

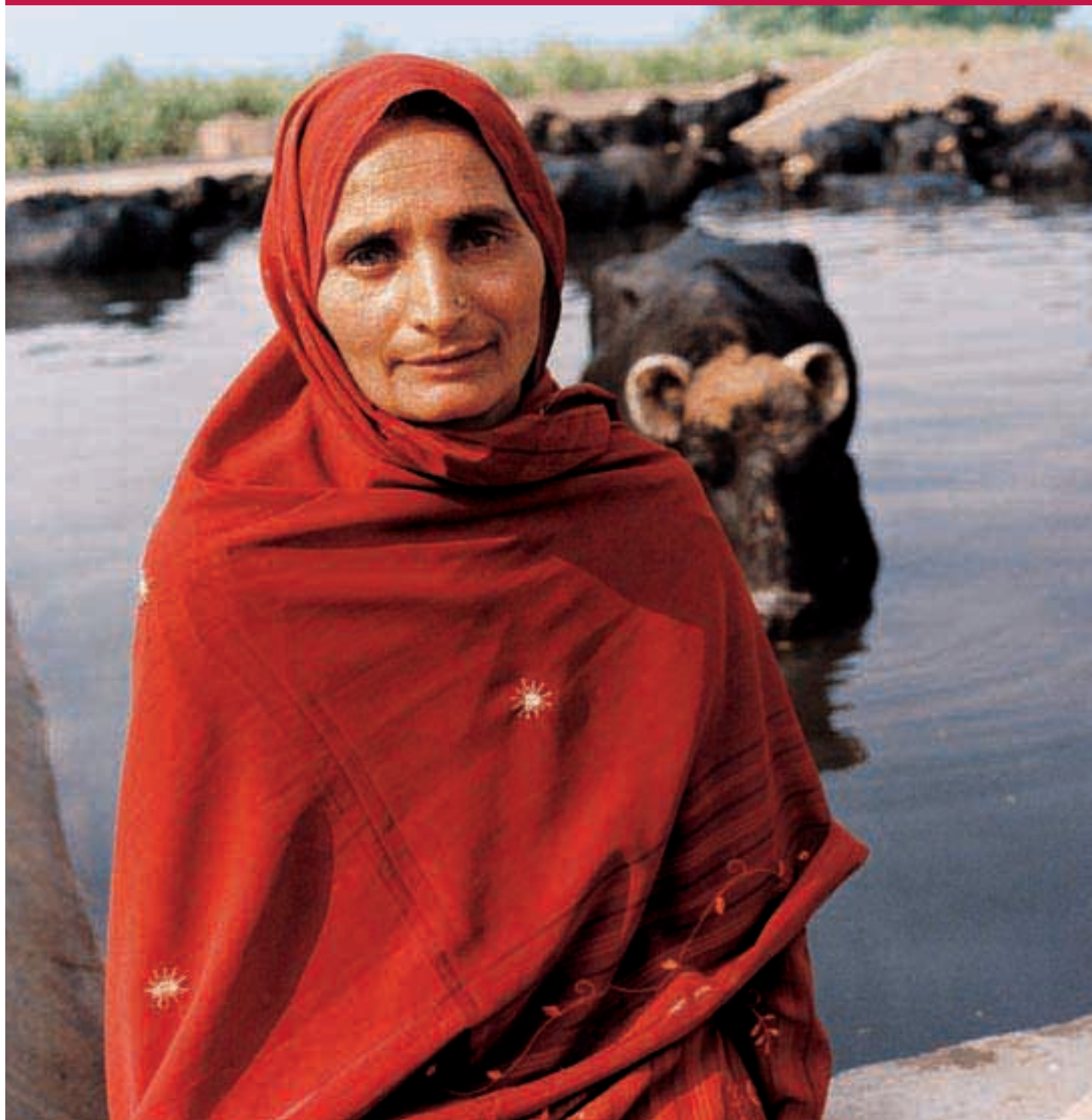
Nestlé Report

Creazione di Valore Condiviso



Nestlé

Good Food, Good Life



Creazione di Valore Condiviso

Per assicurare un successo a lungo termine un'azienda deve essere in grado di creare valore non solo per i propri azionisti ma anche per la società in cui opera. È ciò che definiamo *Creazione di Valore Condiviso*. Non si tratta di filantropia, ma di una parte integrante della nostra strategia aziendale: per creare valore per i nostri azionisti e la nostra azienda, dobbiamo creare valore per le comunità nei paesi in cui operiamo, dagli agricoltori ai dipendenti, fino ai nostri consumatori.

Condizione necessaria per la *Creazione di Valore Condiviso* è dar prova di un comportamento responsabile ovvero garantire la conformità ai Principi Aziendali Nestlé, alle legislazioni nazionali e alle norme internazionali e assicurare che le nostre attività siano ecocompatibili, socialmente corrette ed economicamente attuabili.

La presente pubblicazione è parte integrante del nostro reporting aziendale e, oltre a rappresentare un documento integrativo del *Nestlé Management Report* e del *Governance Report* del 2007, costituisce anche un primo passo per fornire maggiori informazioni sul Gruppo a livello globale. Con lo sviluppo del programma GLOBE, il nostro nuovo sistema informativo di gestione aziendale, siamo in grado di fornire maggiori e più dettagliate informazioni relative a Nestlé nel mondo. Nei prossimi anni, poi, con l'implementazione di GLOBE in settori come risorse umane e composizione dei prodotti, saremo in grado di ampliare ulteriormente il nostro reporting.

Per assicurare
un successo
a lungo termine
un'azienda deve
essere in grado
di creare valore
non solo per
i propri azionisti
ma anche per
la società in cui
opera

Punti salienti

Ridurre il nostro impatto ambientale e i costi operativi: pagine 10–19

76%

Aumento del volume della produzione*

22%

Riduzione del materiale di imballaggio per acqua in bottiglia**



3%

Riduzione del consumo energetico*

16%

Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra*

28%

Riduzione del consumo idrico*

Migliorare la capacità di guadagno dei lavoratori e creare personale specializzato: pagine 20–25

917

Numero di posizioni chiave

2,2

Numero medio di successori per le posizioni chiave

42%

I membri del Comitato di Gestione locale originari del rispettivo paese in via di sviluppo

65 647

Numero medio di occupati dei paesi in via di sviluppo che hanno usufruito di corsi di formazione ufficiali



Aiutare gli agricoltori a migliorare gli utili e garantire la fornitura di materie prime di qualità: pagine 26–35

610 000

Numero di agricoltori beneficiari di programmi di assistenza tecnica gratuiti

97 500 tonnellate

Approvvigionamento di caffè direttamente dai produttori nel 2006



2-5%

Tasso medio di aumento annuo delle aree di raccolta del latte

29,9 milioni

Valore del microcredito agli agricoltori nel 2006, in CHF

Estendere l'accesso all'alimentazione del segmento a basso reddito e ampliare la nostra base clienti: pagine 44–45

77 miliardi

Mercato potenziale per Prodotti posizionati nel segmento a basso reddito, in CHF



50 milioni

Consumatori raggiunti dal nuovo stabilimento nel Brasile del nord-est.



Migliorare l'alimentazione per il consumatore e aumentare le vendite/la redditività di Nestlé: pagine 38–43

14,6 miliardi

Valore delle vendite dei prodotti "60/40+" testati nel 2007, in CHF

6 445

Numero di prodotti rinnovati nutrizionalmente nel 2007

4,4 miliardi

Valore delle vendite dei prodotti con BAB (Branded Active Benefits)***, in CHF



1,88 miliardi

Spesa complessiva per R&S nel 2007, in CHF

* Anno di riferimento: 1998

** Anno di riferimento: 2002

*** Ingredienti e formulazioni che forniscono benefici aggiuntivi per la salute

Sintesi dei risultati

Nestlé ha sviluppato indicatori di performance in grado di fornire un punto di riferimento per valutare e comunicare informazioni relative alla *Creazione di Valore Condiviso*. La seguente sintesi è parte della nostra comunicazione dei progressi sui Principi del Global Compact delle Nazioni Unite (si veda pagina 52 per maggiori dettagli). "Dove non specificato, gli indicatori di performance sono riferiti all'anno terminante al 31 dicembre 2007".

Indicatori di performance della <i>Creazione di Valore Condiviso</i> di Nestlé				Riferimenti GRI	
		Vendite complessive del gruppo (milioni di CHF)	107,6	n/a	
		Ricavi complessivi degli azionisti: 1 Gennaio 1997 – 31 Dicembre 2007 (CHF)	342,5%	n/a	
Produzione e impatto ambientale	Materiali	Materie prime e ingredienti (eccetto l’acqua, vedere sotto, milioni di tonnellate)	20,48	EN1	
		Materiali di imballaggio (milioni di tonnellate)	4,08	EN1	
		Sottoprodotti (destinati al riciclo, milioni di tonnellate)	1,07	n/a	
		Diminuzione dei sottoprodotti dal 1998 (per tonnellata di prodotto)	58%	n/a	
		Rifiuti (destinati allo smaltimento, milioni di tonnellate)	0,372	EN22	
		Riduzione dei rifiuti dal 1998 (per tonnellata di prodotto)	58%	n/a	
		Energia	Consumo diretto di energia (Peta Joule)	85,3	EN3
			Risparmio energetico dal 1998 (per tonnellata di prodotto)	45%	EN5
	Gas a effetto serra	Emissioni dirette di CO2 (tonnellate) ¹	4,1	EN16	
		Riduzione delle emissioni indirette di CO2 dal 1998 (per tonnellata di prodotto)	53%	EN18	
	Risorse idriche	Prelievo complessivo di acqua (milioni m³)	157	EN8	
		Risparmio di acqua dal 1998 (per tonnellata di prodotto)	59%	n/a	
		Acqua di scarico complessiva (milioni m³)	101	EN21	
		Qualità dell’acqua di scarico (media di mg COD/l)	62	EN21	
	Imballaggio	Riduzione degli imballaggi alla fonte (migliaia di tonnellate): 1991-2007	326,3	n/a	
		Riduzione degli imballaggi alla fonte (milioni di CHF): 1991-2007	583,7	n/a	
		Diminuzione del peso dell’imballaggio (per l. di prodotto) Nestlé Waters: 2002-2007	22%	n/a	
	Governance	Siti certificati ISO 14001/OHSAS 18001 (numero di certificazioni)	171	n/a	
		Siti controllati mediante il programma CARE (numero di siti)	403	n/a	
	Le nostre persone	Forza lavoro totale (numero complessivo di dipendenti)		276 050	LA1
Tempo perso per infortuni (per milioni di ore lavorate)		3,7	LA7		
Tasso di infortuni complessivo (per milioni di ore lavorate)		7,5	LA7		
Posizioni dirigenziali ² ricoperte da donne		24%	LA4		
Membri del Comitato di gestione locale originari dei rispettivi paesi in via di sviluppo		42%	n/a		
Corsi di formazione ufficiali tenuti da insegnanti nei paesi in via di sviluppo (numero di dipendenti)		65 647	LA10		
Posizioni chiave		917	n/a		
Dipendenti potenzialmente in grado di occupare le principali posizioni aziendali		3 247	n/a		
Agricoltura e sviluppo rurale		Agricoltori formati mediante programmi di aiuto allo sviluppo (numero)		111 800	n/a
		Paesi interessati da programmi sostenibili (SAIN - Iniziativa Nestlé per l’Agricoltura Sostenibile) (numero)		28	n/a
	Fornitori sottoposti a controlli di sicurezza, qualità e lavorazione (numero)		3 400	n/a	
	Prodotti e consumatori	Prodotti posizionati nel segmento a basso reddito ³ : Europa (Vendite, milioni di CHF) ⁴		212	n/a
Prodotti posizionati nel segmento a basso reddito ³ : Americhe (Vendite, milioni di CHF) ⁴		3 517	n/a		
Prodotti posizionati nel segmento a basso reddito ³ : Asia, Oceania e Africa (Vendite, milioni di CHF) ⁴		1 722	n/a		
Società Nestlé Nutrition (vendite 2007, milioni di CHF)		8 434	n/a		
Numero di prodotti migliorati dal punto di vista della nutrizione e della salute ⁵		6 445	n/a		
Incremento di ingredienti nutritivi o nutrienti essenziali (numero di prodotti) ⁵		2 603	n/a		
Riduzione di sale, zuccheri, acidi grassi, grassi complessivi o coloranti artificiali (numero di prodotti) ⁵		3 842	n/a		
- Riduzione degli acidi grassi (tonnellate) Dicembre 2003 – Febbraio 2007		34 200	n/a		
- Riduzione degli zuccheri (tonnellate) Gennaio 2003 – Dicembre 2006		204 000	n/a		
- Riduzione del sale (tonnellate) Aprile 2005 – Dicembre 2006		5 000	n/a		
Prodotti coperti dal <i>Nestlé Nutritional Compass</i> (% di vendita)		95	PR3		
Prodotti con indicazione della Quantità Giornaliera Indicativa in etichetta (% di vendita) ⁶		45	PR3		
Marketing dei latt formulati per l’infanzia (numero di controlli interni)		9	PR7		
Marketing dei latt formulati per l’infanzia (numero di controlli esterni)		1	PR7		
		</			

Creazione di Valore Condiviso: il ruolo dell'impresa nella società	2
Profilo d'impresa	4
A proposito di questo report	6
Strategia e Principi Aziendali	8
Produzione e impatto ambientale	10
Le nostre persone	20
Agricoltura e sviluppo rurale	26
Prodotti e consumatori	36
Sostegno ai Principi del Global Compact e agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio dell'ONU	52
Coinvolgimento degli stakeholder	54
Reporting futuro	55
Dichiarazione di garanzia – Metodologia, risultati preliminari e considerazioni	56



Copertina: Razia Berveen, "Esperta di zootecnica" a Farooqa, in Pakistan, è una delle addette Nestlé alla formazione di 4 000 donne che diventeranno tecnici agrari nell'ambito di un programma di partenariato fra Nestlé e il Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNDP) in Pakistan

Sinistra: Nestlé ha finanziato un programma di formazione per tecnici agrari a Renala, in Pakistan. La trasmissione di competenze vitali nella gestione dell'acqua promuove prassi sostenibili nelle aziende casearie del Pakistan. Maggiori informazioni a p. 29

Creazione di valore condiviso: il ruolo dell'impresa nella società

“

Creare Valore Condiviso significa avere obiettivi a lungo termine, garantendo al contempo solidi risultati annuali. Uno dei Principi Aziendali fondamentali di Nestlé recita “non sacrificheremo lo sviluppo a lungo termine in cambio di un guadagno a breve”

”

Peter Brabeck-Letmathe,
Presidente e CEO, Nestlé

Henri Nestlé fondò la nostra società nel 1866 partendo dalla farina latteata creata per salvare la vita del figlio di un vicino di casa. Da quel momento, la strategia fondamentale della nostra azienda è stata quella di creare valore per la società e per i nostri azionisti. In tal modo, negli ultimi 141 anni Nestlé è passata da piccola azienda a conduzione familiare a principale azienda di nutrizione, salute e benessere del mondo.

