *Politique des ressources humaines* du groupe Nestlé, dont les lignes directrices sont conformes à la législation et aux normes locales. Nous avons pour règle de respecter la loi dans tous les pays où nous exerçons des activités et de nous conformer aux conventions de l'OIT relatives au travail des enfants et à un travail équitable.

CARE, notre programme d'audit indépendant couvrant les domaines des ressources humaines, de la santé et de la sécurité au travail ainsi que de l'environnement, atteste de la conformité de Nestlé à la législation locale et à ses *Principes de Conduite des Affaires*. Pour la performance environnementale, voir la section Environnement et production, pages 10 à 19;

pour la santé et la sécurité au travail, voir les graphiques à la page ci-contre.

Nestlé respecte le droit du personnel à s'affilier ou non à des syndicats, à condition que ce droit soit exercé en toute liberté. Nous avons pour principe de soumettre les relations avec les syndicats aux lois nationales et aux pratiques énoncées dans les *Principes de Conduite des Affaires* du groupe Nestlé. Des conventions collectives (Collective Bargaining Agreements) ont été signées dans 19 pays en développement, concernant 39 340 collaborateurs.

Ecouter et prendre en considération l'opinion des collaborateurs

Toutes les sociétés du Groupe écoutent leurs collaborateurs et tiennent compte de leur avis. Dans le cadre de l'étude indépendante qu'elle a conduite auprès de tous ses collaborateurs dans le monde,

Identifier les leaders de demain

Nous devons maintenir au niveau mondial un vivier de talents susceptibles de nous aider à conserver notre avantage concurrentiel et à réaliser une croissance durable. Nous avons 917 postes d'activités clés à l'échelle internationale et avons identifié en 2007 quelque 3000 collaborateurs capables de les occuper ou d'en assumer d'autres.

Autres statistiques clés :

- En moyenne, il y a plus de deux successeurs pour chaque poste d'activités clé au niveau mondial ;
- 24% des fonctions de conduite (associées à des responsabilités en matière de gestion du personnel) sont occupées par des femmes.

Les processus de fabrication, les activités du Siège et la capacité de R&D étant organisés de manière à constituer une présence locale forte, Nestlé peut s'appuyer sur une main-d'œuvre et un leadership compétents au niveau local. Dans les pays en développement, 42% des membres du comité de direction local sont originaires du pays.



Des collaborateurs Nestlé en pleine séance de formation intensive dans notre Centre international de formation de Rive-Reine, en Suisse



En investissant dans des lieux de travail sûrs, et dans la responsabilisation, la formation et le développement professionnel des collaborateurs, les entreprises génèrent un gain de productivité et de loyauté immédiat tout en améliorant la qualité du pool de talents local. Cette tendance est particulièrement marquée dans les pays en développement et s'observe surtout dans les grandes entreprises comme Nestlé, qui sont intégrées dans la société de ces pays



Rob Goffee, Professeur de comportement organisationnel, London Business School

Nespresso a reçu un feedback constructif sur plusieurs questions. Les collaborateurs ont clairement émis le souhait que la Société porte un regard nouveau sur la communication interne. Nespresso y a répondu en organisant des ateliers structurés destinés à faciliter la traduction des paroles en actes, lesquels ont abouti à diverses initiatives allant des nouvelles occasions de rencontre et d'échange (« mystery lunches » et réunions mensuelles à l'échelle du département) à l'amélioration des sources d'information (intranet et bibliothèque des publications). Par ailleurs, Nestlé réalise actuellement une enquête auprès de ses collaborateurs dans le monde entier, dont les résultats seront publiés ultérieurement.

Soutenir les collaborateurs en cas de restructuration

En mars 2004, Nestlé Purina PetCare (NPCC) a fait part de son intention de fermer son usine de conserves pour animaux de compagnie à Barrhead, en Ecosse, en raison d'un ralentissement continu des affaires sur ce marché. L'âge et l'aménagement de l'usine excluaient toute rénovation potentielle en vue de la fabrication d'aliments secs ou d'aliments dans des contenants en aluminium. L'usine employait 206 personnes. NPCC a constitué une équipe composée de membres de la direction et des syndicats, lesquels ont travaillé en étroite collaboration avec les agences d'emploi et de formation locales. Les collaborateurs ont bénéficié

d'un soutien pour la recherche d'emploi et la préparation de leur CV, de conseils concernant leur carrière, leur formation et leur retraite ainsi que d'une bourse aux emplois. Sur les 197 participants à une étude conduite après la fermeture de l'usine, 85% ont déclaré avoir recouru aux services proposés, 96% d'entre eux leur accordant la note de 5 ou plus sur 10 (meilleure note). 62% des participants ont retrouvé un emploi trois mois environ après la fermeture de l'usine, 7% seulement étant encore à la recherche active d'un emploi au moment de l'enquête. D'autres ont indiqué qu'ils « faisaient une pause », « étaient restés dans l'Entreprise » ou « suivaient une formation continue/supérieure ».

Développer nos compétences

Nous devons développer les compétences nécessaires à un succès à court et à long terme par des expériences sur le terrain, des relations de coaching et des formations externes. En 2007, 65 647 collaborateurs dans 33 pays en développement ont reçu une formation formelle.

Agriculture et développement rural

Ci-contre : M^{me} Asso Koffi, propriétaire d'une plantation de manioc auprès de laquelle Nestlé s'approvisionne, avec Pondo Kouamé, responsable des services agricoles de Nestlé en Côte d'Ivoire. Nestlé soutient les actions initiées par les gouvernements et les Nations Unies en Afrique de l'Ouest pour améliorer la production de manioc en termes de quantité et de qualité, ce dernier étant un élément vital pour l'emploi des agriculteurs africains et l'alimentation de millions de personnes sur tout le continent

Nestlé dépense chaque année quelque CHF 13 milliards pour l'achat de matières premières agricoles comme le lait, le café et le cacao. Ainsi, bien que nous ne possédions pas de terres agricoles, nous cherchons à améliorer le niveau de vie des agriculteurs, les pratiques environnementales et l'utilisation de l'eau. Ces efforts nous permettent d'avoir accès à des matières premières de haute qualité.

Création de valeur partagée

Valeur pour Nestlé

En collaborant étroitement avec les communautés qui nous fournissent des produits agricoles de base, nous bénéficions d'un approvisionnement plus sûr en matières premières de meilleure qualité, ce qui entraîne une réduction de nos coûts d'approvisionnement (moins d'intermédiaires, de défauts et de gaspillage) et une amélioration de la qualité des produits finis, qui permettent à leur tour de répondre aux préférences des consommateurs et d'assurer une croissance rentable de nos marques.

Valeur pour la société

Des milliers d'agriculteurs recourent à nos conseils et à notre assistance technique pour accroître le rendement de leurs récoltes de qualité supérieure moyennant une utilisation de ressources moindre, ce qui est bénéfique à l'environnement et améliore leurs revenus. Les communautés rurales profitent d'un plus grand nombre d'offres d'emploi et d'opportunités de développement économique. Enfin, les consommateurs savent que les produits qu'ils achètent sont sûrs, de qualité élevée et obtenus selon des pratiques agricoles durables.



Le contexte mondial

Le monde fait face à trois questions qui influencent particulièrement l'avenir de nos affaires et de notre secteur d'activités. Il s'agit :

- De la demande croissante d'aliments dans des pays comme la Chine et l'Inde liée à l'augmentation des revenus des familles ;
- De la pénurie grandissante de l'eau à l'échelle mondiale ;
- De la pauvreté continue, du mauvais état de santé et du manque de pouvoir d'achat de plus de 2 milliards de personnes dans des régions rurales.

Il faut traiter le problème de la pénurie de l'eau tout en augmentant la production d'aliments et en veillant à ce que les communautés rurales passent à une économie monétaire avec un accès à la nourriture, à l'eau et à des conditions sanitaires.

Développement rural

Nestlé aide depuis longtemps les agriculteurs à améliorer la qualité de leurs produits et à augmenter leurs revenus, ce qui, à long terme, exerce une incidence positive sur le développement économique et environnemental et sur le niveau de vie. Parfois, ce sont des régions entières qui profitent d'un accroissement de la productivité agricole et de la performance économique. Souvent, le soutien s'effectue d'abord au travers de programmes agricoles axés sur un échange de bonnes pratiques environnementales et de gestion de l'eau.



Notre équipe de 675 agronomes et de quelque 5000 sous-traitants et collaborateurs par extension offre son appui et une assistance en matière de formation à 111 800 agriculteurs au travers de 28 projets dans 21 pays tout en maintenant un dialogue permanent avec les négociants, les gouvernements et des ONG. Notre soutien n'est lié à aucune condition et les agriculteurs n'ont aucune obligation de vendre leurs produits à Nestlé.

Des projets de ce type garantissent un approvisionnement en matières premières de choix et, partant, le maintien d'une production de produits finis de qualité. Par exemple, la ferme-modèle expérimentale

Nestlé de Doi Tung aide des centaines de planteurs à cultiver du café arabica dans le nord de la Thaïlande. Ils se voient dispenser une formation pratique à la fertilisation du café et aux techniques d'irrigation et de récolte, ce qui leur permet d'exiger un prix plus élevé. Nous avons adopté une approche similaire dans la province du Yunnan, en Chine, où Nestlé a mis sur pied un centre de formation, une ferme-modèle, une pépinière et un centre d'achats.

Zhengjun Wang, propriétaire de neuf vaches et de six veaux, livre du lait à l'usine Nestlé de Shuangcheng, au nord-est de la Chine, depuis 1990. Grâce au projet lancé par Nestlé dans le district laitier, les agriculteurs disposent désormais de véritables installations de stockage du fumier, ce qui réduit l'impact sur les sources d'eau et crée une source d'énergie au biogaz pour les foyers des agriculteurs

Partenariat dans le cadre du Programme des Nations Unies pour le Développement

Un programme mené conjointement par le PNUD, Nestlé Pakistan et Engro Foods a assuré la formation de 4000 conseillères agricoles, dont l'assistance technique aide les producteurs des régions rurales du Pakistan, lesquels approvisionnent Nestlé en lait frais, à accroître leur production.

En vue d'établir des relations de confiance dans le commerce laitier, Nestlé Inde a installé des centres de collecte du lait bien équipés, et son personnel sur le terrain fournit aux agriculteurs une assistance technique et des conseils sur la santé animale, l'élevage et le fourrage. Ces mesures ont contribué à élever la qualité et la valeur du lait produit par 85 000 agriculteurs et, de notre avis, à améliorer la santé et l'économie de la communauté locale. Nestlé coopère également avec des écoles et des associations locales pour améliorer les équipements d'eau potable et les toilettes dans les écoles du district laitier approvisionnant l'usine de Moga; la Société participe en outre à un projet axé sur le financement de médicaments pour une clinique locale soignant des patients atteints de tuberculose.

Profil d'approvisionnement

Chaque année, Nestlé achète pour CHF 8 milliards de produits agricoles de base dans des pays émergents, soit environ deux tiers de ses dépenses totales en matières premières, 40% environ des achats concernant



Au Pakistan, plus de 4000 femmes acquièrent de nouvelles compétences dans le domaine agricole, telles que des techniques d'élevage ou de gestion de l'eau, grâce à la formation apportée par Nestlé

le lait, le café et le cacao. Plus d'un demi-million d'agriculteurs (610 000) approvisionnent Nestlé directement.

Même si chacune des principales régions d'approvisionnement de Nestlé a ses conditions politiques, socio-économiques et environnementales propres, la Société œuvre à la protection de la sécurité de son approvisionnement, de la qualité des ressources ainsi que de l'emploi et du développement dans les zones rurales.

A titre d'exemple, l'érosion des sols peut être un défi dans des pays montagneux avec de fortes précipitations tels que les Philippines. Les experts agricoles de Nestlé ont travaillé avec le ministère de l'agriculture et les planteurs de café locaux en vue de mettre en œuvre le programme SALT (Sloping Agricultural Land Technology). La prise en compte des courbes de relief et le recours à l'herbe de vétiver pour retenir le sol ont permis de réduire l'érosion jusqu'à 90%, d'améliorer la fertilité des sols et d'accroître le rendement des récoltes.

Un défi majeur

Les biocarburants

En plus d'être une source d'alimentation, certaines cultures comme le maïs et le blé peuvent être exploitées comme source d'énergie. D'aucuns considèrent ces « biocarburants » comme une solution énergétique à long terme, associée à de faibles émissions de CO₂.