Creare Valore Condiviso per la società e gli investitori significa andare oltre i benefici per il consumatore. La prima edizione dei *Principi Aziendali Nestlé* afferma che “i nostri investimenti devono essere positivi per l'azienda e per i paesi in cui operiamo”.

Creare Valore Condiviso significa pertanto generare valore anche per gli agricoltori nostri fornitori, per i dipendenti e tutti i settori della società, facendo investimenti a lungo termine vantaggiosi per la popolazione e i nostri azionisti.

Nel corso degli anni abbiamo lavorato con milioni di produttori di latte e caffè per renderli fornitori migliori e aiutarli ad avere prospettive economiche più proficue. Attualmente lavoriamo con circa 600 000 agricoltori a livello mondiale, mettendo a disposizione assistenza tecnica gratuita, infrastrutture e oltre 29,9 milioni di CHF sotto forma di microcredito. Circa la metà dei nostri stabilimenti è ubicata in zone rurali dei paesi in via di sviluppo e incide profondamente sul bilancio familiare, sulla qualità della vita e sull'avvenire delle generazioni future.

Creare Valore Condiviso significa, inoltre, tutelare l'ambiente in quanto parte integrante del nostro business per i decenni e i secoli a venire. Porre fine a comportamenti che contribuiscono all'inquinamento atmosferico e idrico e ad una gestione inappropriata delle risorse è fondamentale per sostenere la crescita di un'azienda food & beverage. Condividiamo tutti la stessa dimora e il futuro della nostra impresa è inevitabilmente legato a quello del pianeta.

Creare Valore Condiviso significa avere obiettivi a lungo termine, garantendo al contempo solidi risultati annuali. Uno dei Principi Aziendali fondamentali di Nestlé recita “non sacrificheremo lo sviluppo a lungo termine in cambio di un guadagno a breve”.

Puntiamo ad un costante miglioramento del rendimento annuale mediante “Il modello Nestlé”: crescita organica annua fra il 5% e il 6%, associata ad un aumento annuo sostenibile del margine di utili (EBIT), evitando le soluzioni sociali e commerciali temporanee. Ad esempio, ci siamo volontariamente astenuti dal quotarci in Borse che richiedevano il reporting degli utili su base trimestrale per evitare il diffondersi di una mentalità di business eccessivamente focalizzata sul breve periodo.

Grazie a tale approccio di business, da una ricerca indipendente sul marchio *Nestlé* emerge che abbiamo un rating molto elevato a livello mondiale per quanto riguarda “l'adempimento delle nostre responsabilità nei confronti della società”, in particolare nei paesi in via di sviluppo. La forza del marchio *Nestlé* è da ricondursi alle forti relazioni instaurate con la società e alla costruzione di un marchio basato sulla *Creazione di Valore Condiviso*.

Lungi dall'accontentarci dei risultati raggiunti, concentriamo in misura sempre maggiore i nostri sforzi nell'offrire alimenti nutrienti e accessibili alle popolazioni a basso reddito nei paesi in via di sviluppo. Nel 2007, in collaborazione con i governi nazionali, abbiamo inaugurato stabilimenti di grandi dimensioni e all'avanguardia nelle zone rurali di Brasile, Cina e Pakistan, per produrre alimenti ad elevato valore nutrizionale a un prezzo contenuto.

Peter Brabeck-Letmathe, Presidente e CEO di Nestlé, in visita a un'azienda agricola messicana a Jicotepec, durante una sessione formativa rivolta ai produttori di caffè aderenti al programma di assistenza tecnica di Nestlé. Gonzalo Contreras, agronomo di Nestlé Mexico, mostra una trappola antiparassitaria che permette di evitare l'uso di fitofarmaci, contribuendo così a promuovere tecniche di coltivazione ecocompatibili del caffè



Questo report rappresenta un primo passo nel fornire dati globali in merito alla *Creazione di Valore Condiviso*. È parte integrante del nostro reporting aziendale, insieme al *Nestlé Management Report 2007* relativo ai risultati finanziari, e fa seguito ad una pubblicazione di due anni fa su Nestlé, in cui Mark Kramer e il Professor Michael Porter di Harvard hanno ideato una griglia per esaminare le attività della nostra società in America Latina in termini di *Creazione di Valore Condiviso*. Abbiamo quindi definito un piano pluriennale per l'ampliamento graduale della nostra misurazione di *Creazione di Valore Condiviso*: il nostro nuovo sistema informativo interno, GLOBE, ci consentirà, per la prima volta, di fornire informazioni su Nestlé a livello mondiale in settori in cui non sono attualmente disponibili.

Abbiamo iniziato a pianificare questo report con un'analisi esterna di ciò che può essere per noi maggiormente pertinente da comunicare e ringraziamo SustainAbility per il sostegno fornito. Abbiamo poi cercato anche un riscontro da parte degli stakeholder mediante un processo di coinvolgimento in diverse regioni del mondo, promosso da AccountAbility International. Nel report è inclusa

una sintesi delle attività di Nestlé in relazione alla Global Reporting Initiative, ai Principi del Global Compact dell'ONU e agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio.

Apprestandomi a cedere il ruolo di CEO a Paul Bulcke, posso dire che negli 11 anni trascorsi come CEO di Nestlé abbiamo cercato in misura sempre maggiore di impegnarci nei confronti della società e di comunicare la relazione interdipendente di Nestlé con la popolazione dei paesi in cui operiamo.

Nel mio ruolo di Presidente di Nestlé, non cesserò di impegnarmi per garantire il continuo rafforzamento delle nostre idee e il nostro impegno in questo settore. Il report è parte di un processo in evoluzione e mi auguro che contribuirà a farvi comprendere e valutare l'interdipendenza di Nestlé con le persone e con il pianeta.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "P. Brabeck-Letmathe".

Peter Brabeck-Letmathe
Presidente e CEO

Profilo d'impresa

Nestlé
è la principale
Azienda
di Nutrizione,
Salute
e Benessere
del mondo

Vevey

Svizzera, sede centrale

1866

Anno di fondazione

107,6 miliardi

Fatturato in CHF

10,6 miliardi

Utile netto in CHF

276 050

Persone occupate

480

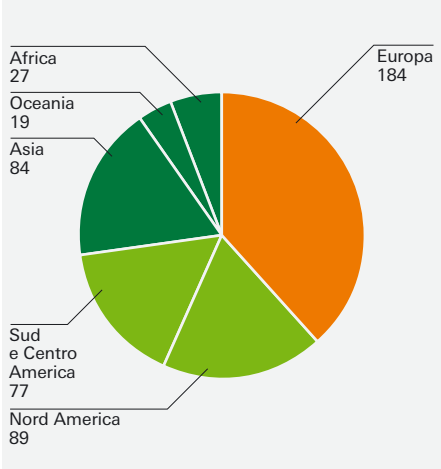
Numero di stabilimenti

86

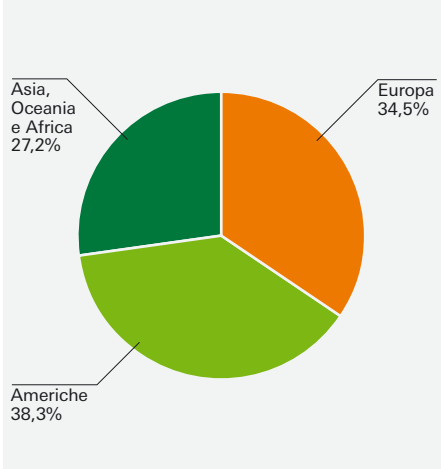
Paesi in cui svolge attività



Stabilimenti per area geografica, 2007



Occupati per area geografica, 2007



Settori di prodotto: fatturato e crescita, 2007

Categoria di prodotto	Fatturato (miliardi di CHF)	Crescita organica
Bevande (comprese le solubili)	17,9	10,3%
Nestlé Waters	10,4	6,6%
Prodotti a base di latte e gelati	20,7	7,8%
Nestlé Nutrition	8,4	9,7%
Piatti pronti e prodotti culinari	18,5	4,0%
Cioccolato, prodotti dolciari e biscotti	12,3	5,3%
Alimenti e accessori per animali	12,1	7,0%
Prodotti farmaceutici	7,3	11,0%

Fonte: Nestlé

Estrema sinistra: inaugurazione del nuovo stabilimento per la produzione di latte a Hailar, Mongolia Interna, aperto nel 2007 grazie all'investimento da parte di Nestlé di oltre 20 milioni di CHF. Maggiori informazioni a p. 14

Sinistra: Kevin Duck, dipendente Nestlé presso Cereal Partners UK produttori di *Shredded Wheat*. I cereali integrali hanno un importante valore nutrizionale e negli ultimi due anni

i marchi Nestlé venduti in Europa hanno aumentato le loro vendite di 1,6 miliardi di porzioni. Maggiori informazioni a p. 42

Sotto: La strategia Nestlé si basa sull'offerta di prodotti di comprovata superiorità quanto a preferenza dei consumatori e valore nutrizionale

Il nostro esclusivo test di prodotto, chiamato 60/40+, offre un ulteriore "valore aggiunto" nutrizionale, dal momento che comprende anche nutrienti fondamentali per la salute. Maggiori informazioni a p. 38



A proposito di questo report

Il presente documento rappresenta il primo report globale sulla *Creazione di Valore Condiviso*, relativo alla nostra responsabilità e sostenibilità sociale d'impresa. È, inoltre, parte integrante del nostro reporting e correlato al nostro *Management Report* del 2007. Le informazioni contenute riguardano le attività globali di Nestlé per l'anno conclusosi nel dicembre 2007 sono state sottoposte a verifica esterna (si veda p. 56). Il report riguarda settori economici particolarmente rilevanti per i nostri stakeholder (si veda in seguito come tali impatti siano stati individuati e ordinati per importanza).

📄 [Maggiori informazioni su una gamma più vasta di argomenti sono disponibili sul nostro sito web \[www.nestle.com/csv\]\(http://www.nestle.com/csv\)](http://www.nestle.com/csv)

Il concetto di *Creazione di Valore Condiviso* è stato analizzato per la prima volta nel report del 2005, *Nestlé e il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa*, focalizzato sulle nostre attività in America latina. In seguito gli autori, la società di consulenza FSG – Social Impact Advisors guidata dal direttore amministrativo Mark Kramer (anche Senior Fellow presso la John F. Kennedy School of Government dell'Università di Harvard) hanno chiesto a Nestlé di assumersi il difficile compito di fornire ulteriori dati. Da allora, in collaborazione con i nostri settori commerciali e consulenti fra cui SustainAbility e AccountAbility, Nestlé ha individuato ed esaminato questioni fondamentali, sviluppato indicatori globali di performance e coinvolto gli stakeholder nel dibattito.

Ed ecco il risultato, il nostro report *Creazione di Valore Condiviso* del 2007, un primo passo nel dimostrare, dati alla mano, che avere successo nella creazione di valore a lungo termine per gli azionisti dipende anche dalla creazione di valore per la società.

I report precedenti

I precedenti report erano focalizzati su specifici argomenti o regioni geografiche, come di seguito illustrato:

- *The Nestlé Water Management Report (Relazione Nestlé sulla gestione dell'acqua)* – 2006;
- *Nestlé, the Community and the UN Millennium Development Goals (Nestlé, la comunità e gli obiettivi di Sviluppo del Millennio)* – 2006;
- *The Nestlé Concept of CSR as Implemented in Latin America (Nestlé e il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa implementato in America Latina)* – 2005;
- *The Nestlé Commitment to Africa (L'impegno di Nestlé per l'Africa)* – 2004
- *Faces of Coffee (I volti del caffè)* – 2003;
- *Nestlé and Water: Sustainability, Protection, Stewardship (Nestlé e l'acqua: sostenibilità, tutela, gestione responsabile)* – 2003;
- *The Nestlé People Development Review (Verifica dello sviluppo delle persone di Nestlé)* – 2002;
- *Sustainability Review (Verifica della sostenibilità)* – 2001;
- *Nestlé Environmental Progress Report (Relazione Nestlé sui progressi ambientali)* – 2001;
- *Nestlé and the Environment (Nestlé e l'ambiente)* – 1995.

📄 [I precedenti report sono disponibili sul sito web \[www.nestle.com/csv/downloads\]\(http://www.nestle.com/csv/downloads\)](http://www.nestle.com/csv/downloads)

Principali problematiche

Il report è focalizzato su settori a forte impatto aziendale, di particolare rilevanza per gli stakeholder e con un ragionevole livello di controllo da parte di Nestlé.

In collaborazione con SustainAbility Ltd si è intrapreso un processo volto a dare priorità alle questioni fondamentali per il Gruppo, tenendo in considerazione le opinioni di investitori, gruppi della società civile e Media, per poi valutarle con il management di Nestlé.