Nestlé estime que les décisions relatives aux sources d'énergie doivent se fonder sur une analyse coût-bénéfice et du cycle de vie, et prendre en compte l'intégralité de leurs incidences sociales et environnementales, y compris leurs effets sur le prix des aliments et l'eau. La production actuelle de biocarburants a contribué à une flambée des prix et risque de provoquer, à long terme, une pénurie de nourriture pour des millions de consommateurs à faibles revenus. L'agriculture utilise déjà 70% des sources d'eau disponibles; étant donné que chaque litre de biocarburant fabriqué à partir de maïs ou de soja irrigués nécessite jusqu'à 5000 litres d'eau, toute expansion à grande échelle aggravera le problème. En outre, selon le type de culture et l'emplacement géographique, les économies de gaz à effet de serre sont susceptibles d'augmenter dans certains cas, comparées à celles réalisées en cas d'utilisation de combustibles fossiles.

Profil d'approvisionnement Nestlé, 2006

Lait	Café	Cacao*
11 850 000 tonnes CHF 4 000 millions	750 000 tonnes CHF 1 600 millions	370 000 tonnes CHF 930 millions

Autres : fruits, légumes et céréales en partie achetés directement auprès des producteurs; sucre, huile, viande, épices et autres ingrédients achetés dans le commerce

*Fèves, poudre, beurre et liqueur de cacao
Source: Nestlé

Lait

Nestlé est la plus grande société laitière du monde, achetant 11,8 millions de tonnes de lait dans plus de 30 pays. Mais face à la hausse de la demande liée à la hausse du niveau de revenu disponible dans les pays en développement, l'approvisionnement continu en lait frais de qualité par des moyens économiques et efficaces reste un défi.

L'approche de Nestlé comprend le développement de districts laitiers, ce qui implique l'achat régulier de lait auprès des producteurs locaux, indépendamment de la quantité qu'ils produisent. Cela nécessite également la mise en place d'installations de collecte, de stockage et de réfrigération ou l'adaptation des infrastructures existantes, et l'organisation du transport jusqu'à une usine locale. De tels investissements démontrent aux communautés locales notre volonté d'être présents sur le long terme.

Loin de bénéficier uniquement d'un marché pour leur lait, les communautés locales profitent de la formation dispensée par les agronomes et techniciens de Nestlé, parfois en partenariat avec une université ou un collègue local. Un contrôle-qualité, une traçabilité et des systèmes de sécurité alimentaire sont également mis en place, un soutien

financier est disponible et les producteurs sont assurés d'être payés régulièrement à un prix équitable.

Lancé en Suisse dans les années 1870, le modèle de district laitier de Nestlé a été répliqué et adapté en vue de son introduction en Amérique latine, dans les Caraïbes, en Asie, en Afrique et, plus récemment, en Mongolie Intérieure. En moyenne, les districts laitiers enregistrent une croissance annuelle de 2 à 5%, pouvant aller jusqu'à 10% pour certains, engendrant chaque année des millions de dollars dans les économies rurales.

Caquetá, une région pauvre et faiblement peuplée de Colombie comptant plus de 1 000 000 d'hectares de pâturages, abrite un district laitier Nestlé. Au cours des 30 dernières années, Nestlé a installé trois usines et 220 stations de refroidissement, et a fourni aux 2800 agriculteurs des conseils techniques en matière de nutrition animale, de développement agricole et de construction des routes en vue d'une amélioration de la qualité de leur lait et d'un accroissement des quantités produites.



L'amélioration de la productivité et de la durabilité dans le domaine agricole présente un intérêt majeur particulier pour l'industrie alimentaire. La population mondiale croît rapidement et, heureusement, un nombre grandissant de personnes sortent de la pauvreté. Elles exigent plus d'aliments et de meilleure qualité, ce qui crée de grandes opportunités pour les agriculteurs et l'industrie alimentaire. Le défi consiste néanmoins à assurer la satisfaction de la demande, aujourd'hui et demain, mais aussi sur le long terme, ce en dépit d'une base de ressources limitée à l'échelle mondiale, ainsi qu'en atteste en particulier le domaine de la sécurité en matière d'eau. Les entreprises qui s'engagent activement en faveur d'une utilisation plus durable de l'eau dans l'agriculture – qui est le premier consommateur d'eau – investissent dans la sécurité de leur propre chaîne d'approvisionnement



Professeur Stefan Tangermann, Directeur des Echanges et de l'Agriculture, OCDE

97500

Tonnes de café acheté directement auprès des producteurs

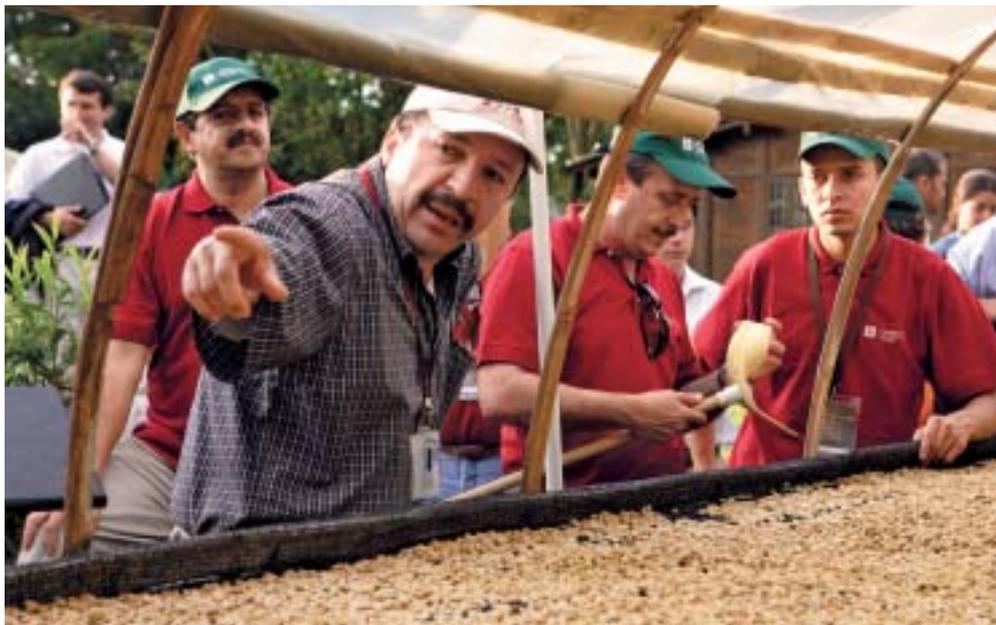
Café

Le café est la deuxième matière première la plus échangée au monde après le pétrole ; c'est dans la « Ceinture du café », une bande qui couvre l'Amérique latine, l'Afrique et l'Asie entre les tropiques du Cancer et du Capricorne, qu'il se cultive le mieux. Pour nombre de pays, le café est un produit d'exportation important, et pour certaines communautés, sa culture constitue la principale activité économique. La chaîne d'approvisionnement du café est extrêmement complexe, 80% des planteurs étant de petits paysans possédant quelques hectares ou moins. Près de 25 millions d'entre eux dépendent directement de la culture du café pour assurer leur subsistance, et 100 millions de personnes à travers le monde travaillent dans l'industrie caféière.

Dans les pays producteurs de café où nous disposons d'usines, notre système d'achat direct permet aux planteurs de livrer leur café directement à nos centres d'achat. A titre d'exemple, quelque 20 000 producteurs déposent leur café dans les sept centres d'achat de Nestlé dans le sud de la Thaïlande, bénéficiant d'un prix plus élevé du fait de l'absence d'intermédiaires.

En 2006, Nestlé a acheté 750 000 tonnes de café vert, dont environ 13% directement auprès des planteurs, ce qui fait de la Société le plus gros acheteur mondial de café en direct.

Nestlé propose également des cafés certifiés « commerce équitable » (ou avec une autre



Les agronomes de Nestlé et les producteurs colombiens échangent des renseignements sur les méthodes de séchage du café les plus efficaces ; c'est l'un des thèmes abordés lors d'une semaine consacrée à un échange de vues et à la formation sur les pratiques agricoles durables dans le cadre du programme Nespresso AAA Sustainable Quality

certification) lorsque la demande des consommateurs ou des clients de détail est suffisante. *Nescafé Partners' Blend* en est un exemple.

Café Nespresso AAA Sustainable Quality

Seuls 2% environ des cafés de spécialité du monde répondent au profil défini par Nespresso pour ses cafés Grands Crus. Pour garantir un approvisionnement constant à l'avenir, nous encourageons et récompensons les caféiculteurs qui satisfont à ces normes, en développant des relations durables profitant aux deux parties et en améliorant la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement.

« AA » ont toujours été synonymes de qualité supérieure. En 2003, Nestlé a ajouté un troisième « A », qui renvoie à la durabilité. Dans le cadre du programme Nespresso AAA Sustainable Quality, nous

resserrons nos relations avec des fournisseurs et des partenaires pour garantir une production selon les normes de qualité les plus élevées, tout en tenant compte de la valeur sociale et économique pour les communautés de planteurs et de la durabilité environnementale.

Dans le cadre d'une collaboration étroite avec Rainforest Alliance, nous nous employons

- A acheter le café AAA au prix le plus élevé aux planteurs ;
- A définir les pratiques requises pour la production de café de niveau AAA ;
- A analyser les données de la procédure de vérification menée en toute indépendance par Rainforest Alliance ;
- A fournir une formation et une assistance techniques aux planteurs ;
- A investir dans des projets communautaires au sens large.

En 2007, 35% des grains de café vert achetés par Nespresso provenaient d'exploitations relevant du programme AAA Sustainable Quality. Cette valeur reflète une hausse de 25% en 2006, et nous nous sommes engagés à la faire progresser jusqu'à 50% d'ici à 2010.

Le programme AAA Sustainable Quality a été lancé au Mexique, au Guatemala, au Costa Rica, en Colombie et au Brésil. (Pour plus d'informations, consulter www.nespresso.com)

En novembre 2007, le deuxième forum du café AAA Sustainable Quality s'est déroulé au Costa Rica.

(Pour en savoir plus, lire www.nestle.com/csv/AAAforum)

En 2006, Nespresso et TechnoServe ont lancé un programme de développement durable sur trois ans à Caldas, en Colombie, dans le but d'aider les caféiculteurs à améliorer la qualité de leur café et à augmenter leur rendement, de façon à relever leurs prix. L'investissement à hauteur de CHF 847 000 – comprenant CHF 472 000 de Nespresso et de TechnoServe – est affecté à l'accroissement de la productivité, à la mise en place d'un système de tarification et à la construction de nouveaux laboratoires. D'ici à 2011, il devrait avoir généré un revenu supplémentaire de CHF 3,5 millions de PIB dans la région de Caldas – soit une hausse de 20% (CHF 880) par planteur – et permis à Nespresso d'acheter 25 000 sacs (1500 tonnes) de café vert AAA.



Dans cette école de terrain parrainée par Nestlé à Noberkro, au sud-ouest de la Côte d'Ivoire, on aborde des sujets comme les pratiques de travail responsables, l'importance de la scolarisation des enfants et les méthodes de culture durables. Le cacao provenant de ce type d'exploitations est ensuite utilisé dans le cadre de marques phares Nestlé, pour du chocolat fabriqué à York, au Royaume-Uni



Cacao

Bien que Nestlé ne possède aucune exploitation ou plantation de cacao, nous nous engageons à contribuer à une production du cacao plus durable au travers de programmes menés avec d'autres membres de l'industrie, des gouvernements dans les pays producteurs d'Afrique occidentale ainsi qu'avec d'autres organisations partenaires.

Nestlé :

- Est un membre fondateur de l'Initiative internationale sur le cacao (ICI), une initiative conjointe de l'industrie, des syndicats et de la société civile qui vise à éliminer le trafic des enfants et les pratiques de travail abusives ;

- Travaille en étroite collaboration avec des gouvernements d'Afrique occidentale, des experts en matière de travail et des partenaires dans d'autres secteurs d'activités pour mettre en place un système de certification pour les régions productrices de cacao, lequel remédiera à toute absence de conformité avec la convention 182 de l'OIT sur le travail des enfants et contribuera ainsi à améliorer les conditions de vie des enfants et des familles dans les exploitations ;
- Est affiliée à la World Cocoa Foundation, qui apporte son soutien aux producteurs de cacao et à leurs familles dans le monde entier.

Nestlé finance aussi un projet triennal en faveur de la production durable du cacao avec trois

coopératives regroupant quelque 3000 producteurs en Côte d'Ivoire. Mené avec le concours de l'Organisation Internationale du Cacao (OIC), l'ICI, l'exportateur de cacao ECOM Agroindustrial et l'ONG locale FEMAD (Femme Action Développement), ce programme vise à améliorer les revenus des producteurs de cacao, à protéger l'environnement, à lutter contre le travail des enfants, à augmenter le taux de fréquentation scolaire et à accroître la sensibilisation au VIH/sida. D'autres projets sont en cours de développement en Afrique occidentale.

Initiatives et partenariats

Nestlé participe activement à un certain nombre d'initiatives internationales et de partenariats intersectoriels visant à promouvoir des techniques agricoles durables. Présentent un intérêt particulier :

Code d'usage Commun pour la Communauté du Café (4C)

Voir p. 34 pour plus de détails.

Initiative pour le développement durable dans l'agriculture (SAI)

Cofondée par Nestlé, Danone et Unilever en 2002, l'Initiative pour le développement durable dans l'agriculture de l'industrie alimentaire (plateforme SAI) compte désormais 22 grandes entreprises actives dans le commerce ou la production alimentaire. Elle se concentre principalement sur :

- La qualité et la sécurité dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire;
- La demande croissante de nourriture dans le monde;

Des enfants à Kaleke, en Inde, autour du puits construit dans leur école grâce à un partenariat avec Nestlé visant à fournir de l'eau salubre aux villages du district laitier autour de l'usine de Moga

Un défi majeur

Gérer l'eau dans l'agriculture

L'agriculture utilise près des trois quarts du volume total d'eau douce disponible dans le monde; dès lors, une gestion appropriée de l'eau est essentielle à la subsistance des producteurs et de leurs communautés. Nombre de programmes à travers le monde contribuent à la formation des ouvriers agricoles en abordant des thèmes comme l'irrigation, la pénurie d'eau et l'assainissement. Citons par exemple le « CEO Water Mandate », une initiative publique/privée lancée en juillet 2007 par le Pacte mondial des Nations Unies et un groupe d'entreprises et d'organisations engagées.

Notre réponse

En tant que signataire fondateur du « CEO Water Mandate », Nestlé défend publiquement l'accès à de l'eau potable salubre, et a déployé des efforts considérables pour faciliter l'échange des connaissances et des meilleures pratiques dans le domaine de l'utilisation et de la protection de l'eau dans l'agriculture. La Société a, par exemple :

- Creusé 85 puits dans des écoles des villages situés dans le district laitier de Moga, en Inde;
- Travaillé avec des producteurs de lait en Afrique du Sud en vue d'encourager le recours à des techniques de



travail du sol plus efficaces, l'irrigation de nuit et la mise en place de systèmes d'irrigation informatisés;

- Enseigné aux producteurs de café vietnamiens des techniques d'irrigation efficaces dans le but de réduire la consommation d'eau de 60%;
- Apporté son soutien à un programme lancé par le gouvernement local en vue d'aider les producteurs du district laitier de Shuangcheng, en Chine, à stocker correctement les effluents agricoles et à éviter ainsi une contamination de la nappe phréatique.

Lancée en 2000, l'Initiative Nestlé pour le développement durable dans l'agriculture (SAIN) vise à promouvoir une agriculture durable tout en améliorant l'efficacité et la gestion du risque. Afin de fournir un cadre systématique aux nombreux projets de Nestlé liés à l'eau, la Société a décidé d'accorder à cette ressource une place centrale dans SAIN.

Code d'usage Commun pour la Communauté du Café (4C)



Le Code d'usage Commun pour la Communauté du Café (4C) repose sur un code de conduite adopté volontairement par les producteurs de café, les négociants, la société civile ainsi que d'autres acteurs formant l'association à but non lucratif 4C, lesquels s'engagent en faveur de méthodes de culture et de gestion appropriées, destinées à accroître l'efficacité, la rentabilité, la transparence et la durabilité de la production, du traitement et du négoce du café.

En décembre 2007, quelque 6 millions de sacs de 60 kg (360 000 tonnes) de café, soit 6% des ressources mondiales, ont été soumis au 4C, et plus de la moitié des producteurs de café mondiaux, les plus grands



établissements de négoce, des torréfacteurs ainsi que des producteurs sont désormais représentés parmi les 72 membres de l'association. Nestlé recevra du café certifié 4C dans six de ses usines d'ici à la fin du 1^{er} trimestre 2008.

 Pour en savoir plus, consulter www.nestle.com/csv/stories et www.sustainable-coffee.net



Tout en haut, à gauche : M^{me} Vo Thi Tinh, planteuse de café au Vietnam, effectue sa première livraison de café, contrôlé selon le Code d'usage Commun pour la Communauté du Café (4C), après avoir participé à la formation 4C et produit son café conformément au Code



Ci-dessus, à gauche et à droite : Des inspecteurs visitent une exploitation pour s'assurer que les principes de production et de gestion sont conformes au 4C. Tout en haut, à droite : Séchage du café dans une exploitation vietnamienne

6%

Part de l'approvisionnement mondial en café actuellement soumis au 4C

● Les conséquences néfastes potentielles de l'agriculture sur les ressources naturelles et l'environnement.

Dans le cadre de la SAI, Nestlé a coopéré avec des agriculteurs pour développer les meilleures pratiques dans la production de lait comme dans la culture de café, de céréales, de fruits et de légumes. Elle prévoit d'étendre ces activités à l'ensemble des principales matières premières et à des questions telles que l'utilisation de l'eau dans l'agriculture et le recours aux biocarburants. A travers son groupe de travail dédié au café, Nestlé participe à trois projets pilotes axés sur la production durable de café, en collaboration avec un partenaire commercial majeur :

- ECOM au Nicaragua ;
- Volcafé au Guatemala ;
- NKG Partnerships au Vietnam.

📄 [Pour en savoir plus, consulter www.sajplatform.org](http://www.sajplatform.org)

Gestion des relations avec les fournisseurs

En 2007, Nestlé a conduit 3400 audits d'installations de fournisseurs pour aider ces dernières à s'assurer qu'elles sont conformes aux normes de sécurité alimentaire de Nestlé. (📄 [Voir sur www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads))

Nous visons à la mise en place, à l'échelle mondiale et de bout en bout de la chaîne d'approvisionnement, d'un système d'audits qualitatifs, sociaux et environnementaux en vue de réduire la charge de travail totale et les doublons, mais aussi de faciliter la



reproduction des meilleures pratiques dans l'ensemble des régions d'approvisionnement clés, le développement de partenariats et l'obtention de résultats mesurables. Nestlé est également membre de la Task Force AIM-PROGRESS. Cette initiative, qui réunit des grandes sociétés du secteur des produits à rotation rapide, soutient le recours à des méthodes d'évaluation communes pour déterminer la performance des fournisseurs socialement responsables et contribue à promouvoir des pratiques responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Nestlé insiste sur l'honnêteté, l'intégrité et la loyauté dans l'ensemble de ses relations d'affaires, et si une absence de conformité est relevée, le fournisseur est appelé à prendre les mesures qui s'imposent pour y remédier. Nestlé a pour principe de prendre des sanctions en cas de comportement inadéquat ou de violation des normes et des directives éthiques.

Dans le cadre de l'Initiative Nestlé pour le développement durable dans l'agriculture, une équipe de projet au Vietnam transmet à des planteurs de café son savoir-faire en matière de pratiques agricoles durables

En outre, nous indiquons clairement nos attentes concernant les conditions sociales des producteurs auprès desquels nous nous approvisionnons, et accordons un degré de priorité élevé aux questions liées au travail des enfants, à la santé et à la sécurité de nos collaborateurs.

📄 [Les principes et directives détaillés relatifs à notre position sur ces questions et sur d'autres peuvent être consultés sous www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)

Toutes les mesures prises pour promouvoir les pratiques d'affaires respectueuses de l'environnement et améliorer la performance environnementale sont définies dans la *Politique environnementale de Nestlé*.

Directives d'achat direct

Nestlé est consciente de la pression que les processus agricoles sont susceptibles d'exercer sur les ressources et sur les habitats écologiques. En vue d'accroître la performance de notre production agricole et de minimiser les incidences négatives potentielles, Nestlé a publié des directives d'achat qui donnent la priorité à des techniques de culture durables dans le cadre d'un approvisionnement direct auprès des producteurs.

Zoom @ nestle.com

📄 [Visionner des vidéos portant sur l'approvisionnement en café conforme au 4C et sur l'Initiative internationale du cacao sur www.nestle.com/csv/stories](http://www.nestle.com/csv/stories)

Produits et consommateurs

Ci-contre : Liz Ellis, ancienne capitaine de l'équipe australienne de netball, participe à une importante campagne de publicité télévisée pour la gamme des produits Nestlé, en soulignant qu'ils allient tous plaisir et saveur et s'intègrent parfaitement dans un mode de vie sain

La nutrition, la santé et le bien-être se trouvent au cœur de la stratégie de base de Nestlé, qui consiste à offrir des produits d'une valeur supérieure à celle de nos concurrents, produits qui profitent tant au bien-être du consommateur qu'aux ventes de Nestlé.

Création de valeur partagée

Valeur pour Nestlé

En répondant aux besoins en mutation des consommateurs, en s'intégrant davantage dans la société et en communiquant clairement, nous renforçons nos marques, ainsi que la loyauté des consommateurs, ce qui se traduit à long terme par une augmentation de la croissance, des parts de marché et de la rentabilité.

Valeur pour la société

Un nombre croissant de consommateurs ont accès à des produits alimentaires sûrs, nutritifs et de qualité élevée. Ils ont aussi une meilleure connaissance des questions de santé et savent mieux utiliser les produits Nestlé en vue de l'adoption d'un régime alimentaire sûr, sain et agréable pour eux-mêmes et pour leurs familles.



Nutrition, santé et bien-être

Le profil nutrition, santé et bien-être

Depuis ses débuts, notre Société poursuit une stratégie basée sur des produits nutritionnels contribuant à la santé et au bien-être des consommateurs. Ces dernières années, Nestlé a renforcé cette stratégie, devenant le leader mondial de la nutrition, de la santé et du bien-être, avec des ventes totalisant CHF 107,6 milliards.

Nestlé investit dans le développement et la rénovation continus de ses produits en vue d'améliorer leur qualité et leur valeur nutritionnelle. En outre, elle veille en permanence à répondre aux préférences changeantes des consommateurs qui, au-delà du goût, du plaisir et de la commodité, accordent davantage d'intérêt à la valeur ajoutée en termes de nutrition et de santé.

Faire de la nutrition un critère de choix privilégié: 60/40+

La stratégie de Nestlé consiste à proposer des produits présentant une supériorité avérée sur ceux de la concurrence en termes de préférence des consommateurs et de valeur nutritionnelle sur la base d'un processus de test des produits breveté nommé 60/40+. Défendu dans l'ensemble des activités de Nestlé par l'Unité santé et bien-être (Corporate Wellness Unit), le programme tire son nom du double objectif qu'il poursuit, à savoir obtenir



l'approbation de 60% au moins des consommateurs lors d'un test de goût et offrir un plus nutritionnel. Le processus contribue à une amélioration continue du goût et de la valeur nutritionnelle de nos produits et, ainsi, à des gains de parts de marché et à une meilleure rentabilité.

En vue d'assurer un impact optimal, le programme se concentre sur les produits les plus vendus – en 2007, ceux dont les ventes ont atteint CHF 14,6 milliards –, ce qui en fait le plus vaste programme à orientation nutritionnelle du secteur de l'alimentation et des boissons.

L'application du programme 60/40+ s'est traduite en Inde par le lancement des *Maggi Dal Atta Noodles*. Ces nouilles à base de farine de blé complète (*atta*) et de légumes sont l'un des snacks les plus populaires en Inde et contiennent des protéines et des fibres alimentaires, moyennant une teneur en sel réduite.