Sono stati selezionati cinque settori:

- *Produzione e impatto ambientale*: gestione delle attività nel rispetto dell'ambiente; in che modo prassi responsabili quanto a sicurezza, salute e ambiente rendano un'azienda più efficiente e in grado di coniugare qualità e prezzo (pp. 10-19);
- *Le nostre persone*: operare come datore di lavoro responsabile (pp. 20-25);
- *Agricoltura e sviluppo rurale*: approccio all'approvvigionamento agricolo (pp. 26-35);
- *Nutrizione, Salute e Benessere*: fattori determinanti di crescita aziendale (pp. 38-43);
- *Marketing e comunicazione*: miglioramento responsabile delle informazioni relative a nutrizione e salute (pp. 46-51).

Il potenziale commerciale di Nestlé: vantaggi per Nestlé e per la società

L'obiettivo a lungo termine di Nestlé è di creare valore sostenibile per i propri azionisti e per le società in cui opera. La tabella sopra illustra come, in ogni fase della catena del valore, le attività di Nestlé rispondano alla sua strategia aziendale e creino valore per la società.

Restrizioni e ambito del reporting

I dati forniti si riferiscono alle aziende interamente controllate da Nestlé (esclusi joint venture e fornitori).

I dati ambientali si riferiscono unicamente agli stabilimenti, compresi Cereal Partners Worldwide e Dairy Partners Americas. I report di Alcon sono forniti separatamente. I dati su Salute & Sicurezza riguardano tutti i dipendenti di Nestlé, nonché 61 000 appaltatori.

Look closer @ nestle.com

Video e presentazioni aggiuntive sono riassunti nei riquadri "look closer" del report. Nel sito web www.nestle.com/csv è possibile accedere a contenuti audio, case study, politiche aziendali e pubblicazioni sulla *Creazione di Valore Condiviso*.

Strategia e Principi Aziendali

Nestlé vanta una solida cultura aziendale che unisce persone con background molto diversi, provenienti da oltre 100 paesi, in un'unica cultura aziendale costruita intorno a valori e a principi umani fondamentali. Il nostro principio fondamentale è che gli investimenti debbono essere positivi per la società e per i paesi in cui svolgiamo le nostre attività commerciali.

I Principi Aziendali

La cultura e il rapporto di Nestlé con gli stakeholder sono descritti in:

- *Nestlé Corporate Business Principles* (Principi Aziendali Nestlé);
- *Nestlé Management and Leadership Principles* (Principi di Gestione e Leadership Nestlé);
- *Nestlé Code of Business Conduct* (Codice di Condotta Aziendale Nestlé).

Le politiche globali in materia di alimentazione, marketing, ambiente, salute e sicurezza sul lavoro e risorse umane supportano tali principi.

 È possibile scaricare i principi e le politiche di Nestlé sul sito web www.nestle.com/csv/downloads

I principali strumenti di gestione comprendono il Sistema di Gestione Ambientale Nestlé (Nestlé Environmental Management System - NEMS) e il nostro Sistema di Gestione delle Risorse Umane. Network formali e informali di esperti Nestlé condividono inoltre le informazioni al fine di sviluppare best practice a livello globale.

Un quadro per la Creazione di Valore Condiviso

L'approccio di Nestlé si basa su:

- Visione a lungo termine;
- Solida presenza e comprensione dei paesi e delle culture;
- Responsabilità e affidabilità;

Per fornire valore condiviso ci impegniamo a:

- Continuare a sviluppare nuove competenze in risposta a mercati e condizioni operative in rapida evoluzione;
- Continuare ad applicare costantemente e rigorosamente in tutti i paesi i nostri principi e standard globali;
- Promuovere lo sviluppo sostenibile non solo nelle nostre attività dirette, ma anche in collaborazione con altri su problematiche più complesse e ampie a supporto delle quali possiamo portare il nostro contributo in termini di leadership e autorevolezza;
- Comprendere e affrontare le implicazioni negative e le opportunità che derivano da quelle aree di impatto a più elevato rischio di sostenibilità;
- Affrontarle, rafforzando i nostri sistemi di governance e gestione;
- Sviluppare chiari obiettivi finanziari, ambientali e sociali;
- Lavorare con i nostri partner commerciali e gli stakeholder per fornire valore condiviso.

I paragrafi successivi del presente report delineano specifiche sfide dal punto di vista sociale e ambientale che stiamo affrontando per quanto riguarda prodotti, consumatori, dipendenti, agricoltura, approvvigionamento e produzione.

Il seguente diagramma riassume il quadro di Nestlé per la *Creazione di Valore Condiviso*.



Standard di controllo e di garanzia

Garantiamo la rigorosa applicazione di principi e politiche mediante severi standard di controllo:

- La conformità ai Principi Aziendali nei settori delle risorse umane, sicurezza, salute e ambiente viene garantita mediante il nostro programma CARE, che si affida ad una rete di verifiche esterna e indipendente;
- Gli impianti produttivi sono certificati in base a standard quali ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 22000;
- Le attività di marketing relative agli alimenti per l'infanzia sono soggette a verifiche interne ed esterne;
- I fornitori vengono regolarmente sottoposti a controlli e verifiche.

Organismi di controllo ufficiali

- Consiglio sulla Sostenibilità delle Attività;
- Comitato di Controllo;
- Comitato per la Gestione del Rischio;
- Comitato per la Conformità del Gruppo.

Il Consiglio d'Amministrazione è l'organismo di controllo responsabile della supervisione del Gruppo. Ad eccezione di Peter Brabeck-Letmathe (Presidente e CEO), tutti i membri del Consiglio d'Amministrazione non hanno incarichi esecutivi.

Per informazioni complete sulla governance, consultare il *Corporate Governance Report 2007* sul sito web www.nestle.com/csv/downloads

Definizione degli obiettivi

Nestlé mira al miglioramento continuo e ritiene che l'esame delle performance passate sia più utile alla pianificazione futura che lo stabilire singoli obiettivi a breve termine.

Coinvolgimento degli stakeholder

Per comprendere l'ambiente in cui opera l'azienda, gli esperti di Nestlé si confrontano con consumatori, investitori e ONG. Quest'anno abbiamo dato il via ad un'iniziativa di confronto istituzionale con opinion formers; per maggiori dettagli, si veda p. 54.

Nestlé, inoltre, lavora a stretto contatto con i suoi pari per sviluppare iniziative comuni a livello di mercato, come la Sustainable Agriculture Initiative (si vedano le pp. 33–35) e PROGRESS, forum dei Fast-Moving Consumer Goods che si avvalgono di modalità di approvvigionamento responsabili e sistemi produttivi sostenibili.

Produzione e impatto ambientale

A fronte: Impianto per il trattamento dell'acqua ad Agbara, in Nigeria. Nestlé investe in impianti per il trattamento dell'acqua nei paesi in via di sviluppo anche in assenza di normative specifiche, perché mantenere alta la qualità dell'acqua nelle aree limitrofe ai nostri impianti incide direttamente sulle nostre attività. Questo impianto è servito da modello per quello di Tema, in Ghana

Gli stabilimenti Nestlé sono tra i principali motori dello sviluppo rurale e della promozione di nuovi standard di qualità ambientale, in particolare nei paesi in via di sviluppo. Nestlé ha compiuto grandi passi nella riduzione dell'impatto ambientale, contribuendo in tal modo a diminuire i costi e, in definitiva, a migliorare la redditività e la sostenibilità a lungo termine.

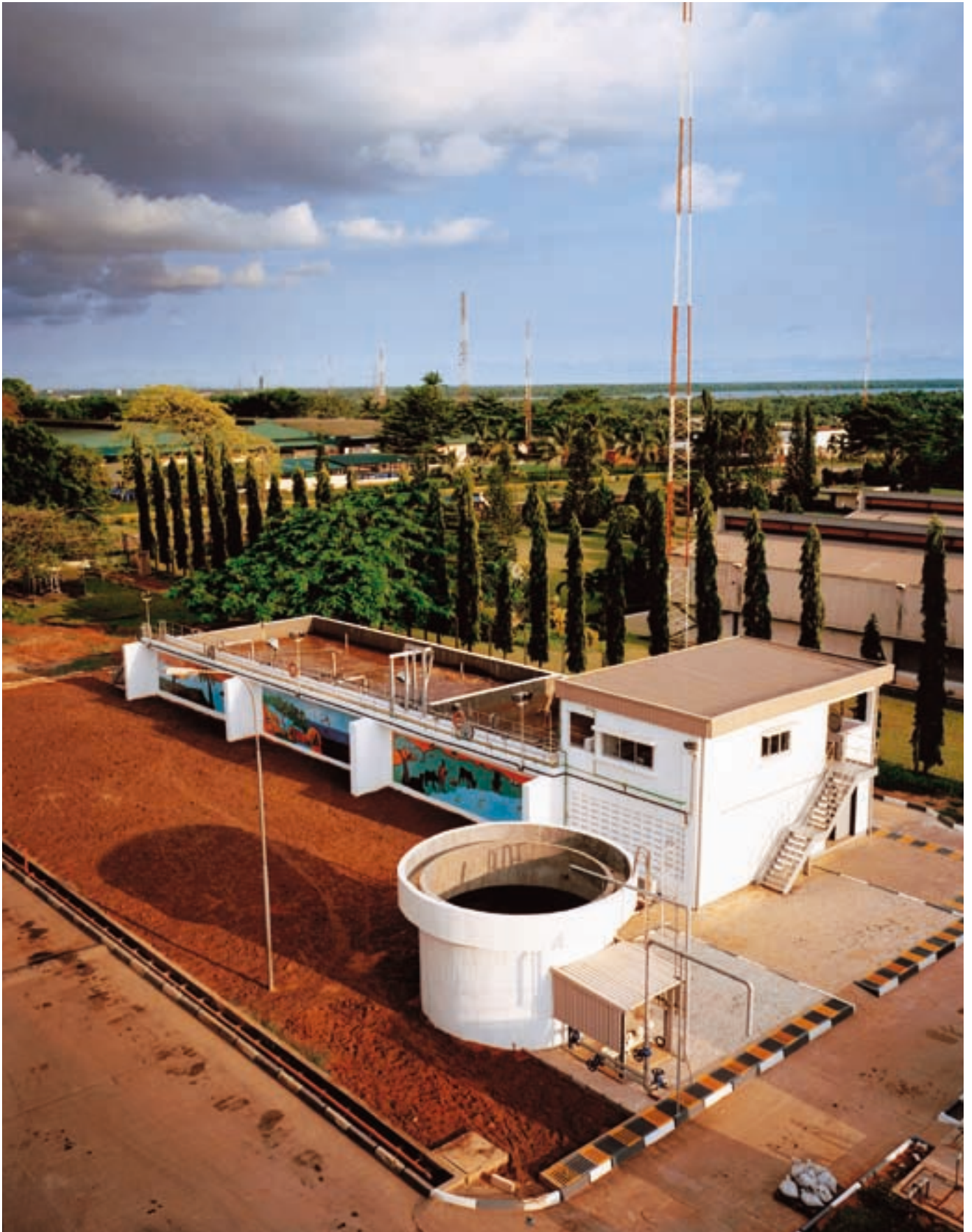
Creazione di Valore Condiviso

Valore per Nestlé

La costruzione di stabilimenti di alta qualità ed elevato rendimento, con un livello di efficienza ambientale in continuo miglioramento e supportati da solide strutture locali, consente a Nestlé di rispondere alla crescente richiesta di alimenti e bevande beneficiando di una crescita redditizia e allo stesso tempo sostenibile. Essendo un'azienda che necessita di materie prime agricole di alta qualità e di acqua potabile lungo tutta la catena del valore, dipendiamo da un ambiente pulito e dall'utilizzo sostenibile delle risorse naturali per garantire il successo a lungo termine della nostra azienda.

Valore per la società

I nostri ingenti investimenti nelle zone rurali aiutano i lavoratori ad acquisire nuove competenze e ad ottenere maggiori ricavi, a promuovere la nascita di fornitori e imprenditori locali e ad elevare gli standard ambientali.



18%

Percentuale degli stabilimenti certificati ISO 14001 e/o OHSAS 18001

Il contesto globale

Il nostro principio è quello di produrre, quando possibile, nei paesi nei quali ci approvvigioniamo di materie prime, piuttosto che esportarle. Produrre a livello locale per i mercati regionali significa che i nostri prodotti percorrono meno chilometri con una conseguente riduzione dei costi di trasporto e di impatto ambientale. Attualmente, circa la metà dei nostri stabilimenti è situata nei paesi in via di sviluppo e ubicata principalmente in zone rurali, a conferma del nostro approccio di lungo termine all'investimento e della nostra capacità di operare in ambienti eterogenei e complessi. Ad esempio, fin dal 1927 Nestlé è presente con le proprie attività in Sudafrica e dal 1921 in Brasile, e continua inoltre a produrre caffè in Costa d'Avorio nonostante le violenze e agitazioni civili verificatesi nel corso degli ultimi anni. Fra i principali investimenti industriali di Nestlé nei paesi in via di sviluppo del 2007 si annoverano:

- **Pakistan:** il più grande stabilimento per la lavorazione del latte al mondo a Kabirwala. Investimento: 90 milioni di CHF;
- **Brasile:** stabilimento per la produzione di prodotti posizionati nel segmento a basso prezzo a Feira de Santana, regione di Bahia. Investimento: 60 milioni di CHF;
- **Cina:** stabilimento per la lavorazione del latte a Hailar, Mongolia Interna. Investimento: 20 milioni di CHF.



Ognuno di questi stabilimenti è stato attrezzato sin dall'inizio con tecnologie all'avanguardia in materia di tutela ambientale, come ad esempio impianti per il trattamento dell'acqua utilizzata nei processi produttivi prima della sua rimmissione nell'ecosistema.

Le nostre principali aree strategiche in materia ambientale riguardano risorse idriche, energia e imballaggi. Oltre alla gestione di tali aree mediante un approccio olistico a livello aziendale, il nostro lavoro si concentra sempre più lungo l'intera catena del valore per incidere in maniera positiva sulla loro modalità di gestione anche al di là delle nostre attività dirette. Ciò contribuisce a migliorare la qualità, l'affidabilità e i costi dal produttore al consumatore.

[Per maggiori informazioni in merito a tutte le aree di efficienza ambientale, compresi](#)

[trasporto e refrigerazione, visitate il sito web \[www.nestle.com/csv/environment\]\(http://www.nestle.com/csv/environment\)](#)

Gestione dell'ambiente

Abbiamo investito notevoli risorse nel nostro Sistema di Gestione Ambientale (Nestlé Environmental Management System). Il NEMS contribuisce a garantire la conformità con le normative e con la Politica di Nestlé per l'ambiente, aiuta Nestlé a migliorare costantemente la performance e contribuisce a supportare lo sviluppo sostenibile.

Siamo inoltre alla ricerca di certificazioni esterne per tutti gli stabilimenti in linea con lo standard ISO 14001, riconosciuto a livello internazionale quale sistema standard di gestione ambientale.

Tale certificazione permette di parlare un linguaggio comune che consente di dimostrare in maniera più agevole agli stakeholder il raggiungimento della conformità.

Il 18% dei nostri stabilimenti sono certificati ISO 14001 e/o OHSAS 18001. Puntiamo a certificare il 100% dei nostri stabilimenti entro il 2010.

L'84% degli stabilimenti è stato controllato sulla base del nostro programma CARE.

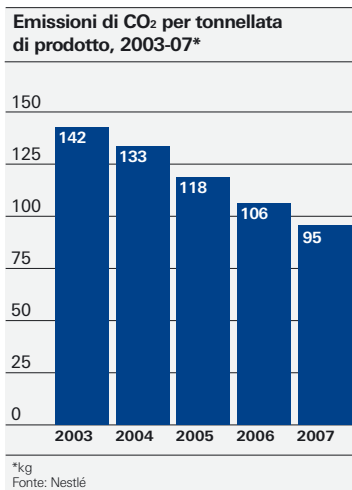
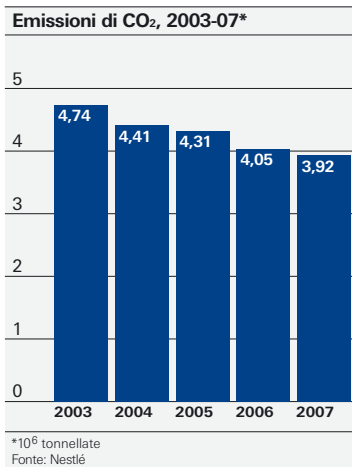


Estelle Kouadio lavora presso lo stabilimento Maggi di Nestlé nei pressi di Abidjan, in Costa d'Avorio, dove abbiamo mantenuto le nostre attività nonostante le aspre agitazioni civili degli ultimi anni

Ridurre le nostre emissioni di CO₂

La spinta di Nestlé ad ottenere una migliore efficienza energetica incide in maniera diretta e positiva sulle emissioni di gas a effetto serra. Ulteriori diminuzioni di questi si ottengono grazie al passaggio di una serie dei nostri stabilimenti all'utilizzo di carburanti più ecologici, come il gas naturale. Sebbene Nestlé con le proprie attività non emetta livelli elevati di gas a effetto serra, abbiamo ridotto le nostre emissioni del 17,3% dal 2003. Ci impegnamo inoltre a continuare nel percorso di miglioramento stabilito per il futuro.

Insieme ad oltre 2000 delle principali aziende mondiali, Nestlé partecipa al Carbon Disclosure Project (CDP), con l'obiettivo di condividere la nostra strategia e i nostri risultati. Ciò fa parte del nostro costante impegno affinché la nostra attività venga valutata in base a parametri certi e ci porti ad ulteriori miglioramenti. Facciamo anche parte di un ridotto numero di aziende che partecipa al tentativo del CDP di sensibilizzare i fornitori e siamo inoltre fra i pionieri di tale progetto pilota nella nostra stessa catena di fornitura per ispirare miglioramenti della performance e contribuire ad affrontare la questione dell'efficienza e dei risparmi energetici anche al di là delle nostre attività dirette.



Insight Investment, il gestore patrimoniale del principale investitore istituzionale HBOS Group, ha assegnato a Nestlé un punteggio pari al 100% in merito a questioni di governance relative alle emissioni di carbonio. Siamo inoltre stati selezionati quali azienda maggiormente efficiente quanto a emissioni di carbonio fra quelle del settore alimentare quotate nel Dow Jones Stoxx 600, in base alle



Presso il Product Technology Centre a Beauvais, in Francia, lavoriamo in collaborazione con i nostri partner per sviluppare congelatori commerciali per gelati che utilizzino refrigeranti naturali e nuove tecnologie per il raffreddamento a basso consumo energetico, non dannose per lo strato di ozono e sicure per l'utilizzo pubblico

emissioni dirette di gas a effetto serra per reddito (Merrill Lynch, *Carbon Leaders: Quality Win-Win Stocks*, 31 agosto 2007).

Siamo consapevoli della necessità di continuare a lavorare con gli altri per implementare la nostra strategia a livello mondiale. Fra i recenti progressi si annoverano:

- Generazione di energia mediante la produzione congiunta di vapore ed elettricità (cogenerazione), processo che migliora l'efficienza energetica e riduce l'emissione di gas a effetto serra;
- Recupero del metano. Recuperiamo in misura sempre maggiore il gas metano prodotto dai nostri impianti di depurazione dell'acqua e lo utilizziamo come combustibile. Nel nostro stabilimento di Shimada in Giappone, ad esempio, ciò ha consentito di ridurre del 38% le emissioni di gas a effetto serra.

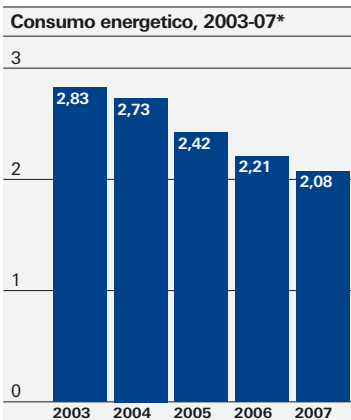
Investimenti industriali: stabilimento per la lavorazione del latte a Hailar, Cina



All'avanguardia per la produzione di latte, lo stabilimento Nestlé a Hailar, Mongolia Interna, è stato aperto a luglio del 2007 con un investimento di oltre 20 milioni di CHF. Da quando Nestlé ha iniziato ad investire in Cina, vent'anni fa, abbiamo aperto 21 stabilimenti, dove lavorano attualmente circa 13 000 persone. Nestlé acquista latte fresco da circa 40 000 produttori cinesi

e garantisce loro un reddito regolare complessivo di circa 500 000 CHF al giorno, promuovendo in tal modo lo sviluppo rurale sostenibile delle comunità coinvolte. In Cina almeno 200 000 persone beneficiano direttamente e indirettamente delle attività di Nestlé legate al latte. Nel 2007 Hailar è stato uno dei tre maggiori investimenti di Nestlé in regioni rurali, insieme a Pakistan e Brasile





*10⁹ Joules (GJ) per tonnellata di prodotto
Fonte: Nestlé

Abbiamo ridotto il nostro utilizzo energetico del 3% dal 1998 al 2007 raddoppiando nello stesso periodo il volume della produzione. Il nostro obiettivo è di raggiungere risparmi energetici annui dell'1%-2% per tonnellata di prodotto nel corso dei prossimi cinque anni

Recentemente abbiamo anche allineato il nostro reporting relativo ai gas a effetto serra con standard riconosciuti a livello internazionale (Greenhouse Gas Protocol, WBCSD/WRI 2004) in modo da presentare un resoconto accurato e coerente delle nostre emissioni sulla base di approcci e principi standardizzati.

Siamo fra le prime aziende alimentari ad essere entrate a far parte del programma Global Reporting Initiative, che coinvolge molteplici stakeholder al fine di sviluppare uno standard di reporting globale e indicatori di sostenibilità nel settore alimentare. Nestlé è annoverata anche fra le 150 aziende che



Impianto di cogenerazione presso lo stabilimento di produzione del caffè di Magonza, in Germania, dove i fondi di caffè sono utilizzati come combustibile

richiedono, in un comunicato pubblicato dal "Prince of Wales's Corporate Leaders Group" nel dicembre 2007, un quadro completo e legalmente vincolante promosso dall'ONU per affrontare le problematiche del cambiamento climatico.

Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.nestle.com/csv/climatechange

Migliorare la nostra efficienza energetica

Nestlé migliora la propria efficienza energetica, con un risparmio di circa 33 milioni di CHF nel 2007, attenuando in tal modo l'incidenza dell'aumento vertiginoso dei costi dell'energia. Inoltre, utilizziamo fonti di energie rinnovabili - come i fondi di caffè prodotti nei nostri stabilimenti di lavorazione - per diminuire la dipendenza da combustibili fossili. Nestlé, infine, effettua ingenti investimenti per la sensibilizzazione, formazione e miglioramenti tecnici (circa 40 milioni di CHF l'anno).

“

Integrare le questioni di Responsabilità Sociale d'Impresa nella strategia aziendale, invece di considerarle semplicemente come attività aggiuntive, è fondamentale per sviluppare in maniera significativa tale concetto. Per i paesi in via di sviluppo, ciò significa anche dedicare un'attenzione particolare alle problematiche legate allo sviluppo, come ad esempio l'aggiornamento dei fornitori locali, la formazione e il trasferimento delle tecnologie. Proprio in questa direzione Nestlé sta promuovendo una serie di iniziative che possono essere considerate pionieristiche

”



Karl P. Sauvart, Ph.D., Executive Director, Columbia Program on International Investment, e Co-Director, Millennium Cities Initiative

Ridurre il nostro consumo di acqua

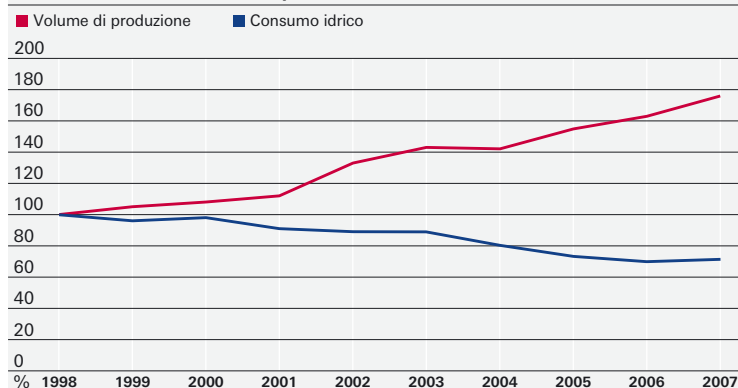
Ci impegniamo a diventare l'utente di acqua più efficiente fra i produttori alimentari. La diminuzione del consumo di acqua è stata parte della prassi di gestione a livello di impianto per molti anni. Nel 1997 è stata avviata un'iniziativa ufficiale a livello aziendale che attualmente ha dato ulteriori e notevoli risultati in termini di efficienza.

Nestlé Waters è leader mondiale nella produzione di acqua in bottiglia, ma preleva un volume molto ridotto di acqua dolce ogni anno. I volumi complessivi prelevati da Nestlé Waters rappresentano non oltre lo 0,0009% di tutta l'acqua prelevata dagli esseri umani. Oltre la metà di tale acqua confluisce direttamente nei 72 marchi di acqua in bottiglia che vendiamo a livello mondiale e le quantità prelevate sono rigorosamente in linea con le esigenze delle unità di imbottigliamento. Il resto è principalmente utilizzato per processi operativi e per la pulizia. La quantità di acqua aggiuntiva di cui abbiamo bisogno per produrre 1 litro di acqua in bottiglia è attualmente di 0,81 litri. Mediante rigorose prassi nel processo produttivo siamo infatti riusciti a ridurre i consumi di circa 34% nel corso di 6 anni.

Aquapod è un packaging dalla forma innovativa che piace ai bambini e li incoraggia a preferire l'acqua alle bibite analcoliche zuccherate



Consumo idrico e volume di produzione, 1998-2007*



*Relativo al 1998

Fonte: Nestlé

Dal 1998, Nestlé ha incrementato il volume della produzione alimentare del 76%. Nello stesso periodo abbiamo ridotto il nostro consumo idrico del 28%. Miriamo a ridurre ulteriormente il consumo per tonnellata di prodotto del 2%-3% nel corso dei prossimi cinque anni

Acqua in bottiglia, salute e ambiente

Si registra un crescente consumo di acqua in bottiglia e un consumo stabile, quando non in calo, di bibite analcoliche zuccherate. Ciò è positivo per la salute, ma l'aumento del consumo di acqua in bottiglia incide negativamente sull'ambiente? Nestlé Waters effettua ampi studi per assicurarsi che le sorgenti di

acqua siano rinnovabili e non si esauriscano. Ciò è vantaggioso per la società e consente a Nestlé di sostenere un'attività commerciale a lungo termine.

L'acqua in bottiglia rispetto alle altre bevande imbottigliate necessita di quantitativi minori di acqua per essere prodotta. Il 70% delle risorse idriche mondiali viene prelevato dall'agricoltura, mentre l'acqua in bottiglia ne utilizza quantità

molto basse. Il trasporto è una problematica a cui stiamo lavorando per ridurre la distanza dalla sorgente al consumatore. Quanto all'utilizzo della plastica, Nestlé ha ideato le bottiglie meno pesanti del settore, fino a due volte più leggere di quelle per le bibite analcoliche. I rifiuti prodotti dalle bottiglie, meno dell'1% della spazzatura presente nelle discariche pubbliche negli Stati Uniti, sono parte di un problema più ampio, che solo il riciclo sarà in grado di risolvere. Nestlé supporta diverse iniziative in questo senso: durante l'ultima maratona di New York ha collaborato con i New York Road Runners per riciclare tutti i 75 000 contenitori utilizzati per dissetare gli atleti. Ancora molto deve essere fatto per quanto riguarda il riciclo dei rifiuti, tematica da affrontare con un sistema integrato.