Utilisé à l'échelle mondiale, le processus de test des produits 60/40+ permet de formuler des produits à valeur nutritionnelle ajoutée, adaptés aux goûts locaux. Les nouilles *Maggi Dal Atta Noodles*, par exemple, sont élaborées pour répondre aux besoins et aux préférences spécifiques des consommateurs en Inde



Un nombre croissant de communautés commencent à sortir de la pauvreté; il est donc fort probable que le schéma des maladies évolue d'ici à quelques années. Les maladies infectieuses, qui sont la principale cause de décès, particulièrement chez les enfants, céderont la place à des maladies chroniques, le plus souvent non infectieuses, touchant surtout les adultes et les personnes âgées. Les aliments nutritifs et sûrs, d'autant s'ils sont enrichis par des micronutriments essentiels présents en quantités insuffisantes dans l'alimentation ordinaire, peuvent influencer considérablement sur les maladies chroniques, les producteurs étant précisément incités à accomplir des efforts en faveur de la santé publique tout en accroissant leur pénétration du marché. Sur la base de l'expérience que j'ai faite au Mexique, je pense que Nestlé a bien compris cette dynamique et génère au travers de ses produits une valeur partagée réelle pour cette société



Julio Frenk, ancien secrétaire de la Santé au Mexique

CHF 11 milliards

Montant approximatif du chiffre d'affaires annualisé de Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition est une entreprise mondiale et autonome, dont l'offre est axée sur des produits et des services de nutrition reposant sur des fondements scientifiques destinés à répondre à des besoins spécifiques en matière de santé et de bien-être. Présente dans plus de 100 pays et employant plus de 20 000 personnes, elle déploie ses activités dans quatre domaines clés :

- *La nutrition infantile* (laits infantiles, aliments pour bébés et tout-petits) : Aide les bébés et les enfants à grandir et à devenir des adultes en bonne santé ;
- *La nutrition de santé* : Destinée aux personnes âgées et aux personnes atteintes ou guérissant de certaines maladies ;
- *La nutrition de performance* : Destinée aux athlètes et aux personnes très actives, elle cherche à promouvoir une performance physique et mentale optimale ;
- *La gestion du poids* : Programmes sur mesure aidant les consommateurs à perdre du poids.



Les produits Gerber sont mis à l'épreuve lors d'une séance de dégustation. Gerber a lancé une initiative baptisée « Start Healthy, Stay Healthy », qui a recours aux derniers résultats de la recherche nutritionnelle pour aider les parents à donner des habitudes alimentaires saines à leurs enfants

Nestlé Nutrition, 2007	
Unité d'affaires	Position
Nutrition infantile*	1 ^{re}
Nutrition de santé	2 ^e
Nutrition de performance	1 ^{re} **
Gestion du poids	1 ^{re} ***

* Aliments pour nourrissons et laits infantiles
** Position des barres de performance en Amérique du Nord
*** Position des programmes de gestion du poids sur mesure en Amérique du Nord
Source : Nestlé

Avec l'acquisition de Gerber, une société d'aliments pour bébés, en septembre 2007, les produits pour enfants et les aliments pour nourrissons représentent plus de 70% des affaires de Nestlé Nutrition (aliments pour bébés 44%, laits infantiles 29%), ce qui nous place en position de numéro un du plus grand marché au monde d'aliments pour nourrissons, les Etats-Unis, et établit clairement Nestlé Nutrition comme leader mondial de la branche.

Cette acquisition, qui intervient dans le sillage de celles de Novartis Medical Nutrition et de Jenny Craig, fait de Nestlé Nutrition une entreprise dont les ventes s'établissent autour de CHF 11 milliards en termes annualisés.

 Pour plus d'informations, consulter www.nestlenutrition.com

CHF 1,88 milliard

Montant des dépenses de R&D de Nestlé en 2007

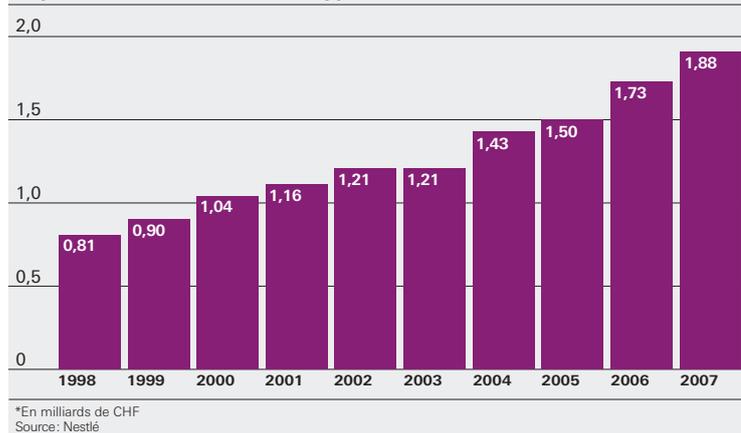


La recherche nutritionnelle en cours au Centre de Recherche Nestlé, qui fait partie du plus grand réseau privé de recherche en nutrition au monde

coopération dans le domaine de la recherche scientifique sur le rôle de la nutrition sur le développement cérébral.

Basé à Lausanne, en Suisse, le Centre de Recherche Nestlé (CRN) est la plus grande infrastructure privée au monde pour la recherche sur la nutrition, avec un effectif permanent de 700 personnes, dont plus de 300 scientifiques, représentant 48 nationalités différentes. Plateforme de la communauté mondiale de R&D de Nestlé, le CRN (www.research.nestle.com) associe dimension internationale et pertinence locale. Chaque année, il participe à plus de 200 partenariats scientifiques externes et collabore avec des universités, développant en permanence sa base de connaissances afin d'être en mesure de répondre aux nouveaux besoins des consommateurs.

Dépenses de Recherche & Développement, 1998-2007*



Recherche et développement

Réseau de R&D de Nestlé

Nestlé reste un leader mondial dans le domaine de la R&D, qui emploie quelque 5000 personnes. En 2007, Nestlé a dépensé CHF 1,88 milliard dans la R&D, un montant qui a plus que doublé ces huit dernières années.

Nestlé s'engage en faveur d'une innovation ouverte, au travers de laquelle nous multiplions nos opportunités et mettons à profit nos travaux de recherche pour le

développement de nos produits et services. Cette approche implique des partenariats avec des universités et des start-ups, des investissements en capital-risque ainsi qu'une collaboration avec nos fournisseurs. En février 2007, nous avons conclu un accord avec INMEGEN, l'Institut national de médecine génomique du Mexique, prévoyant le financement d'une chaire et de deux bourses. En novembre 2006, nous avons formé un partenariat avec l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) en vue d'une

Symposium international sur la nutrition de Nestlé

Lors du Symposium international sur la nutrition organisé chaque année par le CRN, des spécialistes débattent de questions ayant trait à la santé et à la physiologie humaines et identifient des orientations de recherche futures; leurs conclusions sont publiées dans la presse scientifique. Les scientifiques réunis à l'occasion de la quatrième édition, qui s'est tenue en octobre 2007 et était consacrée à la nutrition et au cancer, ont étudié le rôle de l'alimentation en tant que facteur de risque dans la genèse du cancer et expliqué dans quelle mesure la nutrition pouvait exercer un effet préventif.

6445

Nombre de produits rénovés pour des raisons de nutrition ou de santé en 2007

☒ Pour en savoir plus, consulter www.nestle.com/csv/symposium

Les concepts de recherche du CRN sont transposés en innovations de produits et en processus dans le cadre d'un réseau international comprenant :

- Des Centres de technologie de produits (PTC) structurés en fonction des activités de Nestlé, l'objectif étant de fournir un savoir-faire pour des catégories de produits spécifiques ; ensemble, ils forment une plateforme globale de développement des produits et des processus ;
- Des Centres de recherche et développement (Centres R&D), qui travaillent en collaboration étroite avec les PTC en vue de satisfaire aux exigences régionales en matière de R&D.

☒ Pour une liste complète de nos 23 PTC et Centres R&D, consulter le site www.nestle.com/csv/researchcentres

Nestlé bénéficie en outre du soutien du Comité Nestlé sur la nutrition, qui a été établi il y a 30 ans et est composé de scientifiques de renommée internationale spécialisés dans la nutrition. Le Conseil étudie des questions actuelles et émergentes relatives à la nutrition, et conseille les instances dirigeantes sur l'impact de ces dernières sur les politiques et la stratégie de Nestlé. Au cours de la dernière décennie, il a examiné des thèmes comme le diabète et l'obésité infantile et revu les politiques de Nestlé quant à la réduction de la teneur en acides gras trans, en sel et en sucre, à l'adjonction de fer ainsi qu'au renforcement nutritionnel.



Application de la science et de la technologie

Nous appliquons la science et la technologie pour formuler des produits répondant à des préoccupations en matière de santé, y compris la santé intestinale, le vieillissement ainsi que la performance sportive :

- Nous étions parmi les premiers à utiliser des probiotiques – bactéries qui renforcent le système immunitaire – au début des années 1990 ;
- Nous avons mis au point des technologies destinées à remplacer les graisses partiellement hydrogénées par des huiles végétales naturelles dans les cubes de bouillon et les assaisonnements *Maggi*, et les avons enrichis de sel iodé pour prévenir les problèmes liés à la thyroïde et les déficiences de développement chez les enfants ;



Collaborateurs du Centre de technologie de produits Nestlé de Beauvais, en France (de gauche à droite) : Juliette Théry, Sigrid Lemonnier et Anthony Pizzagali. La technologie brevetée de congélation à basse température (LTF) de Nestlé permet de conserver le goût et la texture des glaces classiques en réduisant le taux de graisses de moitié et le nombre de calories d'un tiers. Mise au point aux Etats-Unis, cette technologie a été étendue aux produits *La Laitière*, populaires en France

Un défi majeur

Lutter contre l'obésité

L'obésité survient lorsque la consommation énergétique dépasse la dépense énergétique pendant une période donnée, l'excédent étant stocké par le corps sous forme de graisse. Une consommation énergétique excessive – snacks riches en matières grasses et boissons sucrées, p. ex. – est l'une des principales causes d'obésité.

Notre réponse

La réponse stratégique de Nestlé se caractérise par l'approche suivante :

- L'innovation et la rénovation au niveau des recettes en vue d'une optimisation nutritionnelle, par exemple en supprimant les acides gras trans ou en réduisant le taux de graisses, de sucre ou de sel ;
- Le programme 60/40+, qui procure une supériorité nutritionnelle et gustative par rapport aux produits des concurrents ;
- Les Branded Active Benefits, qui offrent des bienfaits supplémentaires pour la santé ;
- Le *Nestlé Nutritional Compass*, qui donne des informations nutritionnelles complètes pour aider les consommateurs à faire des choix éclairés ;
- Une assistance téléphonique fournissant des conseils personnalisés, entre autres en nutrition ;
- Le Développement de marques et technologies axées sur la nutrition telles que *Lean Cuisine*, *Jenny Craig* et les glaces *Slow Churned*.

CHF 4,4 milliards

Ventes de produits contenant des Branded Active Benefits



● Dans le domaine de la nutrition sportive, la barre *PowerBar* contient un supplément connu pour maintenir à long terme la vigilance mentale des athlètes d'endurance;

● La technologie utilisée pour produire *Nescafé Cappuccino* crée une mousse onctueuse tout en réduisant la teneur en graisses.

Le personnel de Nestlé R&D a travaillé plus de dix ans au perfectionnement de la technologie de congélation à basse température qui, par une déstabilisation des gouttelettes de graisse, vise à conserver le goût et la texture des glaces classiques tout en réduisant le taux de graisses de moitié et le nombre de calories d'un tiers. Cette technologie est utilisée dans des marques *Nestlé* comme *Dreyer's Slow Churned*, *La Laitière*, *La Lechera*, *Häagen-Dazs* et *Mövenpick*.



Test du produit *Shredded Wheat* chez Cereal Partners UK. Les céréales pour petit-déjeuner Nestlé contiennent des céréales complètes

Optimiser la valeur nutritionnelle des produits Nestlé

Plus :

- D'aliments complets : 1,6 milliard de portions supplémentaires en Europe (2004–2007);
- De bienfaits pour la santé : Branded Active Benefits (voir ci-après);
- De micronutriments : Vitamines, minéraux et oligoéléments.

Moins* :

- D'acides gras trans : Suppression de 34200 tonnes (déc. 2003 – févr. 2007);
- De sucre : Suppression de 204000 tonnes (janv. 2003 – déc. 2006);
- De sel : Suppression de 5000 tonnes (avr. 2005 – déc. 2006).

* Ces chiffres ne tiennent pas compte de CPW
Source : Nestlé

Cereal Partners Worldwide (CPW), une joint-venture à 50/50 avec General Mills Inc., a amélioré la valeur nutritionnelle de ses céréales pour petit-déjeuner en utilisant des céréales complètes, dont des études ont fait apparaître les bienfaits pour la santé cardiaque, la régulation de la glycémie et la gestion du poids. Depuis 2003, CPW a ajouté 1,6 milliard de portions à base d'aliments complets à sa gamme européenne de produits, supprimant parallèlement 3500 tonnes de sucre et 530 tonnes de sel.

Développement des produits

Nous examinons en permanence le contenu nutritionnel de nos produits, en réduisant les ingrédients sensibles en termes de santé publique tels que le sel, le sucre et les acides gras trans au profit de ceux jugés sains, comme le calcium, le fer, les aliments complets et les fibres.

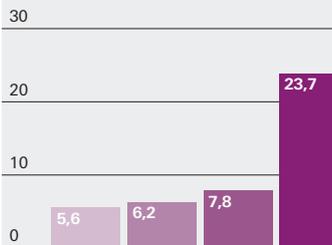
Branded Active Benefits

En plus des bienfaits nutritionnels généraux de nos produits, nous offrons aux consommateurs une variété de produits avec des Branded Active Benefits (BAB), à savoir des ingrédients et des formulations spécifiques qui confèrent à nos principales catégories d'aliments et de boissons une valeur ajoutée prouvée en termes de santé. En 2007, les produits enrichis en BAB ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 4,4 milliards, ce qui correspond à une hausse de plus de 16%. Citons à titre d'exemple les produits contenant *Actifibras*, visant à favoriser la digestion, *BL*, pour renforcer l'immunité et la protection et *ActiCol*, qui aide à réduire le taux de cholestérol.

Même dans les pays développés, la malnutrition touche jusqu'à 50% des résidents des établissements médicalisés et jusqu'à 70% des personnes âgées dans les hôpitaux, entraînant une augmentation des maladies et de la mortalité. Pour y remédier, Nestlé a développé des boissons, des soupes et des plats préparés enrichis à même de répondre à l'évolution des besoins nutritionnels des personnes âgées ainsi qu'à leurs préférences en termes de goût et de texture. Par exemple, la gamme *Nutren Optimum* de Nestlé disponible en Amérique latine, est enrichie en calcium, en phosphore, en omégas 3 et 6 et en prébiotiques, tandis que les produits de Davigel, une filiale de Nestlé France au service des professionnels,

Taux de croissance annuel composé, 2004-2007*

■ Alimentation et boissons occasionnelles
■ Alimentation et boissons quotidiennes
■ Alimentation et boissons à valeur nutritionnelle ajoutée
■ Branded Active Benefits



* Hors produits non alimentaires
Source : Nestlé



comprend *Les Essentiels*, des purées de fruits et de légumes surgelées enrichies en protéines, en calcium et en fibres à utiliser dans des desserts et des soupes, et des repas précuits *Savoureux*, riches en protéines et en calcium, à texture souple pour les patients ayant des problèmes de mastication.

Satisfaire la demande et les goûts locaux

Pour garantir que nos produits répondent aux besoins locaux et aux préférences des consommateurs, nombre d'entre eux sont déclinés en plusieurs variantes. Il y a deux ans, au Brésil, nous avons par exemple lancé des déclinaisons locales de certains produits traditionnels, en commençant par le nord-est. L'on peut citer le lait en poudre *Ideal*, une variante de *Ninho/Nido* présentant une combinaison de vitamines et d'ingrédients différente.

Nutrition pour les animaux de compagnie

Les animaux de compagnie sont une source de bien-être psychologique importante pour de nombreuses personnes à travers le monde. Les préoccupations relatives à l'obésité et à la santé ne concernent pas uniquement les êtres humains, et une grande partie de notre savoir-faire peut être appliquée aux chiens et aux chats. Par exemple, sur la base du constat que les bactéries présentes dans le tube digestif des animaux et de l'homme sont très similaires, les scientifiques de Nestlé ont formulé une gamme d'aliments pour animaux de compagnie équilibrés favorisant une vie longue et saine. Ils ont entre autres étendu l'utilisation des prébiotiques – hydrates de carbone non assimilables qui stimulent ponctuellement la croissance des bonnes bactéries nécessaires au bon fonctionnement intestinal – aux aliments pour animaux de compagnie.



A gauche : les **Branded Active Benefits** désignent des ingrédients et des formulations qui confèrent à nos principales catégories d'aliments et de boissons une valeur ajoutée prouvée en termes de santé. En 2007, les ventes de produits enrichis en BAB ont progressé de plus de 16%. En haut : Nestlé élabore des produits nutritifs adaptés aux goûts locaux et pour tous les budgets

Nestlé occupe actuellement une position de leader dans ce secteur d'activités : l'achat de Carnation en 1985 a été suivi de l'acquisition de Spillers, puis de Ralston-Purina pour créer Nestlé Purina PetCare. (www.purina.com)

Purina Pro Plan tient compte de l'évolution des besoins nutritionnels et physiologiques des chats vieillissants en proposant de nouveaux aliments secs pour chats ; ils sont déclinés en deux formules, selon l'âge du chat : mature (7 à 11 ans) et senior (11 ans et plus).

Pour en savoir plus, consulter www.nestle.com/csv/catfood

Zoom @ nestle.com

Visionner des vidéos et des présentations de diapositives sur Gerber et la technologie de congélation à basse température sur www.nestle.com/csv/stories

Produits à prix populaires : une nutrition améliorée à la base de la pyramide



Il incombe à Nestlé d'offrir aux consommateurs des produits nutritifs indépendamment de leur prix et de leur lieu de vente. Afin de fournir aux 2,8 milliards de personnes dans le monde qui gagnent moins de USD 10 (CHF 11) par jour des produits alimentaires abordables, nous avons réitéré notre initiative des produits à prix populaires (PPP). Notre lait en poudre *Ideal*, un PPP vendu au Brésil, constitue un exemple parmi d'autres du partage de la valeur entre Nestlé et la société.

Des opportunités en termes d'emplois locaux

En février 2007, Nestlé a ouvert à Feira de Santana (Brésil) une usine d'emballage du café et des céréales pour nourrissons, ainsi que de production de nouilles instantanées. Financé par des investissements de CHF 60 millions, le nouveau site a créé 125 emplois directs et cinq fois autant d'opportunités d'emplois indirects pour les distributeurs, les négociants et les fournisseurs locaux. Ce projet a permis d'atteindre 50 millions de consommateurs dans une région économiquement défavorisée.

En haut, à gauche et à droite: l'ouverture en 2007 de l'usine de Feira de Santana, au Brésil, grâce à un investissement de CHF 60 millions, a permis de créer 125 emplois directs, et cinq fois autant d'opportunités d'emplois indirects dans cette région rurale économiquement défavorisée. En bas, à droite: des producteurs de lait brésiliens bénéficient gratuitement de conseils techniques dans les districts laitiers de Nestlé auprès desquels s'approvisionne l'usine d'Araçatuba. Cette dernière fabrique du lait en poudre à prix abordable, *Ideal*, enrichi en fer, en calcium et en vitamines A, C et D



Valeur pour Nestlé: Modèle commercial à faible coût; main d'œuvre motivée fournissant un accès rentable à un vaste marché de consommateurs

Valeur pour la société: Opportunités d'emplois; développement économique local

Approvisionnement local

Des producteurs de lait brésiliens bénéficient de conseils techniques gratuits dans les districts laitiers Nestlé, qui approvisionnent l'usine d'Araçatuba. Cette usine fabrique le lait en poudre d'entrée de gamme *Ideal*, enrichi en fer, en calcium et en vitamines A, C et D.

Valeur pour Nestlé: Approvisionnement sûr en matières premières de haute qualité

Valeur pour la société: Marché fiable et revenus réguliers pour les fournisseurs



Notre initiative «Direct Store Delivery» a accru la pénétration du marché et la disponibilité des produits dans des pays aux populations dispersées. Au Brésil, elle a constitué une source de revenu pour 4000 distributeurs porte-à-porte «Até Você»

Valeur nutritionnelle

Certains PPP sont enrichis afin de garantir des bienfaits nutritionnels supplémentaires aux consommateurs. En Amérique latine, le lait en poudre *Ideal* est supplémenté en fer, en calcium et en vitamines A, C et D ; en Amérique centrale, la soupe de poulet et de nouilles à base de lait *Maggi Sopa Crecimiento* contient des protéines, des vitamines et des minéraux nécessaires à la croissance des enfants. Les produits enrichis rencontrent également du succès en Afrique : le bouillon *Maggi*, fabriqué avec du sel iodé (qui contribue à prévenir les affections thyroïdiennes) est le produit Nestlé à l'expansion la plus rapide en Guinée, au Cameroun et en Côte d'Ivoire.

Valeur pour Nestlé : Accès à de nouveaux marchés et croissance sur ceux-ci ; intérêt plus prononcé pour les produits et reconnaissance accrue des marques ; rendements financiers adéquats

Valeur pour la société : Accès à des produits nutritifs abordables

Accessibilité économique et disponibilité

● **Accessibilité économique :** Les PPP sont souvent commercialisés dans des emballages plus petits et plus abordables afin de permettre aux consommateurs à faibles revenus d'en acheter régulièrement.

● **Disponibilité :** Notre initiative «Direct Store Delivery» a accru la pénétration du marché et la disponibilité des produits dans des pays aux populations dispersées. Au Brésil, 4000 distributeurs au porte-à-porte viennent compléter

l'accès aux points de vente traditionnels.

Des systèmes similaires pour la distribution des crèmes glacées ont été instaurés en Afrique du Sud et en Thaïlande, ainsi que plus de 3000 « chariots à café » en Afrique de l'Ouest.

Valeur pour Nestlé : Nouvelles opportunités commerciales ; génération de marques rentables ; renforcement des liens avec les communautés

Valeur pour la société : Création de revenus ; transfert de compétences ; microfinance ; inclusion sociale

Zoom @ nestle.com

📺 [Visionner une vidéo sur les produits à prix populaires au Brésil sur le site \[www.nestle.com/csv/stories\]\(http://www.nestle.com/csv/stories\)](#)

95%

Proportion des produits Nestlé vendus dont l'emballage comporte le *Nestlé Nutritional Compass*

Marketing et communication

Nos engagements en matière de communication

Nous sommes très conscients de notre rôle dans la mise en place d'une communication responsable avec les consommateurs, notamment les enfants; les sociétés du groupe Nestlé sont donc toutes tenues de se conformer aux Principes de communication du Groupe avec le consommateur.

Dans le cadre de notre responsabilité globale envers les consommateurs, notre engagement se fonde sur les principes suivants:

- Utilisation d'un étiquetage et de supports clairs et conviviaux afin de fournir aux consommateurs les informations nécessaires pour effectuer leurs choix alimentaires;
- Communication responsable sur tous les produits, notamment ceux consommés par les enfants (voir la section sur la publicité à destination des enfants, page 49), en conformité avec les législations applicables et nos Principes de Conduite des Affaires;
- Participation et soutien aux programmes d'éducation nutritionnelle destinés au public;
- Collaboration avec les instances de santé publique en vue d'encourager des régimes alimentaires et des modes de vie plus sains.

☞ Les Principes sont disponibles dans leur intégralité sur le site www.nestle.com/csv/downloads

Étiquetage responsable des produits alimentaires

Alors que les discussions portant sur la meilleure approche en termes d'étiquetage alimentaire se poursuivent, Nestlé a lancé le *Nestlé Nutritional Compass* dès 2005. Il s'agit d'un étiquetage figurant sur l'emballage qui fournit aux consommateurs des informations nutritionnelles pertinentes et facilement compréhensibles. Ce système d'étiquetage international, qui simplifie des milliards d'étiquettes nutritionnelles pour les consommateurs, apparaît déjà sur un pourcentage de nos produits représentant 95% de notre chiffre d'affaires mondial, et son déploiement continue dans toute notre gamme de produits.

Articulé autour d'un tableau détaillant le contenu nutritionnel des produits, le Compass comprend les éléments suivants:

- *Good to know*: Informations nutritionnelles clés sur les ingrédients ou sur des points préoccupant le public (teneur en graisses, sucre, sel, fer ou fibres, par exemple);
- *Good to remember*: Conseils pour consommer le produit dans le cadre d'une alimentation saine;
- *Good to talk*: Coordonnées et liens vers des informations complémentaires en ligne.