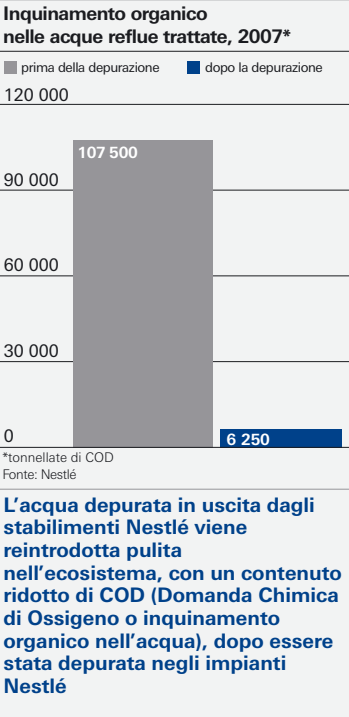
Nella maggior parte dei posti in cui vendiamo l'acqua in bottiglia molti consumatori bevono anche acqua del rubinetto, ma la comodità di avere acqua fresca in bottiglia continua ad essere privilegiata.



Presso lo stabilimento che produce alimenti per bambini di Fremont, in Michigan, l'acqua utilizzata nei processi primari dell'impianto (come il lavaggio delle materie prime, vedi figura) viene riciclata per impieghi secondari (ad esempio per la pulizia dei canali di scolo) e infine convogliata a 4 miglia di distanza verso le 450 aziende agricole Gerber per irrigare i raccolti destinati alla produzione di mangimi per allevamenti locali

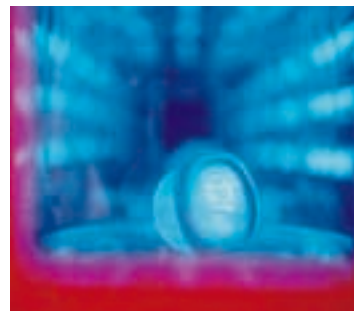
Reintrodurre acqua pulita nell'ecosistema

Nostro obiettivo prioritario è ridurre al minimo il volume di acqua utilizzata nelle nostre attività. Inoltre, continuiamo a investire in impianti per la depurazione dell'acqua dopo il suo utilizzo nella produzione, riducendo in tal modo l'impatto ambientale.





Sinistra: Khun Taleungkiet presso lo stabilimento per la produzione di caffè di Chachoengsao, in Tailandia, mentre controlla la qualità dell'acqua depurata prima del reimpiego. È il nostro primo stabilimento con "scarico idrico pari a zero", che ricicla quasi completamente l'acqua in torri di raffreddamento o per l'irrigazione di un semenzario di caffè limitrofo



Sfida chiave

Utilizzo sostenibile dell'acqua

Con l'incremento della popolazione e il miglioramento degli standard di vita, si prevede un aumento della richiesta di acqua dolce. Attualmente, oltre 1 miliardo di persone non ha accesso all'acqua e oltre 2,4 miliardi non hanno accesso neanche per soddisfare le condizioni igieniche di base. Per condurre le proprie attività Nestlé deve avere accesso ad acqua potabile, i consumatori ne hanno bisogno per preparare molti dei nostri prodotti e i nostri partner della catena di fornitura ne hanno bisogno per produrre le materie prime agricole sulle quali si basa la nostra attività.

La nostra risposta

Dal 1998 abbiamo ridotto il consumo idrico nelle nostre attività dirette del 28%. Al contempo, il volume della produzione è aumentato del 76%. Oltre a gestire il nostro consumo idrico diretto, peraltro relativamente ridotto, stiamo

lavorando costantemente per migliorare la gestione dell'acqua anche al di là delle nostre attività dirette. Supportiamo il progetto WET, un programma educativo che promuove una gestione responsabile delle risorse idriche e che dal 1992 ha raggiunto diversi milioni di bambini in oltre 20 paesi. L'agricoltura preleva circa il 70% dell'acqua dolce disponibile a livello mondiale, stiamo pertanto lavorando per fare in modo che la nostra catena di fornitura migliori le sue pratiche mediante un'estesa rete di consulenti agricoli (si veda il paragrafo Agricoltura e Sviluppo rurale). Come firmatario fondatore del Global Compact CEO Water Mandate dell'ONU nel luglio 2007, Nestlé ha altresì invitato i leader mondiali del business ad affrontare la sfida globale dell'accesso all'acqua e della carenza di tale risorsa.

Per ulteriori approfondimenti, visitate il sito web www.nestle.com/csv/waters

Ottimizzare l'imballaggio

L'imballaggio è essenziale per la sicurezza e la freschezza dei prodotti e fornisce inoltre ai consumatori informazioni nutrizionali e sull'ambiente. Nestlé ha adottato anche in questo caso un approccio integrato: ridurre i materiali utilizzati dove possibile; fornire informazioni utili ai consumatori in merito a riciclaggio e recupero; sviluppare imballaggio riciclabile a partire da risorse rinnovabili e supportare lo sviluppo di programmi di riciclo pubblici.

Abbiamo ridotto il volume del materiale per l'imballaggio utilizzato per litro di acqua in bottiglia del 22% nel corso degli ultimi 6 anni, risparmiando 257 000 tonnellate. Continuiamo altresì a sviluppare materiali da imballaggio innovativi: siamo stati la prima azienda in Europa a introdurre il Plantic, un'alternativa biodegradabile alla plastica, prodotta da risorse rinnovabili, per imballare i prodotti alimentari lavorati.

583,7 milioni di CHF

Risparmio sui costi derivanti da volumi di imballaggio ottimizzati nel corso di 16 anni



Comunicare informazioni ambientali sul nostro imballaggio

Forniamo ai nostri consumatori e partner commerciali informazioni in materia ambientale chiare e accurate, basate su dati scientifici. Esistono diversi mezzi per comunicare tali informazioni in maniera efficiente. Una possibilità è rappresentata dall'imballaggio stesso: i nostri nuovi vasetti per gli alimenti per bambini *NaturNes*, ad esempio, indicano che è necessaria minore energia e che producono meno emissioni di CO₂ rispetto alla versione precedente – lungo tutto il corso del ciclo di vita dal campo al cucchiaino e includendo il recupero dell'imballaggio. Ciò

scaturisce dalla diminuzione del peso ottenuto sostituendo i vasetti di vetro con vasetti di plastica, nonché da risparmi energetici ottenuti grazie a nuovi processi produttivi e all'energia recuperata dai vasetti in plastica usati. Tale risultato è stato comprovato da un Life Cycle Assessment, che segue i



In alto a sinistra e sopra: gli alimenti per bambini *NaturNes* sono testati al microonde presso il Technology Centre di Singen in Germania, allo scopo di individuare le migliori regolazioni per il riscaldamento uniforme del prodotto da parte dei consumatori. Sulla confezione sono riportate in modo chiaro le informazioni relative all'utilizzo del prodotto e al riciclo della confezione

più recenti metodi fissati negli standard internazionali (ISO 14040:2006 e ISO 14044:2006), ed è stato riesaminato da una commissione composta da quattro esperti esterni.

Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.nestle.com/csv/packaging

In futuro

Continueremo a sviluppare la gestione ambientale con particolare attenzione a:

- Ottenere miglioramenti continui nella nostra efficienza ambientale;
- Incoraggiare i nostri partner commerciali ad applicare nelle loro attività sistemi di gestione ambientale conformi allo standard internazionale ISO 14001;
- Comunicare ai consumatori in modo chiaro e diretto informazioni affidabili in materia ambientale.

look closer @ nestle.com

Per visionare il video sull'efficienza energetica della produzione di caffè 4C visita il sito web www.nestle.com/csv/stories

Le nostre persone

A fronte: la sicurezza sul posto di lavoro per Nestlé è un requisito imprescindibile. I medesimi standard universali di sicurezza vengono applicati sia per i lavoratori dello stabilimento per la produzione di latte a Shuangcheng, in Cina, che per quelli di tutte le altre strutture Nestlé nel mondo

Investimenti a lungo termine nella formazione garantiscono alle persone migliori opportunità lavorative e maggiori ricavi, assicurando a Nestlé forza lavoro specializzata per produrre prodotti alimentari di qualità superiore rispetto alla concorrenza. Conformemente ai nostri principi, ogni collaboratore dovrebbe avere l'opportunità di sviluppare il proprio potenziale in un posto di lavoro sicuro in cui può essere ascoltato, rispettato e valorizzato.

Creazione di Valore Condiviso

Valore per Nestlé

Massimizzando il rendimento delle nostre persone e permettendo loro di avere la motivazione e le competenze necessarie per esprimere appieno il proprio potenziale, otteniamo risultati economici superiori e una crescita futura sostenibile.

Valore per la società

Nestlé offre opportunità occupazionali in tutto il mondo, dando la possibilità di raggiungere standard di vita migliori e crescita individuale.





Il contesto globale

Nestlé vanta una solida cultura aziendale che unisce oltre 275 000 persone di 100 paesi. Il 34,5% della forza lavoro risiede in Europa, il 38,3% nelle Americhe e il 27,2% in Asia, Oceania e Africa. Circa la metà lavora nei paesi in via di sviluppo e di questi un'elevata percentuale ne è originaria.

In Africa, per esempio, solo il 3% circa della nostra manodopera non è originaria del continente.



La competenza e la motivazione dei propri dipendenti sono alla base del costante successo di Nestlé. Frank McClamma, meccanico, e Leconya Rhym, addetto macchine presso lo stabilimento Nestlé Waters di Madison, in Florida, producono Aquapod, un concetto innovativo che incoraggia i bambini a preferire l'acqua alle bibite analcoliche zuccherate.

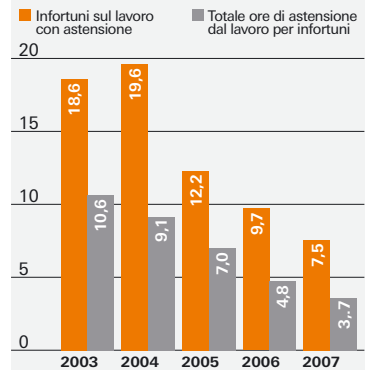
Salute e sicurezza sul lavoro

Il sistema Nestlé di Gestione della Salute e della Sicurezza sul lavoro (NSMS) è stato rivisto in conformità all'edizione 2007 dello standard internazionale OHSAS 18001 e applicato a tutte le attività di Nestlé, consolidando il nostro impegno al principio "La sicurezza non è negoziabile". Stiamo lavorando per ottenere la certificazione esterna degli stabilimenti secondo lo standard OHSAS 18001, che permetterà di uniformare i sistemi di gestione della salute e della sicurezza.

Nonostante il costante impegno ad evitare gli infortuni e a promuovere una cultura della sicurezza, dobbiamo constatare con profondo rammarico che, nel 2007, le vittime a causa di incidenti sul lavoro sono state 15 (11 dipendenti, di cui 8 per incidenti stradali fuori dagli stabilimenti - spesso in zone rurali impervie con infrastrutture di qualità mediocre - e 4 appaltatori).

Requisito basilare del NSMS è garantire l'applicazione del programma BBS Comportamenti di Sicurezza Aziendale in tutti i nostri stabilimenti e centri di distribuzione. Il programma BBS di Nestlé, fondamentale nel ridurre il numero degli infortuni, si basa sulla sensibilizzazione, sulla sicurezza e sulla responsabilità personale e interpersonale. Inoltre, in considerazione dei decessi di dipendenti in seguito ad incidenti stradali, il 2008 sarà all'insegna della guida sicura.

Tasso di infortuni e tempi di astensione dal lavoro, 2003-07*



*per milioni di ore lavorate
Fonte: Nestlé

Nel periodo 2003-07, il numero di infortuni con conseguente periodo di astensione dal lavoro (per dipendenti e appaltatori) è stato ridotto del 65%. Il nostro obiettivo per il 2008 e gli anni successivi consiste nel continuare a far calare il numero di infortuni almeno del 10% ogni anno

Il programma di revisione indipendente, CARE

([scaricabile dal sito web](#)

[www.nestle.com/csv/](http://www.nestle.com/csv/downloads)

[downloads](#)), riesamina la

conformità di Nestlé ai Principi Aziendali e alle normative locali nei settori delle risorse umane, sicurezza, salute e ambiente.

Un posto di lavoro dignitoso

Nestlé vanta una solida struttura di gestione che indirizza le relazioni fra dipendenti. Nei *Principi Aziendali* e nella *Human Resources Policy* sono presenti linee guida adeguate alle leggi e alle normative locali. Nestlé è contro qualsiasi forma di sfruttamento, si attiene alle leggi nazionali di tutti i paesi



Nguyễn Thanh Túaán e Nguyễn Vaên presso lo stabilimento di Dong Nai, in Vietnam, si tengono in forma durante la pausa pranzo giocando a ping-pong. Nestlé sviluppa programmi di benessere sul posto di lavoro a livello mondiale

Sfida chiave

Responsabilizzare team ad elevate prestazioni

Nell'ambito di attività diversificate e decentralizzate in economie in via di sviluppo e già sviluppate, la nostra sfida chiave consiste nel costruire costantemente capacità, competenze e leadership a livello locale per elevare in misura ancora maggiore gli standard all'interno del consiglio d'amministrazione.

La nostra risposta

Nestlé promuove costantemente una cultura del coinvolgimento e dei risultati e incoraggia il miglioramento continuo. Abbiamo introdotto, ad esempio, i Mission Directed Teams (MDT) in numerose attività. Ogni MDT è una piccola azienda focalizzata sulla fornitura di prodotti e servizi di alta qualità ad altre MDT interne.

I primi risultati emersi nei nostri stabilimenti dimostrano la creazione di valore grazie ad una maggiore efficienza, maggiore coinvolgimento e miglioramenti del servizio. Per esempio a Blacktown in Australia, le MDT hanno apportato un notevole contributo: la percentuale di proteste dei clienti si è ridotta del 33% rispetto all'anno precedente (grazie all'attenzione sulla qualità dei prodotti) e l'assenteismo è calato dal 6,5% a meno del 3% di ore lavorate.

in cui opera ed è conforme alle convenzioni dell'ILO in merito al lavoro minorile e all'occupazione in condizioni dignitose.