☞ Pour en savoir plus sur le Compass, consulter notre site www.nestle.com/csv/compass



Dans le cadre du système *Nestlé Nutritional Compass*, des informations nutritionnelles claires et complètes sont apposées sur l'emballage. L'étiquetage représenté ici est celui figurant sur les produits de la marque *Milo* vendus en Malaisie, où ils sont très populaires, comme dans beaucoup d'autres pays

Les coordonnées sur les emballages permettent de joindre 96 équipes de Services Consommateurs dans le monde entier. Sur les 10 millions d'appels traités chaque année, près des trois quarts (73%) sont des demandes d'information sur les produits, de conseils nutritionnels ou de recettes. A travers le monde, plus de 40 millions de consommateurs choisissent de recevoir des informations et des conseils de Nestlé par e-mail ou par courrier.

Les nutritionnistes de Nestlé collaborent avec diverses parties prenantes pour mettre au point le Compass et s'assurer qu'il reste pertinent. En Europe, par exemple, il fait l'objet d'adaptations afin d'inclure un tableau complet des Repères

Plus de 10 millions

Total des personnes concernées par les programmes et les initiatives d'éducation Nestlé

Nutritionnels Journaliers (RNJ) pour les « huit principales catégories » (énergie, hydrates de carbone, protéines, graisses, sucres, graisses saturées, sodium et fibres). Obéissant à la politique de Nestlé, ce tableau est essentiel en cas d'allégation de santé ou de nutrition ; la seule mention des « quatre grandes catégories » (énergie, hydrates de carbone, protéines et graisses) est admise uniquement lorsque l'espace sur l'étiquette est insuffisant et en l'absence d'une telle allégation.

Des informations immédiatement visibles sur la teneur énergétique par portion et sa contribution à la consommation journalière recommandée de calories seront en outre apposées sur le devant des emballages. Une flèche renverra le consommateur au Compass pour un complément d'information. Le système d'étiquetage nutritionnel RNJ figure sur 45% de nos produits en Europe (fin 2007).

Education et engagement

Nestlé élabore et finance de nombreux programmes d'éducation à travers le monde afin d'aider les communautés à mieux comprendre l'importance de la nutrition et de l'activité physique pour leur santé. Conscients que les bonnes habitudes alimentaires se prennent à un jeune âge, nous effectuons une grande partie de notre travail dans les écoles.



● *France et UE*: Le programme parrainé par Nestlé « Ensemble, prévenons l'obésité des enfants » a vu le jour sous forme de projet pilote en 1992 dans le Nord de la France. Aujourd'hui, il est poursuivi par dix autres villes françaises et plusieurs pays européens, et a donné naissance au réseau « Ensemble, prévenons l'obésité des enfants » financé par l'UE, dont Nestlé est l'un des sponsors fondateurs ;

● *Suisse et Hongrie*: Le programme Nutrikid est une joint-venture entre la Société Suisse de Nutrition, l'Alimentarium Nestlé (musée de l'alimentation) et Nestlé Suisse et Hongrie, touchant 170 000 écoliers grâce à des kits scolaires dispensant une éducation nutritionnelle au travers de vidéos, de cartes de jeux et de livres ;

● *Brésil*: 800 000 enfants âgés de 5 à 14 ans ont bénéficié de notre programme Nutrir, lequel forme des volontaires Nestlé à promouvoir la nutrition, l'hygiène et la santé par des activités ludiques et divertissantes ;

Nestlé parraine le programme « Healthy Thai Kids », dans le cadre duquel une action éducative en matière de nutrition est menée dans 5000 écoles primaires. Ici, les enfants découvrent en s'amusant le processus de digestion des aliments

● *Thaïlande*: 5000 écoles primaires ont profité de notre campagne « Healthy Thai Children » axée sur le bien-être à l'école.

📄 Pour plus d'information sur les programmes précités ainsi que d'autres, consulter www.nestle.com/csv/education

Afin de souligner toute l'importance que nous accordons à la nutrition, nous offrons aussi à nos collaborateurs la possibilité de suivre un programme de formation nutritionnelle internationale intitulé Quotient Nutritionnel (QN). Au moyen de divers modules adaptés à tous les collaborateurs, de la Direction du Groupe aux ouvriers, le QN met à profit le savoir-faire en matière de nutrition des experts du Centre de Recherche Nestlé (CRN).

📄 Pour en savoir plus, consulter www.nestle.com/csv/NQ

Le système de nutrition NIDO de Nestlé, dont les ventes ont atteint CHF 1,2 milliard en cinq ans à peine, est à la base d'une croissance saine dès le plus jeune âge. Il contient désormais le lactobacille *PROTECTUS* qui aide le système immunitaire à lutter contre les germes nocifs, *Prebio* dans les laits préscolaires pour les enfants de moins de 5 ans, ainsi que *Calci-N* pour un apport continu en calcium essentiel au bon développement osseux.

Le système de nutrition NIDO a été lancé aux Philippines en 2000, entraînant le repositionnement de *NIDO fortified milk* renforcé en vitamines A et D.

Zoom @ nestle.com

📄 Visionner un exemple animé du *Nutritional Compass* sur www.nestle.com/csv/compass



La promotion a mis en avant les « 10 signes d'une bonne nutrition » pour les enfants (une peau nette, un bon développement musculaire, un sommeil de qualité, l'éveil et l'entrain, etc.) établis par l'association des nutritionnistes-diététiciens de la Philippines Foundation. Nombre de communications soutenues par des célébrités sont venues promouvoir les informations figurant sur l'emballage, à renfort de matériel pour les points de vente, de publicités écrites, radiophoniques et télévisuelles, ainsi que d'articles vedettes dans des magazines. Outre une sensibilisation accrue des consommateurs aux avantages d'une bonne nutrition, la campagne a entraîné une hausse de 8% des ventes du produit aux qualités

nutritives améliorées aux Philippines en 2006; en 2007, son déploiement à l'échelle internationale a été lancé. Le Duchess Club de Nestlé Nutrition est une association nigériane informelle et exclusivement féminine visant à responsabiliser les femmes en leur inculquant des connaissances et un savoir-faire dans les domaines de la nutrition, de la gestion domestique, de l'entrepreneuriat et de la conduite. Il organise des ateliers d'éducation nutritionnelle axés principalement sur les habitudes alimentaires saines, la sécurité et la gestion alimentaires pour les mères et les femmes au foyer. Le Duchess Club compte 530 membres qui, par leurs activités, ont atteint plus d'un demi-million de femmes.

A gauche: le Duchess Club de Nestlé Nutrition est une association informelle réunissant des femmes de tous âges, issues de divers milieux au Nigéria et au Ghana. Cette association, qui promeut des habitudes alimentaires saines, une bonne nutrition, la gestion domestique, l'entrepreneuriat et la conduite, s'est également lancée dans des projets communautaires ou ayant trait à la santé, notamment concernant l'éducation des vendeurs sur les marchés et des écoliers en matière d'hygiène alimentaire. A droite: des membres du Duchess Club de Nestlé Nutrition transmettent leurs connaissances pratiques sur l'alimentation et l'hygiène sur un marché en plein air



Pratiques marketing et publicitaires

Publicité

Les principes de Nestlé portant sur la communication adéquate avec les consommateurs font partie intégrante des *Principes de Conduite des Affaires du groupe Nestlé* depuis leur première publication en 1999. Ceux-ci font l'objet d'un réexamen périodique; une série de principes plus complète et plus détaillée a notamment été publiée en 2002. Des compléments y ont été apportés en 2004 puis en 2007 afin de renforcer les passages portant sur les enfants (voir ci-contre).

Les principes ( disponibles à l'adresse www.nestle.com/csv/downloads) constituent des points de référence obligés pour les collaborateurs travaillant dans le domaine du marketing et les agences publicitaires du Groupe à l'échelle mondiale, qui sont tenus de les observer dans toutes nos communications destinées aux consommateurs. Afin de garantir leur respect, toutes les campagnes de marketing sont contrôlées grâce à un processus de surveillance interne instauré dans nos marchés.

Nestlé participe en outre à des initiatives sectorielles visant à promouvoir des pratiques publicitaires responsables. Citons, par exemple, une mesure au niveau européen lancée en 2005 qui évalue le respect, par les entreprises, des codes de conduite applicables à l'échelle du secteur aux communications de marketing portant sur l'alimentation et les boissons. Cette mesure a fourni à Nestlé un outil précieux, lui permettant de recueillir des informations sur sa publicité et de maintenir des normes de conformité élevées.

Initiatives conjointes du secteur portant sur la publicité pour les enfants

En décembre 2007, Nestlé a fait siennes des initiatives volontaires du secteur de l'alimentation et des boissons en Europe et au Canada en faveur d'une publicité responsable à l'intention des enfants de moins de 12 ans. Leur objectif : encourager une bonne nutrition et un mode de vie sain. Cet engagement pris par le secteur sera intégralement mis en œuvre d'ici à fin 2008 et soumis à des contrôles de conformité indépendants.

☞ Pour plus d'informations sur les *Principes de Communication du Groupe avec le consommateur*, notre politique de communication en matière de marketing envers les enfants ainsi que nos autres engagements et initiatives, consulter www.nestle.com/csv

Communiquer avec les professionnels de la santé

Depuis plus de soixante ans, Nestlé contribue à former en permanence des professionnels de la santé en matière de nutrition, que ce soit par des publications scientifiques, des ateliers ou encore des bourses d'études. En 2007, le CRN a publié 200 ouvrages de recherche évalués par des pairs, et quelque 4000 délégués médicaux sont en contact avec des professionnels de la santé chaque jour, tout au long de l'année.

Le Nestlé Nutrition Institute (NNI) est un organisme pédagogique qui offre aux professionnels de la santé une plateforme sur laquelle ils peuvent échanger des informations sur les dernières avancées en nutrition pédiatrique, clinique et de performance. Le NNI a organisé plus de 70 ateliers de Nestlé Nutrition dans le monde et octroyé plus de 500 bourses d'études de troisième cycle à de jeunes pédiatres, professionnels paramédicaux et scientifiques dans les régions en développement.

Nestlé a également publié plus de 3000 ouvrages, parmi lesquels les *Annales Nestlé* et *The Nest* à l'intention des spécialistes en pédiatrie, sans oublier *Clinical Nutrition Highlights*, une revue scientifique pour les nutritionnistes cliniques. Tout un éventail de documents aux formats imprimé, audiovisuel ou électronique sont disponibles en anglais, en français et en espagnol. Le site internet du

Un défi majeur

La publicité à destination des enfants

Les *Principes de Communication du Groupe avec le consommateur* ([☞ consulter www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)) comprennent des critères spécifiques à l'intention des enfants. Ceux-ci visent à encourager une consommation alimentaire modérée et saine ainsi que l'activité physique sans porter atteinte à l'autorité des parents ou créer des attentes de popularité ou de réussite irréalistes. Les principes garantissent aussi l'absence d'éléments de communication de nature à estomper la distinction entre réel et imaginaire ou à susciter un sentiment de besoin urgent.

Au regard des préoccupations croissantes en matière d'obésité infantile, Nestlé a complété ses principes par deux dispositions importantes en 2007 :

- Aucune activité publicitaire ou marketing ne doit s'adresser aux enfants de moins de 6 ans ;
- La publicité pour les enfants de 6 à 12 ans doit se limiter aux produits dont le profil nutritionnel favorise une alimentation saine et équilibrée, et inclure des limites précises pour des ingrédients tels que le sucre, le sel et les graisses.

Ces dispositions seront mises en œuvre dans tous les pays d'ici à fin 2008 et leur application fera l'objet de contrôles.

NNI (www.nestlenutrition-institute.org) fournit par ailleurs à de jeunes pédiatres, professionnels de la santé et scientifiques un accès à une bibliothèque médicale et scientifique, à des outils pédagogiques, à des ateliers en ligne (« webinaires ») ainsi qu'à des informations sur les événements à venir.

Commercialisation de produits pour les nourrissons

La nutrition pendant les trois premières années de vie

Dans le monde entier, la malnutrition constitue un problème grave chez les nourrissons de plus de six mois ; les « aliments complémentaires » nutritionnels (céréales, laits, légumes et viandes mixés) deviennent alors essentiels à leur santé et à leur survie. Nestlé est le numéro un mondial de la production et de la promotion de ces produits, qui remplacent habituellement l'amidon de maïs, le riz, voire les boissons sucrées gazeuses et les pommes frites. De plus, Nestlé est la seule grande société à commercialiser des aliments complémentaires pour la catégorie d'âge des six mois et plus dans les pays en développement.

Lait maternel et substituts au lait maternel

Nestlé a commencé à apporter une réponse à la nécessité d'une alternative nutritionnelle sûre au lait maternel avec la mise au point par Henri Nestlé de sa farine lactée originale.



Le Nestlé Nutrition Institute communique avec des professionnels de la santé lors de congrès dans le monde entier

En 1869, il déclara dans son *Mémoire sur la nutrition des jeunes enfants* que l'allaitement maternel était ce qu'il y avait de mieux pour les bébés et que toute mère capable d'allaiter devait le faire. Ce principe reste la pierre angulaire de notre politique actuelle de commercialisation des préparations pour nourrissons.

Les mères n'allaitent cependant pas toutes, et les préparations pour nourrissons sont les seuls produits reconnus par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) comme substituts acceptables

du lait maternel. De par leur composition nutritive spécialement formulée, les préparations pour nourrissons permettent à nombre d'enfants dans le monde de grandir en bonne santé et remplacent les substituts dangereux du lait maternel. Nous fournissons des préparations pour nourrissons de haute qualité, sûres et nutritives et nous engageons à les commercialiser de manière responsable. Sur les emballages, nous informons les consommateurs et les professionnels de la santé des avantages et de la supériorité que présente le lait maternel. Les étiquettes des produits et les matériels éducatifs comportent également des instructions de préparation et des mises en garde relatives à une utilisation inadéquate.

Le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel de l'OMS

Le but du Code de l'OMS est de « contribuer à procurer aux nourrissons une nutrition sûre et adéquate en protégeant et en encourageant l'allaitement au sein et en assurant une utilisation correcte des substituts du lait maternel, quand ceux-ci sont nécessaires, sur la base d'une information adéquate et au moyen d'une commercialisation et d'une distribution appropriées ».

Le Code a été adopté par l'Assemblée mondiale de la Santé en 1981 à titre de recommandation à tous ses Etats membres, et Nestlé a été la première société à annoncer

(en 1982) qu'elle l'appliquerait volontairement dans tous les pays en développement. Nestlé n'accepte par conséquent aucune publicité ni aucun marketing envers le public de quelque nature que ce soit, et interdit tout contact entre le personnel chargé de la commercialisation des préparations infantiles et le public des pays concernés.

A de nombreuses reprises, Nestlé a pris des mesures dans ces pays afin d'encourager leurs gouvernements à adopter le Code de l'OMS et à parrainer le contrôle du secteur dans son ensemble.

Assurance

Nestlé dispose d'une méthode en trois points pour garantir le respect du Code de l'OMS :

- Nestlé a un système de contrôle interne global, semblable aux normes ISO : le Système d'assurance qualité du Code de l'OMS. Il est aujourd'hui appliqué dans tous les pays en développement ;
- Les responsables internationaux des contrôles chez Nestlé effectuent des audits approfondis de la conformité au Code de l'OMS dans 9 à 20 pays par an ;
- Nestlé a un système d'audits permanents et indépendants menés par des sociétés d'audit social externes.

[Les résultats des tout derniers audits externes réalisés au Sri Lanka sont disponibles sur le site www.babymilk.nestle.com](http://www.babymilk.nestle.com)

Il existe par ailleurs un système d'ombudsman interne auquel peut avoir recours tout collaborateur qui souhaite signaler en toute confidentialité des violations présumées du Code de l'OMS.

En 2006, le gouvernement malaisien a imposé des sanctions à huit des douze sociétés fabriquant des produits pour nourrissons dans le pays pour violation du Code d'éthique sur les préparations pour nourrissons établi par le ministère de la santé malaisien. Nestlé a été la seule société non asiatique à ne pas être sanctionnée.

[Pour en savoir plus, consulter www.nestle.com/csv/Malaysia](http://www.nestle.com/csv/Malaysia)

Application et contrôle de la mise en œuvre du Code de l'OMS

Nestlé a tiré beaucoup d'enseignements de son expérience en matière de commercialisation des préparations pour nourrissons en Afrique en reconnaissant sa responsabilité à aller au-delà des normes de commercialisation jadis acceptées. Nous avons incorporé le Code de l'OMS à toutes nos activités dans les pays en développement en 1982, et nous continuons à surveiller son application, en précisant nos instructions à la lumière de notre expérience. Nous collaborons aussi bien avec les gouvernements qu'avec d'autres membres du secteur des préparations pour nourrissons et de la société civile afin de développer le

Code dans les pays où il est en vigueur.

La publication *The Infant Food Industry and the WHO Code* des analystes de GES Investment Services a évalué l'application du Code par les sociétés d'aliments pour nourrissons ; elle considère Nestlé comme le numéro un en la matière, indiquant que la Société dispose des politiques et des mécanismes les plus sophistiqués pour se conformer au Code, dépassant en cela nettement ses pairs.

[Notre politique relative aux préparations pour nourrissons est disponible dans son intégralité sur le site www.babymilk.nestle.com, sur lequel nous répondons également aux questions les plus fréquentes sur l'alimentation des nourrissons et sommes heureux de recevoir vos commentaires.](#) Nous continuons par ailleurs à évaluer notre approche et entretenons un dialogue ouvert avec toutes les parties prenantes.

Adhésion aux principes du Pacte mondial des Nations Unies et aux objectifs du Millénaire pour le Développement



Ci-dessus: *adhésion aux principes 7 à 9 du PMNU et à l'OMD 7*: réduction du poids des emballages chez Nestlé Waters. 257 000 tonnes d'emballages pour l'eau embouteillée ont été économisées ces six dernières années.
Ci-dessus à droite: *adhésion aux principes 1, 2, 4, 5 du PMNU et aux OMD 1 et 7*: en Côte d'Ivoire,

l'un des principaux pays producteurs de cacao, Nestlé collabore avec trois coopératives pour promouvoir de bonnes pratiques de travail, notamment concernant le travail des enfants. Nestlé soutient également des programmes avec d'autres partenaires, qui visent à favoriser les méthodes durables de culture du cacao

Les *Principes de Conduite des Affaires* du groupe Nestlé ([voir www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)) régissent les relations que nous entretenons avec tous nos partenaires. Ces principes affirment des valeurs fondamentales d'équité, d'honnêteté et de respect des personnes et de l'environnement dans toutes nos activités. N'ayant cessé de s'étoffer, ils incluent depuis 2002 les dix principes du Pacte mondial des Nations Unies relatifs aux droits de l'Homme, au travail, à l'environnement et à la corruption. Le présent rapport fournit des exemples montrant comment nous adhérons et nous conformons à ces principes. En parrainant le sommet des dirigeants du Pacte mondial, qui s'est tenu à Genève en juillet 2007, Nestlé a une nouvelle fois fait la preuve de son engagement en faveur des principes du Pacte mondial.

Le tableau ci-contre fournit quelques exemples de mesures prises en 2007 qui témoignent de notre engagement en qualité de signataire du Pacte.

Nestlé soutient les objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies (OMD), qu'elle considère comme capitaux et qui, à travers la mise en place de partenariats répondant aux besoins locaux et exploitant les capacités et savoirs locaux, peuvent aboutir à un changement positif et durable.

En créant de la valeur partagée tant pour elle-même que pour la société, Nestlé apporte une contribution spécifique aux objectifs du Millénaire pour le Développement. Dans le présent rapport, de nombreux exemples montrent de quelle façon notre stratégie de croissance à long terme aide à atténuer l'extrême pauvreté et la faim (objectif 1), au travers d'initiatives telles que les « produits à prix populaires » (PPP) (page 44), les programmes de formation dans les districts laitiers ou les programmes relatifs au café, tels que Nespresso AAA ou 4C (pages 30, 31 et 34).



Principes du Pacte mondial des Nations Unies	Exemples de mesures prises par Nestlé	Description en pages
Droits de l'Homme	Participation accrue à l'Initiative internationale du cacao (International Cocoa Initiative) et projets propres à Nestlé dans le domaine du cacao en Afrique occidentale	32
Droit du travail	Programme d'audit indépendant CARE couvrant les domaines des ressources humaines, de la santé et de la sécurité au travail et de l'environnement	22-23
Environnement	Réduction de la consommation d'eau, mesures incitatives en faveur des bonnes pratiques de gestion de l'eau dans la chaîne d'approvisionnement; amélioration de l'efficacité énergétique et réduction des émissions de GES; optimisation du volume d'emballages et conditionnement durable; signataire fondateur du «CEO Water Mandate» du Pacte mondial des Nations Unies	10-19
Lutte contre la corruption	Instauration du Code de Conduite des Affaires Nestlé	8

Nations Unies : objectifs du Millénaire pour le Développement
1. Réduire l'extrême pauvreté et la faim
2. Assurer l'éducation primaire pour tous
3. Promouvoir l'égalité et l'autonomisation des femmes
4. Réduire la mortalité infantile
5. Améliorer la santé maternelle
6. Combattre le VIH/sida, le paludisme et d'autres maladies
7. Assurer un environnement durable
8. Mettre en place un partenariat mondial pour le développement

De même, notre engagement en faveur de la durabilité environnementale (objectif 7) y trouve de nombreuses illustrations, notamment avec la réduction de la consommation d'eau (page 16), des matériaux d'emballage (page 18) ou de notre empreinte carbonique (page 13), ou encore avec les aspects écologiques de notre politique agricole, comme la gestion de l'eau (page 33) ou les programmes 4C et Nespresso AAA.

Par ailleurs, nous soutenons plus de 120 projets et initiatives dans le monde entier spécifiquement liés aux huit objectifs du Millénaire pour le Développement.

☑ Pour plus d'informations à ce sujet, veuillez consulter le rapport intitulé *Nestlé, the Community and the UN Millennium Development Goals*, disponible sur le site www.nestle.com/csv/downloads

Adhésion aux principes 1, 7, 9 du PMNU et aux OMD 1, 4, 5, 7 et 8 : parmi les nombreux projets de Nestlé liés à l'eau qui sont toujours en cours – construction de puits pour garantir l'accès à de l'eau potable (Inde); travail sur des mesures de préservation de l'eau en collaboration

avec des agriculteurs (Vietnam); mise à disposition de structures de stockage adéquates des effluents agricoles (Chine); travaux en partenariat sur des projets d'alimentation en eau potable salubre (Mozambique – voir ci-dessus – et Rwanda)

Nouer le dialogue avec nos partenaires

Nestlé s'engage à établir le dialogue avec l'ensemble de ses partenaires – consommateurs, clients, collaborateurs, investisseurs ou autres.

Nous communiquons de manière suivie, par diverses voies. Notre programme de test des produits 60/40+, par exemple, permet aux consommateurs d'intervenir dans le développement de nos produits; le système d'étiquetage *Nutritional Compass* renvoie à quelque 96 équipes du Service Consommateurs à l'échelle mondiale; enfin, un grand nombre de nos marques disposent de leur propre site Internet.

Par ailleurs, nous cherchons à mieux comprendre les avis émis sur notre stratégie de *Création de valeur partagée* et nous engageons à en tenir compte. A cet égard, nos objectifs sont les suivants :

- Offrir un cadre formel pour l'échange de points de vue;
- Permettre à Nestlé de comprendre la position d'une vaste palette de partenaires extérieurs, de manière à disposer d'une large vue d'ensemble sur le plan social;
- Déterminer les tendances, les opportunités et les risques futurs qui concernent Nestlé et ses partenaires;
- Mettre en question les perspectives internes résultant des consultations menées avec des cadres supérieurs de Nestlé, sur la base desquelles ont été définis les thèmes clés de 2007.

Réunions de partenaires

En 2007, nos partenaires externes ont, pour la première fois, été invités à se réunir tout spécialement pour faire part de leurs avis sur notre stratégie de *Création de valeur partagée*, nos priorités, notre stratégie de communication et de reporting, afin de guider Nestlé dans ses décisions futures et de valider les résultats des précédentes consultations internes qui ont permis de déterminer les thèmes clés.

Trois séances d'une journée ont eu lieu en 2007, à Genève, à Washington DC et à Kuala Lumpur. Nous souhaitons poursuivre ce type de réunions et examiner les possibilités que nous avons d'étendre, dans les années à venir, nos interventions et notre recherche à l'Afrique et à l'Amérique latine.