La conformità di Nestlé alle leggi locali e ai Principi Aziendali è verificata attraverso il nostro programma indipendente CARE, che comprende le aree delle risorse umane, salute e sicurezza sul posto di lavoro e ambiente. Per informazioni circa l'efficienza ambientale, si veda il paragrafo Ambiente e Produzione a p. 10-19; per la sicurezza e la salute sul posto di lavoro, si veda il grafico della pagina a fianco.

Nestlé rispetta il diritto dei dipendenti di costituire organizzazioni di rappresentanza e di aderire (o meno) a sindacati, a patto che tale diritto sia esercitato liberamente. I rapporti sindacali osservano strettamente le leggi nazionali e le prassi delineate nei *Principi Aziendali Nestlé*.

I contratti collettivi riguardano 39 340 dipendenti in 19 paesi in via di sviluppo.

Ascoltare e rispondere alle opinioni dei dipendenti

Le aziende del Gruppo Nestlé ascoltano e rispondono ai dipendenti. Nespresso ha recentemente condotto un'indagine che ha dato un feedback costruttivo da parte dei dipendenti su molti argomenti, fra cui il desiderio di rinnovamento delle comunicazioni interne. Nespresso ha organizzato workshop strutturati per tradurre le opinioni in azioni: ne è seguita l'implementazione di diverse iniziative, come nuove opportunità di incontro e condivisione (pranzi a sorpresa e riunioni mensili di reparto) e il miglioramento delle fonti di informazione (intranet e biblioteca delle pubblicazioni).

Sviluppare i leader del futuro

Dobbiamo mantenere un bacino globale di persone di talento che siano in grado di aiutarci a conservare il nostro vantaggio competitivo e a raggiungere una crescita sostenibile. Disponiamo di 917 posizioni aziendali chiave a livello globale e abbiamo individuato circa 3 000 dipendenti dotati delle competenze necessarie per far progredire la società e alimentare il bacino di leader pronti a ricoprire posizioni chiave.

Ulteriori dati statistici fondamentali:

- Per ogni posizione aziendale chiave a livello globale, sono presenti in media oltre due successori;
- Il 24% delle posizioni dirigenziali (definite come posizioni che comportano responsabilità di gestione delle persone) sono ricoperte da donne.

Nestlé può contare su forze lavoro e dirigenti locali competenti, grazie a processi produttivi, attività direzionali e capacità di R&S strutturati con l'obiettivo di costruire una presenza locale di valore. Il 42% dei membri del Comitato di Gestione Locale è originario del rispettivo paese in via di sviluppo.



Dipendenti Nestlé partecipano a corsi di formazione intensivi presso il Rive-Reine International Training Centre, in Svizzera

“

Investendo in luoghi di lavoro sicuri e in persone responsabili, con una buona formazione e con competenze professionali avanzate, le imprese ottengono una maggiore produttività e fedeltà aziendale. Tale fenomeno è particolarmente evidente nei paesi in via di sviluppo ed è particolarmente rilevante per le aziende di grandi dimensioni come Nestlé, che sono integrate nelle società di tali paesi

”



Rob Goffee, Professore di Organisational Behaviour, London Business School

Nestlé sta conducendo inoltre un'indagine sui dipendenti a livello globale: i risultati saranno comunicati nelle pubblicazioni future.

Supportare i dipendenti mediante cambiamenti a livello aziendale

A marzo 2004 Nestlé Purina PetCare (NPCC) ha annunciato l'intenzione di chiudere, in Scozia, lo stabilimento per l'inscatolamento di alimenti per animali di Barrhead, in cui erano occupate 206 persone, a causa della costante flessione del mercato e dell'impossibilità di convertire la struttura alla produzione di alimenti secchi o umidi per animali. NPCC ha costituito una squadra composta da dirigenti e organizzazioni sindacali in stretta collaborazione con gli uffici di collocamento e le agenzie di formazione locali: ai dipendenti sono stati offerti servizi per la ricerca di un impiego, la redazione di CV, e consulenza in merito a formazione, percorsi professionali e sistema pensionistico.

Dei 197 ex dipendenti che hanno risposto ad un'indagine successiva alla chiusura, l'85% aveva usufruito dei servizi forniti; il 96% ha valutato i servizi con un punteggio pari a 5 o superiore in una scala da 1 a 10 (punteggio massimo);

il 62% degli intervistati aveva trovato un'occupazione circa tre mesi dopo la chiusura dello stabilimento, con solo il 7% ancora alla ricerca attiva di un'occupazione al momento dell'indagine. I rimanenti hanno specificato di aver preso una pausa, essersi iscritti a un'istruzione superiore/integrativa o essere ancora nell'azienda.

📄 Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.nestle.com/csv/changes

Costruire le nostre capacità

Per avere successo a breve e lungo termine dobbiamo investire nella formazione professionale con percorsi di affiancamento, guida e apprendimento in aula. Nel 2007, 65 647 dipendenti in 33 paesi in via di sviluppo hanno usufruito di corsi di formazione ufficiali.

Agricoltura e sviluppo rurale

A fronte: Asso Kofi, proprietaria della piantagione di manioca presso cui si rifornisce Nestlé, assieme a Pondo Kouamé, responsabile dei servizi agricoli di Nestlé in Costa d'Avorio. In Africa occidentale Nestlé supporta progetti nazionali e delle Nazioni Unite per aumentare la quantità e la qualità della produzione di manioca, alimento che ricopre un ruolo fondamentale nell'occupazione di agricoltori africani e nell'alimentazione di milioni di persone in tutto il continente

Nestlé spende circa 13 miliardi di CHF l'anno in materie prime agricole quali latte, caffè e cacao. Sebbene non possieda alcun terreno agricolo né svolga attività agricole a scopi commerciali, tenta di migliorare gli standard di vita degli agricoltori, le pratiche mirate alla tutela dell'ambiente e l'utilizzo dell'acqua. Ciò consente a Nestlé di avere accesso a materie prime di qualità superiore.

Creazione di Valore Condiviso

Valore per Nestlé

Collaborando a stretto contatto con le comunità che ci forniscono di prodotti agricoli di base, godiamo di una fornitura più sicura di materie prime di migliore qualità, con conseguenti minori costi di approvvigionamento (a causa del minor numero di intermediari, difetti e sprechi), e riusciamo ad ottenere prodotti finali migliori, che continuano a incontrare la preferenza dei consumatori e a generare una crescita redditizia per i nostri marchi.

Valore per la società

Migliaia di agricoltori si avvalgono della nostra consulenza e assistenza tecnica per aumentare la produzione di colture che siano di migliore qualità e richiedano meno risorse, con conseguenti effetti benefici sull'ambiente e aumento del proprio reddito. Le comunità locali godono anche di maggiori opportunità occupazionali e di sviluppo economico: in numerosi casi ne risulta la quasi totale eliminazione della povertà. I consumatori sanno anche che i prodotti che acquistano sono sicuri, di alta qualità e ottenuti avvalendosi di pratiche agricole sostenibili.



Il contesto globale

Attualmente il mondo si trova di fronte a tre questioni fondamentali che incidono in particolare sul futuro della nostra attività e della nostra azienda, vale a dire:

- La crescente domanda di alimenti in paesi come Cina e India grazie all'aumento del reddito familiare;
- L'aumentata carenza di risorse idriche a livello globale;
- La costante povertà, problemi di salute e mancanza di potere d'acquisto di oltre 2 miliardi di persone che vivono nelle zone rurali.

Il problema della carenza di risorse idriche deve essere affrontato aumentando al contempo la produzione di alimenti; dobbiamo inoltre lavorare per portare le comunità rurali nell'economia monetaria garantendo un adeguato accesso all'alimentazione, all'acqua e all'assistenza sanitaria.

Sviluppo rurale

Nestlé vanta una lunga storia di sostegno agli agricoltori che consente di aiutare a volte intere regioni ad aumentare la produttività agricola e il rendimento economico. Il processo inizia spesso aiutando gli agricoltori con programmi agricoli che comprendono buone pratiche di gestione ambientale e delle risorse idriche.



La nostra squadra, composta di 675 agronomi e circa 5 000 tecnici agrari e appaltatori, offre supporto e assistenza tecnica a 111 800 agricoltori con 28 progetti in 21 paesi e alimenta il dialogo con commercianti, governi e partner delle ONG. Non vi sono particolari requisiti per poter accedere all'assistenza né l'obbligo di vendere i prodotti a Nestlé.

Tali progetti garantiscono forniture di materie prime di ottimo livello, che ci consentono di continuare ad ottenere prodotti finali di altissima qualità. L'azienda agricola sperimentale Nestlé di Doi Tung aiuta, ad esempio, centinaia di coltivatori della Thailandia del nord a coltivare il caffè Arabica: grazie alla formazione pratica su

fertilizzazione, irrigazione e tecniche di coltivazione gli agricoltori possono richiedere un prezzo maggiore per il proprio caffè.

Abbiamo adottato un approccio simile nella provincia di Yunnan, in Cina, in cui sono stati creati un centro di formazione, un'azienda sperimentale, una serra e una centrale di acquisto.

Zhengjun Wang, proprietario di nove mucche e sei vitelli, dal 1990 rifornisce di latte lo stabilimento di Nestlé di Shuangcheng, nel nord-est della Cina. Un progetto di Nestlé nell'area di raccolta del latte fornisce attualmente agli agricoltori adeguate strutture di immagazzinamento del letame che permettono di ridurre l'impatto sulle falde acquifere e di sfruttare il biogas come fonte energetica per le abitazioni degli agricoltori

Partenariato con il Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite

Un programma congiunto fra UNDP, Nestlé Pakistan ed Engro Foods ha formato 4 000 consulenti agricoli donne, la cui assistenza e consulenza sta aiutando ad aumentare la produzione di latte fra i produttori caseari delle regioni rurali del Pakistan che forniscono latte fresco a Nestlé.

Per creare fiducia nel commercio del latte Nestlé India ha creato centri di raccolta dotati di tutte le attrezzature necessarie e fornisce agli agricoltori assistenza tecnica e consulenza sulla salute degli animali, l'allevamento e la produzione di foraggio. Ciò ha contribuito ad aumentare la qualità e il valore del latte prodotto da 85 000 agricoltori e ha contribuito a migliorare la salute e l'economia della comunità locale. Nestlé collabora anche con scuole e associazioni locali per incrementare la disponibilità di acqua potabile e di servizi igienici nelle scuole all'interno dell'area di raccolta del latte che rifornisce lo stabilimento di Moga, mentre un altro progetto contribuisce al finanziamento di medicinali per una clinica locale che si occupa di malati di tubercolosi.

Profilo delle forniture

Ogni anno Nestlé acquista prodotti agricoli per un valore di 8 miliardi di CHF dalle economie emergenti, quasi due terzi della spesa complessiva dell'azienda per le materie prime. Il 40% circa



Oltre 4 000 donne in Pakistan stanno acquisendo nuove competenze in campo agricolo, come l'allevamento del bestiame e la gestione delle risorse idriche, grazie ai corsi di formazione di Nestlé

di tale somma è impiegato per l'acquisto di tre beni principali: latte, caffè e cacao. 610 000 sono in totale gli agricoltori che riforniscono direttamente Nestlé, che a sua volta si impegna a tutelare la qualità delle risorse disponibili e lo sviluppo rurale.

Ad esempio l'erosione del suolo può rappresentare un problema critico nei paesi di montagna con intense precipitazioni come le Filippine. Gli esperti agricoli di Nestlé hanno collaborato con il Ministero dell'Agricoltura e con i coltivatori di caffè locali per lo sviluppo del programma SALT (Sloping Agricultural Land Technology). Piantando lungo le linee perimetrali e utilizzando erba di Vetiver per rendere compatto il suolo, l'erosione è stata ridotta fino al 90%, la fertilità del suolo è migliorata e la produzione delle colture è aumentata.

Sfida chiave

Biocarburanti

Oltre ad essere una fonte per la produzione di alimenti, alcune colture, come ad esempio il mais e il frumento, possono anche essere coltivate come fonte di energia. Alcuni considerano tali "biocarburanti" un'energia alternativa a lungo termine e a basso contenuto di carbonio. Nestlé ritiene che le decisioni relative alle fonti di energia debbano essere basate sull'analisi di costi, benefici e ciclo di vita, e dovrebbero prendere in considerazione l'impatto sociale e ambientale complessivo, compresi gli effetti sul prezzo degli alimenti e sull'acqua. L'attuale produzione di biocarburanti ha comportato notevoli aumenti dei prezzi e creerà in definitiva carenze alimentari per milioni di consumatori a basso reddito. L'agricoltura preleva già attualmente il 70% delle risorse idriche disponibili e poiché produrre un litro di biocarburante proveniente da mais o semi di soia irrigati richiede fino a 5 000 litri di acqua, qualsiasi aumento di produzione su vasta scala renderà l'acqua ancora più scarsa. Inoltre, in base alle tipologie e all'ubicazione delle colture, i risparmi in termini di emissioni di gas a effetto serra rispetto ai combustibili fossili possono in alcuni casi addirittura annullarsi.

Nestlé profilo di approvvigionamento, 2006

Latte	Caffè	Cacao*
11 850 000 tonnellate 4 000 milioni di CHF	750 000 tonnellate 1 600 milioni di CHF	370 000 tonnellate 930 milioni di CHF
oltre a: frutta, verdura e cereali in parte direttamente forniti dagli agricoltori; zucchero, olio, carne, spezie e altri ingredienti acquistati sul mercato		
*Fave, polvere, burro e liquore di cacao. Fonte: Nestlé		

Latte

Nestlé è la più grande azienda lattiero-casearia del mondo e si rifornisce di 11,8 milioni di tonnellate di latte da oltre 30 paesi: garantire una fornitura abbondante di latte fresco e di alta qualità in maniera economica ed efficiente è una sfida che si rinnova costantemente.