Les réunions de partenaires ont été conçues et organisées avec l'aide d'AccountAbility; au total, plus de 50 partenaires externes, spécialistes de nombreuses questions sociales ou relatives à l'impact environnemental concernant les activités de Nestlé, y ont assisté (voir liste des experts présents). Nestlé a invité les participants à faire part de leur point de vue en toute franchise.

Des cadres supérieurs et des décideurs internes, actifs dans les domaines d'activités fonctionnelles et des affaires publiques, ont également assisté à ces séances.

Experts présents*

Au nombre des experts ayant assisté à ces séances, citons : la Commission malaisienne des Droits de l'Homme, la Conférence des ONG, Conservation International, l'Eglise méthodiste, la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, la Fédération luthérienne mondiale, la Fondation Max Havelaar, le Forum économique mondial, Institute of Corporate Responsibility, Malaysia, International Initiative against Child Labour, Malaysian Association for the Study of Obesity, Malaysian Institute of Corporate Governance, l'Organisation internationale du travail, le Programme des Nations Unies pour le Développement, Rainforest Alliance, Sustain, Transparency International, World Business Council on Sustainable Development, World Cocoa Foundation, World Wildlife Fund.

*Cette liste recense les organisations indépendantes ayant assisté aux réunions de partenaires en 2007 et ne signifie pas nécessairement qu'elles ont formulé des commentaires ou pris connaissance de la teneur du *Rapport 2007 sur la Création de valeur partagée*.

Points clés dégagés lors des réunions

Un certain nombre de points clés ont été relevés au cours des discussions entre les participants, avec un thème récurrent, celui de la conformité et de la vérification. Autres points évoqués :

- Nutrition, santé et bien-être, y compris actions en faveur de modes de vie sains et communication d'informations y afférentes;
- Droits de l'Homme et production durable dans le cadre de la chaîne d'approvisionnement, notamment concernant l'eau et les emballages;
- Soutien apporté à la communauté et développement de l'entrepreneuriat.

Informations acquises par Nestlé

Les séances ont favorisé un dialogue constructif donnant lieu à un échange de vues fructueux. Nestlé tient à remercier tous les participants. Recueillir les avis extérieurs d'un groupe aussi hétérogène que celui de ses principaux partenaires lui a notamment permis d'établir une comparaison utile avec les thèmes dégagés précédemment lors du processus de consultation interne (voir page 6). Nestlé a également mieux appréhendé les priorités relatives dans le cadre des spécificités individuelles, organisationnelles et géographiques des partenaires ayant participé. Le rôle de Nestlé dans l'élaboration et la promotion de normes, par exemple – en particulier concernant les produits *halal* – a été examiné lors de la réunion de Kuala Lumpur.

Nestlé s'est engagée à rendre compte aux groupes d'experts des progrès réalisés en lien avec les recommandations formulées d'ici mai 2008 environ. Les réactions et recommandations seront prises en considération de manière plus complète dans le prochain rapport imprimé de Nestlé sur la *Création de valeur partagée* (à paraître en 2010) et des mises à jour seront disponibles sur le site internet à mesure que le travail d'amélioration avec nos partenaires avancera et que des réponses aux recommandations seront fournies.

Le reporting à l'avenir

Le reporting (communication des informations) externe joue également un rôle dans la *Création de valeur partagée*. Nous estimons que faire connaître à l'extérieur nos initiatives et nos principaux indicateurs de performance peut contribuer à augmenter notre efficacité interne, tout comme nos résultats financiers se sont améliorés lorsque davantage d'informations financières ont été publiées. Pour ce faire, il est primordial de couvrir les questions les plus importantes pour le Groupe, afin de maximiser les retombées possibles d'une augmentation de la performance.

Nestlé s'est engagée à faire connaître sa performance ouvertement. Nous visons à améliorer en permanence notre façon de communiquer, afin de rendre compte des questions les plus importantes pour Nestlé et ses partenaires, d'impliquer tous les niveaux et domaines d'activités dans le processus de *Création de valeur partagée* et de poursuivre nos objectifs en termes de durabilité. Nous accordons à cet égard une attention particulière aux domaines ci-dessous.

Mise en conformité avec les lignes directrices externes

Les indicateurs de performance de la Global Reporting Initiative (GRI) applicables sont pris en compte. Nous récapitulons également les résultats obtenus en regard des exigences du Pacte mondial. Notre objectif est de nous aligner sur les bonnes pratiques et les lignes directrices externes en matière d'élaboration de rapports avant la publication de notre prochain rapport global, que nous avons fixée à 2010.

Extension des données relatives à nos résultats

Pour la première fois depuis que Nestlé établit des rapports, le présent rapport fournit des indicateurs de performance pour tous les domaines principaux de la *Création de valeur partagée*. Bien que, pour certains de ces indicateurs, aucun historique ne soit disponible, nous nous efforcerons d'étendre et d'approfondir les informations communiquées d'ici 2010.

Communication avec les principaux interlocuteurs

Notre politique en matière de rapports vise à assurer la cohérence, l'interdépendance et l'actualité des informations fournies. Le présent rapport imprimé, publié en 2008 avec le *Rapport de gestion 2007*, décrit la performance réalisée en 2007 à l'intention de nos actionnaires et d'autres partenaires mondiaux. Dans l'édition de 2008 (publiée en 2009), nous souhaitons fournir des informations ciblées intéressant des groupes d'interlocuteurs spécifiques, au nombre desquels clients, investisseurs et organismes de réglementation. Le rapport 2009 (à paraître en 2010) constituera notre prochaine publication importante traitant de la *Création de valeur partagée*. Les informations disponibles sur notre site internet seront mises à jour en permanence.

Attestation de vérification indépendante: méthodologie et résultats préliminaires



A l'intention des partenaires de Nestlé S.A.

Introduction

Bureau Veritas a été sollicité par Nestlé S.A. (Nestlé) en tant que prestataire externe pour délivrer une attestation de vérification concernant son *Rapport sur la Création de valeur partagée* (le Rapport) et son processus de reporting. La préparation du Rapport relève de la seule responsabilité de Nestlé. Notre objectif est de fournir aux partenaires une attestation de l'exactitude, de la fiabilité et de l'objectivité des informations contenues dans le Rapport.

Champ d'application et méthodologie de l'évaluation

L'évaluation a porté sur:

1. Les activités entreprises par Nestlé au cours de la période de reporting allant de janvier à décembre 2007 (sauf indication contraire);
2. Des informations ayant trait à des questions qui se posent chez Nestlé, aux réponses apportées, aux données relatives à la performance, aux études de cas et aux systèmes y relatifs pour gérer lesdites données et informations;
3. Des informations fournies par des partenaires externes concernant l'appréciation de la matérialité et les réunions de partenaires; et
4. Les données relatives à la sécurité, à la santé et à l'environnement (SHE) ainsi que sur les systèmes y relatifs dans un échantillon de sites de production à l'échelle mondiale.

Dans le cadre de son mandat, Bureau Veritas a entrepris les actions suivantes:

- Entretiens avec des membres des principales instances dirigeantes au siège de Nestlé;
- Examen des processus utilisés pour l'identification et le recueil d'informations, de données relatives à la performance et d'éléments de rapport pertinents dans les activités du Groupe;
- Vérification des données relatives à la performance et des informations factuelles dans le Rapport;
- Visites de 18 sites de production dans 13 pays aux fins d'une évaluation des systèmes de gestion des données SHE, ainsi que de la fiabilité et de l'exactitude desdites données;
- Analyse pilote sur la base des principes clés fournis par le référentiel AA1000, ce qui a donné lieu à un examen du mapping et de l'engagement des partenaires en termes de test de matérialité et des accords de Nestlé en matière de Corporate Governance.

Résultats préliminaires

Sur la base de notre examen, nous estimons que le Rapport:

- Contient des informations fiables, compréhensibles et présentées de manière claire et rend raisonnablement compte des activités et des performances pertinentes au cours de la période de reporting;
- Aborde les questions, déterminantes pour l'organisation et ses parties prenantes, que Nestlé a présélectionnées pour le reporting, et y répond; Nestlé devrait désormais déterminer comment améliorer davantage la transparence et les informations contextuelles qu'elle communique concernant ses impacts, risques et initiatives positives;
- Traduit un niveau d'exhaustivité raisonnable pour un premier rapport complet sur le développement durable, avec la publication des performances sur une série de questions; Nestlé devrait maintenant étudier la meilleure façon de définir des indicateurs pertinents qui attesteront la mise en place de sa stratégie à long terme de *Création de valeur partagée*;
- Fournit des informations suffisantes grâce à sa position, ses données et ses études de cas; Nestlé devrait maintenant s'atteler à présenter sa position et sa performance de la façon la plus équilibrée possible;
- Inclut certaines informations concernant les systèmes internes de l'organisation; Nestlé devrait, dans les futurs rapports, détailler davantage les sections concernant les structures de Corporate Governance, de responsabilité et de direction afin d'améliorer la compréhension de la gestion interne et la vérification de points essentiels.

Considérations et limites

N'ont pas été traitées dans le cadre de notre travail les informations relatives:

- Aux activités en dehors de la période de reporting définie;
- Aux déclarations d'engagement ou d'intention portant sur une action future;
- Aux déclarations d'opinion, de conviction et/ou d'aspiration;
- Aux informations obtenues par l'intermédiaire du rapport social (liens hypertextes).

Nous avons procédé à notre évaluation dans le but de fournir une reconnaissance raisonnable plutôt qu'absolue, et estimons que le champ d'application défini précédemment offre une base suffisante pour asseoir nos conclusions. La déclaration indépendante ne saurait être invoquée pour détecter l'ensemble des erreurs, des omissions et des irrégularités.

Vous trouverez davantage d'informations sur les résultats, les principaux domaines d'amélioration, les considérations et limites, ainsi que sur l'indépendance, l'impartialité et la compétence de Bureau Veritas dans la version intégrale de la déclaration, disponible sur www.nestle.com/csv

Bureau Veritas HS&E Ltd.,
Londres, janvier 2008



Déclaration d'indépendance, d'impartialité et de compétence

Bureau Veritas est une entreprise indépendante qui est spécialisée dans les services professionnels de conseil et d'évaluation de conformité dans les domaines de la qualité, de la santé, de la sécurité et de la gestion sociale et environnementale. Elle jouit d'une expérience de près de 180 ans dans la fourniture de prestations d'expertise indépendante. En 2006, elle a dégagé un chiffre d'affaires annuel de EUR 1,8 milliard.

Bureau Veritas a mis en place un code d'éthique visant à garantir le respect par tous ses collaborateurs de normes élevées dans leurs activités ainsi qu'à prévenir les conflits d'intérêts.

Nous estimons que notre mandat d'expertise ne donne lieu à aucun conflit d'intérêts.

Rédaction et édition

Nestlé S.A., Affaires publiques, avec Sustainability et Flag Communication

Conception et graphisme

Nestec Ltd., SGDU, Corporate Identity & Design, avec Esterson Associates

Photographie

Nicole Bachmann, Jodi Bieber, Richard Birch, Patrick Brown/Panos Pictures, Markus Bühler-Rasom, Douglas Engle, Sam Faulkner/NB Pictures, Peter Garmusch, Peter Ginter, Marcel Grubenmann, Harmen Hoogland/Nestec Ltd., Marc Latzel, Nadine Markova, Philippe Prêtre/APG Image, Qilai Shen/Panos Pictures, Jacob Silberberg/Panos Pictures, Paul Weinberg/Panos Pictures

Impression

Entreprise d'arts graphiques Jean Genoud S.A. (Suisse)

Papier

Imprimé sur du papier Profibulk certifié FSC, issu de forêts bien gérées et d'autres sources contrôlées



Sources Mixtes

Groupes de produits issus de forêts bien gérées et d'autres sources contrôlées
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-100125
© 1996 Forest Stewardship Council

© Mars 2008,
Nestlé S.A.,
Affaires publiques

Nestlé S.A.
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Suisse

www.nestle.com/csv

e-mail:
creatingsharedvalue@nestle.com



M^{me} Maïmouna Touré, vendeuse sur le marché de Belleville dans le district de Treichville, au sud d'Abidjan, en Côte d'Ivoire. Les produits Nestlé vendus à prix abordable aident à générer des revenus; les cubes Maggi, par exemple, sont en vente dans 90% des stands de Belleville