L'approccio di Nestlé prevede lo sviluppo di aree di raccolta del latte tramite accordi con gli agricoltori locali per l'acquisto regolare del loro latte, indipendentemente dalle quantità prodotte. Implica, inoltre, l'adeguamento o la costruzione di strutture di raccolta, impianti di stoccaggio e refrigerazione, e l'organizzazione dei trasporti verso lo stabilimento locale. Tutto ciò dimostra alle comunità locali la nostra intenzione di essere stabili in loco per molto tempo.

Oltre ad avere a disposizione un mercato per il proprio latte, le comunità locali godono di molti altri benefici: corsi di formazione, talvolta in collaborazione con istituti superiori ed università locali, sistemi di controllo di qualità, tracciabilità e sicurezza alimentare, sistemi di supporto finanziario, pagamenti regolari a prezzi equi.

Il modello di raccolta del latte di Nestlé, introdotto in Svizzera intorno al 1870, è stato adattato per essere utilizzato in America latina, Caraibi, Asia e Africa, e nella Mongolia Interna, dove le aree di raccolta del latte aumentano in media del 2-5% (con punte del 10%), immettendo ogni anno milioni di dollari nelle economie rurali.

A Caquetá, una regione povera e scarsamente popolata della Colombia con oltre 1 000 000 di ettari di terreni a pascolo, è ubicata un'area di raccolta del latte, dove negli ultimi 30 anni, Nestlé ha realizzato tre centrali e 220 impianti di raffreddamento, fornendo a 2 800 agricoltori consulenze tecniche su allevamento, sviluppo dell'azienda agricola e costruzione di strade, in modo da aumentare la quantità e la qualità del loro latte.

“

Le aziende alimentari hanno interesse a migliorare la produttività e la sostenibilità agricola. La popolazione mondiale sta aumentando, sempre più persone escono dalla fascia di povertà e richiedono cibo in quantità maggiore e di qualità migliore, generando grandi opportunità per gli agricoltori e per l'azienda alimentare. La sfida consiste nel garantire il soddisfacimento della domanda nel lungo periodo, nonostante le risorse a livello mondiale siano limitate. Le aziende, impegnandosi attivamente nel supportare l'agricoltura e nel migliorarne l'utilizzo sostenibile dell'acqua, investono sul loro futuro

”



Professor Stefan Tangermann, Direttore della divisione Commercio e Agricoltura, OCSE

97 500

Tonnellate di caffè fornito direttamente dagli agricoltori

Caffè

Il caffè è il secondo bene di largo consumo più commercializzato al mondo, dopo l'olio, e cresce al meglio nella cosiddetta "coffee belt", la regione che si estende dal Tropico del Cancro al Tropico del Capricorno toccando America Latina, Africa e Asia. Per molti paesi, il caffè è una preziosa merce da esportazione e la sua coltivazione costituisce la principale attività economica di diverse comunità. La catena di fornitura è estremamente complessa, poiché l'80% dei coltivatori sono piccoli proprietari terrieri con pochi ettari di terra. Circa 25 milioni di piccoli proprietari dipendono direttamente dalla coltivazione del caffè per il proprio sostentamento e 100 milioni di persone sono complessivamente coinvolte in questo settore.

Nei paesi produttori di caffè dove sono presenti i nostri stabilimenti, il sistema di approvvigionamento sviluppato consente agli agricoltori di fornire caffè direttamente alle nostre centrali di acquisto. Quelle situate in Tailandia meridionale, ad esempio, ricevono caffè da circa 20 000 agricoltori che, evitando intermediari, spuntano un prezzo maggiore.

Nel 2006 Nestlé ha acquistato 750 000 tonnellate di caffè verde, di cui il 13% circa direttamente dagli agricoltori, diventando il maggiore acquirente diretto del mondo.



I produttori colombiani e gli agronomi di Nestlé condividono le best practice per l'essiccazione del caffè, una delle tematiche relative all'agricoltura sostenibile affrontate nel Programma Nespresso AAA Sustainable Quality

Nestlé propone inoltre caffè certificati Fairtrade (o con altre certificazioni), dove la domanda del mercato è sufficiente. *Nescafé Partners Blend* ne è un esempio.

Caffè prodotto secondo il Programma Nespresso AAA Sustainable Quality

Solo il 2% circa dei caffè specialità del mondo rispettano gli standard del Grands Crus di Nespresso. Per garantire una fornitura regolare nel tempo, incoraggiamo e ricompensiamo gli agricoltori che coltivano tali varietà con relazioni durature di reciproco vantaggio e migliorando la tracciabilità della catena di fornitura.

La denominazione "AA" ha sempre indicato il caffè di qualità superiore, ma nel 2003, Nespresso ha aggiunto un'altra "A" per la sostenibilità. Il Programma Nespresso AAA Sustainable Quality garantisce

la produzione di caffè da parte dei nostri partner fornitori nel rispetto degli standard più elevati, e genera allo stesso tempo valore sociale, economico e ambientale.

In stretta collaborazione con la Rainforest Alliance, il nostro impegno consiste nel:

- Pagare agli agricoltori un prezzo maggiore per il loro caffè AAA;
- Definire le prassi richieste dallo standard AAA;
- Analizzare i dati ricavati dai processi di verifica;
- Fornire formazione e assistenza tecnica agli agricoltori;
- Investire in ampi progetti sociali.

Nel 2007 il 35% dei chicchi di caffè verde acquistati da Nespresso provenivano dal Programma AAA Sustainable Quality. Nel 2006 tale percentuale era del 25% ed entro il 2010 ci impegniamo ad arrivare al 50%.

Il Programma AAA Sustainable Quality è stato implementato in Messico, Guatemala, Costa Rica, Colombia, Brasile.

📄 Per maggiori informazioni, consultate il sito [web www.nespresso.com](http://www.nespresso.com)

Nel novembre 2007, si è svolto in Costa Rica il secondo Forum del Caffè organizzato dal Programma AAA Sustainable Quality. 📄 Per maggiori informazioni, consultate il sito [web www.nestle.com/csv/AAAforum](http://www.nestle.com/csv/AAAforum)

Nel 2006, Nespresso e TechnoServe hanno avviato un progetto di sviluppo sostenibile di tre anni a Caldas, in Colombia, per aiutare i coltivatori a migliorare la qualità del loro caffè e del loro raccolto e ottenere quindi prezzi maggiori. L'investimento complessivo di 847 000 CHF, di cui 472 000 CHF da parte di Nespresso e TechnoServe, è utilizzato per migliorare la produttività, stabilire un sistema di definizione dei prezzi e costruire nuovi laboratori.

Entro il 2011, si prevede che l'investimento abbia generato 3,5 milioni di CHF aggiuntivi di reddito nella regione Caldas, il 20% circa (880 CHF) in più per gli agricoltori, e abbia permesso a Nespresso di acquistare 25 000 sacchi (1 500 tonnellate) di caffè verde AAA.



Presso questa scuola sul campo per agricoltori, finanziata da Nestlé a Nobsart, nella Costa d'Avorio sud occidentale, le materie di studio comprendono prassi lavorative responsabili, l'importanza dell'istruzione scolastica per i bambini e metodi di coltivazione sostenibili. Il cacao prodotto da aziende agricole come questa sarà utilizzato per i principali marchi Nestlé di cioccolato prodotti a York, nel Regno Unito



Cacao

Sebbene Nestlé non possieda aziende agricole o piantagioni di cacao si impegna a renderne più sostenibile la coltivazione mediante programmi condotti con altri membri dell'industria, governi dei paesi produttori dell'Africa occidentale e altre organizzazioni partner.

Nestlé:

- Partecipa in qualità di fondatore alla International Cocoa Initiative (ICI), che associa aziende del settore, sindacati e un'iniziativa della società civile al fine di eliminare il traffico di minori e pratiche di sfruttamento del lavoro;
- Opera in stretta collaborazione con i governi

dell'Africa occidentale, esperti del lavoro e altri partner dell'azienda per implementare un sistema di certificazione per le regioni che coltivano cacao, che aiuterà a migliorare la vita dei bambini e delle famiglie nelle aziende agricole che producono cacao attraverso l'individuazione di violazioni alla convenzione 182 dell'ILO relativa al lavoro minorile e l'adozione di azioni correttive da intraprendere laddove si individuino criticità;

- È un membro della World Cocoa Foundation, che supporta i coltivatori di cacao e le loro famiglie nel mondo.

Nestlé finanzia anche un progetto sostenibile triennale relativo al cacao in collaborazione con

tre cooperative di circa 3 000 agricoltori in Costa d'Avorio. Tale programma, sviluppato in collaborazione con l'International Cocoa Organization (ICCO), l'ICI, l'esportatore di cacao ECOM, l'organizzazione agroindustriale locale non governativa FEMAD (Women, Action and Development) ha l'obiettivo di migliorare i redditi dei coltivatori di cacao, tutelare l'ambiente, combattere il lavoro minorile, migliorare la frequenza scolastica e sensibilizzare maggiormente al problema dell'HIV. Sono in fase di sviluppo ulteriori progetti in Africa Occidentale.

Iniziative e partnership

Nestlé partecipa attivamente a numerose iniziative internazionali e partnership inter-settoriali che promuovono prassi agricole sostenibili. Fra le principali si annoverano:

Codice di Condotta per le Comunità del Caffè (4C)

Per maggiori informazioni consultare p. 34.

Iniziativa per l'Agricoltura Sostenibile (Sustainable Agriculture Initiative - SAI)

L'Iniziativa per l'Agricoltura Sostenibile dell'azienda alimentare (piattaforma SAI), fondata nel 2002 da Nestlé in collaborazione con Danone e Unilever, coinvolge attualmente 22 aziende leader nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari.

Bambini a Kaleke, in India, presso un pozzo costruito nella loro scuola nell'ambito del partenariato Nestlé per fornire acqua potabile ai villaggi che si trovano all'interno dell'area di raccolta del latte che rifornisce lo stabilimento di Moga

Sfida chiave

Gestione dell'acqua in agricoltura

L'agricoltura utilizza quasi tre quarti dell'acqua dolce disponibile a livello mondiale, pertanto una buona gestione dell'acqua è fondamentale per il sostentamento degli agricoltori e delle loro comunità. Nel mondo numerosi programmi contribuiscono alla formazione di lavoratori agricoli in merito a questioni quali irrigazione, carenza di risorse idriche e condizioni igieniche. Queste includono il Global Compact CEO Water Mandate dell'ONU lanciato nel luglio 2007, un'iniziativa pubblica e privata fra il Global Compact dell'ONU e un gruppo di società e organizzazioni attivamente impegnate.

La nostra risposta

Nestlé, firmatario fondatore del Mandate, promuove l'accesso all'acqua potabile e compie sforzi considerevoli per condividere conoscenze e best practice sull'utilizzo e la tutela di tale risorsa in campo agricolo, quali:

- Fornire 85 pozzi d'acqua alle scuole dei villaggi nell'area di raccolta del latte di Moga, in India;
- Lavorare con i produttori di latte in Sudafrica per promuovere pratiche di coltivazione più efficienti, sistemi di irrigazione notturna e computerizzata;
- Insegnare ai coltivatori di caffè vietnamiti tecniche di



irrigazione efficienti per ridurre l'utilizzo dell'acqua fino al 60%

- Supportare un programma del governo locale per aiutare gli agricoltori nell'area di raccolta del latte di Shuangcheng, in Cina, a stoccare correttamente gli scarichi delle aziende agricole per non contaminare le falde freatiche;

Nel 2000 è stata lanciata l'iniziativa Nestlé per l'Agricoltura Sostenibile (SAIN) al fine di promuovere l'agricoltura sostenibile e migliorare l'efficienza e la gestione del rischio.

Codice di Condotta per le Comunità del Caffè (4C)



Il Codice di Condotta per le Comunità del Caffè (4C) si basa su un codice di condotta adottato volontariamente da produttori, commercianti di caffè e altri stakeholder che formano l'Associazione non-profit 4C. Tali soggetti si impegnano a realizzare buoni metodi di coltivazione e gestione per migliorare l'efficienza, la redditività, la trasparenza e la sostenibilità nella produzione, lavorazione e commercializzazione del caffè.

A dicembre 2007, circa 6 milioni di sacchi da 60 kg (360 000 tonnellate) di caffè - il 6% dell'offerta mondiale - erano garantiti secondo il codice 4C, e oltre la metà dei produttori di caffè mondiali, nonché le maggiori agenzie commerciali,



torrefattori e produttori, sono attualmente rappresentati fra i 72 membri dell'Associazione 4C. Nestlé riceverà caffè 4C in 6 dei nostri stabilimenti per la produzione di caffè entro la fine del primo trimestre del 2008.

Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.nestle.com/csv/stories e www.sustainablecoffee.net



In alto a sinistra: Vo Thi Thinh, coltivatrice di caffè in Vietnam, dopo aver partecipato al corso di formazione promosso dal Codice di Condotta per le Comunità del Caffè (4C), consegna il suo primo sacco di caffè prodotto in conformità alle norme del Codice.

In alto a sinistra e



a destra: Ispettori in visita presso un'azienda agricola per controllare la conformità al Codice 4C e verificare la qualità del caffè. In alto a destra: essiccazione del caffè in un'azienda vietnamita

6%

Percentuale di offerta di caffè a livello mondiale attualmente garantita in base al codice 4C

Le questioni principali su cui si concentra l'impegno del SAI sono:

- Qualità e sicurezza nella catena di fornitura alimentare;
- Crescente domanda di prodotti alimentari a livello globale;
- Possibili effetti nocivi dell'agricoltura sulle risorse naturali e sull'ambiente.

Nell'ambito del SAI, Nestlé ha lavorato con gli agricoltori per sviluppare le best practice quanto a produzione di latte e coltivazione di caffè, cereali, frutta e verdura. L'azienda ha inoltre in programma di ampliare tali iniziative a tutte le principali materie prime e a questioni quali l'utilizzo dell'acqua in campo agricolo e biocarburanti. Attraverso il suo gruppo di lavoro sul caffè, Nestlé è coinvolta in tre progetti pilota sulla produzione sostenibile di caffè, ognuno dei quali intrapreso in collaborazione con un principale partner commerciale:

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

📄 Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.saiplatform.org



Gestire le relazioni con i fornitori

Nel 2007, Nestlé ha condotto 3 400 controlli di stabilimenti di fornitori per assicurare la conformità agli standard Nestlé di sicurezza alimentare (📄 si veda www.nestle.com/csv/downloads).

Il nostro obiettivo è un sistema globale di verifiche su qualità, questioni sociali e ambientali dell'intera catena di fornitura che oltre a ridurre il carico di lavoro, ci aiuti a riprodurre le best practice in tutti i settori chiave dell'approvvigionamento, a creare partnership e offrire risultati quantificabili.

Nestlé è anche membro della AIM-PROGRESS Task Force, un'iniziativa in collaborazione con le principali imprese Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) che sostiene l'uso di un comune metodo di valutazione per determinare la performance socialmente responsabile dei fornitori e promuovere pratiche di approvvigionamento responsabili lungo tutta la catena di fornitura.

Il progetto sviluppato in Vietnam nell'ambito della Iniziativa Nestlé per l'Agricoltura Sostenibile forma i coltivatori di caffè sulle pratiche di agricoltura sostenibile

Onestà, integrità e correttezza sono basilari in tutte le relazioni commerciali: nei casi di mancata conformità Nestlé richiede misure correttive, mentre nei casi di condotta scorretta o abuso delle linee guida e degli standard etici sono previste sanzioni. Cerchiamo inoltre di comprendere l'ambiente e le condizioni sociali degli agricoltori presso i quali ci riforniamo, concentrandoci su questioni prioritarie quali il lavoro minorile, la salute e la sicurezza dei dipendenti.

📄 Maggiori dettagli sono disponibili sul sito web www.nestle.com/csv/downloads

Tutte le misure adottate a supporto delle pratiche di business ecocompatibili e allo scopo di migliorare l'efficienza ambientale sono delineate nella Nestlé *Policy on the Environment*.

Linee guida di acquisto

Nestlé è consapevole del pesante impatto ambientale dei processi agricoli. Allo scopo di aumentare la tracciabilità, la sostenibilità e il rendimento degli interventi agricoli, e di minimizzare gli impatti negativi, Nestlé ha adottato linee guida di acquisto che privilegiano pratiche di coltivazione sostenibili e integrate.

Look closer @ nestle.com

📄 Per visionare video relativo al caffè certificato 4C, e la International Cocoa Initiative, visitate il sito web www.nestle.com/csv/stories

Prodotti e consumatori

A fronte: Liz Ellis, ex capitano della nazionale australiana di netball, è protagonista di un'importante campagna pubblicitaria televisiva di prodotti Nestlé, volta ad evidenziare come si possano associare gusto e piacevolezza ad uno stile di vita sano

Nutrizione, Salute e Benessere sono il cuore della strategia di sviluppo Nestlé che consiste nell'offrire prodotti di valore superiore rispetto alla concorrenza, a vantaggio del benessere dei consumatori oltre che del fatturato Nestlé.

Creazione di Valore Condiviso

Valore per Nestlé

Rispondendo alle esigenze dei consumatori in continua evoluzione, integrandoci ulteriormente nella società e comunicando in maniera chiara, rafforziamo i nostri marchi e la fedeltà dei clienti, garantendo un aumento della crescita, delle quote di mercato e della redditività a lungo termine.

Valore per la società

Un numero crescente di consumatori ha accesso a prodotti alimentari sicuri, di alta qualità e nutrienti. Molti migliorano inoltre le proprie conoscenze in campo sanitario e sanno come loro stessi e le loro famiglie possono utilizzare i prodotti Nestlé per una dieta sicura, sana e gustosa.



Nutrizione, Salute e Benessere

Nutrizione, Salute e Benessere: profilo

Sin dalle origini dell'azienda, la nostra strategia si è basata su prodotti nutrienti che contribuiscono alla salute e al benessere dei consumatori. Negli ultimi anni, Nestlé ha consolidato tale strategia, diventando leader mondiale nella nutrizione, salute e benessere, con un fatturato complessivo del Gruppo pari a 107,6 miliardi di CHF.

Nestlé investe nello sviluppo e nel rinnovamento continuo dei suoi prodotti per migliorarne la qualità e il valore nutrizionale e per adattarli alle preferenze dei consumatori, che stanno evolvendo da esigenze di gusto, piacevolezza e convenienza verso la richiesta di benefici a livello nutrizionale e di salute personale.

Fare della nutrizione la scelta privilegiata: 60/40+

La strategia di Nestlé si fonda sull'offerta di prodotti di comprovata superiorità quanto a preferenza dei consumatori e valore nutrizionale rispetto alla concorrenza. Tutto ciò si basa su un processo di sperimentazione dei nostri prodotti chiamato 60/40+. Promosso in tutte le attività di Nestlé dalla Corporate Wellness Unit, il programma prende il nome dal suo duplice scopo: ottenere l'approvazione di almeno il 60% dei consumatori in un test sul sapore e apportare un valore aggiunto in termini



nutrizionali. Il processo aiuta a migliorare continuamente il sapore e il valore nutrizionale dei nostri prodotti, contribuendo ad aumentare la quota di mercato e la redditività.

Per ottenere il maggiore impatto possibile, il programma è focalizzato sui prodotti campioni di vendite, con un valore di 14,6 miliardi di CHF nel 2007, e ciò lo rende il maggiore programma incentrato sulla nutrizione nel settore del food & beverage.

Esempio del programma 60/40+ è il lancio di *Dal Atta Noodles* di Maggi da parte di Nestlé India. Oltre ad essere uno degli snack più popolari del paese, contiene anche proteine e fibre alimentari sotto forma di farina di *atta* (frumento integrale) e verdure, con un contenuto ridotto di sale.



Il programma 60/40+, implementato a livello mondiale, consente di sviluppare prodotti dall'alto valore nutrizionale e in grado di adattarsi ai gusti locali. I *Maggi Dal Atta Noodles*, ad esempio, sono formulati per rispondere alle specifiche esigenze e preferenze dei consumatori in India

“

L'aumento delle società al di sopra della fascia della povertà modificherà nei prossimi anni il profilo delle patologie: da una prevalenza di quelle infettive, principale causa di decesso in particolare fra i bambini, ad una preponderanza di quelle croniche, che colpiscono soprattutto gli adulti e gli anziani. L'offerta di alimenti sicuri e nutrienti, specialmente se arricchiti di micronutrienti specifici, può avere un impatto significativo sulle malattie croniche, consentendo alle aziende alimentari di contribuire al miglioramento della salute pubblica e aumentare allo stesso tempo la loro penetrazione nel mercato. In base alla mia esperienza in Messico, ritengo che Nestlé abbia compreso tale dinamica e stia creando con i suoi prodotti un reale valore condiviso in quella società

”



Julio Frenk, ex Segretario alla Salute del Messico

11 miliardi di CHF

Valore approssimativo del fatturato annuo di Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition è la più grande azienda di prodotti nutrizionali del mondo e fornisce prodotti e servizi per la nutrizione basati su ricerche scientifiche e ideati per rispondere a specifiche esigenze nutrizionali. Con una presenza in oltre 100 paesi e con oltre 20 000 dipendenti, opera in quattro settori commerciali chiave:

- *Alimenti per l'infanzia* (latte formulati per l'infanzia, alimenti per bambini e neonati) – aiutano i neonati e i bambini a crescere e a diventare adulti sani;
- *Nutrizione clinica* – prodotti per anziani e per persone in particolari condizioni cliniche;
- *Alimenti per lo sport* – incentivano la performance fisica e mentale di atleti e sportivi;
- *Controllo del peso* – per programmi personalizzati di controllo e riduzione del peso corporeo.



Prodotti Gerber testati in una sessione di degustazione. Gerber ha sviluppato l'iniziativa "Una sana partenza per mantenersi sani", che si avvale delle più recenti ricerche nutrizionali per aiutare i genitori ad indirizzare i loro figli verso corrette abitudini alimentari

Nestlé Nutrition, 2007

Business area	Posizione
Alimenti per l'infanzia	1°
Nutrizione clinica	2°
Alimenti per lo sport	1°**
Controllo del peso	1°***

* Alimenti per bambini e latte formulati per l'infanzia
** Posizione delle barre di performance in Nord America
*** Posizione della libera influenza del management in Nord America
Fonte: Nestlé

Tale acquisizione avviene alla vigilia di quelle di Novartis Medical Nutrition e Jenny Craig, che fanno di Nestlé Nutrition un'azienda con un fatturato annuo di oltre 11 miliardi di CHF. [Per maggiori informazioni consultate il sito web www.nestlenutrition.com](http://www.nestlenutrition.com)

Con l'acquisizione della Gerber Baby Food Company nel settembre 2007, i prodotti per la nutrizione dei neonati e bambini rappresentano oltre il 70% dell'attività di Nestlé Nutrition (alimenti per bambini 44%, latte formulati per l'infanzia 29%), che è diventata così leader del settore a livello mondiale e numero uno nel più grande mercato unico degli alimenti per l'infanzia, gli Stati Uniti.

1,88 miliardi di CHF

Valore dell'investimento di Nestlé in R&S nel 2007



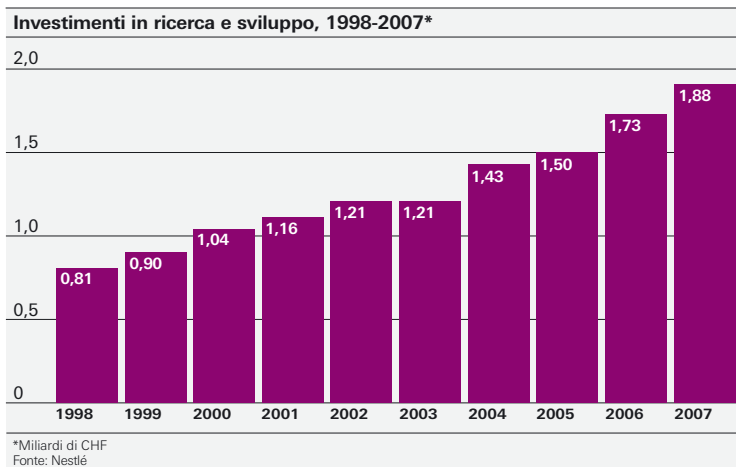
Ricerca nutrizionale in corso presso il Centro di Ricerca Nestlé, che fa parte del più grande network mondiale privato di ricerca sulla nutrizione

Il Centro di Ricerca Nestlé (NRC) (www.research.nestle.com), con sede a Losanna, in Svizzera, è la più grande struttura privata del mondo per la ricerca sulla nutrizione, con un personale permanente composto da 700 persone, di cui oltre 300 scienziati di 48 nazionalità diverse. Il Centro di Ricerca è il fulcro della comunità di R&S Nestlé a livello mondiale e associa alla dimensione globale l'attenzione per le realtà locali.

Il Centro stringe ogni anno oltre 200 fra partnership esterne in ambito scientifico e collaborazioni universitarie, costruendo una base di conoscenze che consente di soddisfare le esigenze in continua evoluzione dei consumatori.

Simposio internazionale sulla nutrizione di Nestlé

In occasione dell'annuale Simposio internazionale sulla nutrizione organizzato dal NRC, eminenti esperti discutono di salute e fisiologia umana, individuano i futuri orientamenti della ricerca e pubblicano le loro conclusioni in riviste scientifiche. Nell'ottobre 2007 il quarto Simposio su Nutrizione e Cancro ha analizzato il ruolo della dieta come fattore di rischio all'origine del cancro e ha cercato di spiegare il ruolo di prevenzione svolto dall'alimentazione. [Per approfondimenti, visitate il sito web www.nestle.com/csv/symposium](http://www.nestle.com/csv/symposium)



Ricerca e sviluppo

La rete di R&S Nestlé

Nestlé continua a essere uno dei leader mondiali nel settore R&S, con circa 5000 persone coinvolte attivamente e con 1,88 miliardi di CHF di investimenti nel 2007.

Nestlé, fortemente impegnata nell'innovazione e per lo sviluppo di prodotti e servizi, si avvale di partnership con università e start-up, investimenti in capitali a rischio e collaborazioni con i fornitori. Nel febbraio 2007

abbiamo siglato un accordo con INMEGEN, Istituto Nazionale Messicano di Medicina Genomica, mediante il quale abbiamo finanziato una cattedra universitaria e due borse di studio. Nel novembre 2006 abbiamo creato una partnership con l'EPFL (Ecole Polytechnique Federale di Losanna) per collaborare nella ricerca scientifica sul ruolo della nutrizione nello sviluppo cerebrale.

6 445

Numero di prodotti in fase di innovazione nel 2007

Le teorie oggetto di studio del Centro di Ricerca Nestlé si trasformano in innovazioni di prodotto e di processi mediante una rete internazionale che comprende:

- Product Technology Centre (PTC), dedicati a specifiche attività di Nestlé per fornire know-how su determinate categorie di prodotto, costituiscono nel loro insieme il fulcro per lo sviluppo globale di prodotti e processi;
- Centri di R&S, operano in stretta collaborazione con i PTC per soddisfare i requisiti regionali di R&S.

📄 Per un elenco completo dei nostri 23 PTC e Centri di R&S, consultate il sito web www.nestle.com/csv/researchcentres.

Nestlé è ulteriormente supportata dal Consiglio Nestlé sulla Nutrizione creato 30 anni fa e composto da scienziati di fama internazionale in materia di nutrizione che si pone l'obiettivo di riesaminare le questioni nutrizionali, attuali e in fase di sviluppo, e di fornire consulenza ai dirigenti di alto livello in merito al loro impatto sulle politiche e strategie di Nestlé. Nell'ultimo decennio sono state affrontate problematiche quali il diabete, l'obesità infantile e definite le politiche di Nestlé in merito alla riduzione degli acidi grassi, sale, zucchero, così come quelle relative all'integrazione di ferro e alla fortificazione con altri nutrienti.



Applicare la scienza e la tecnologia

Ci avvaliamo di scienza e tecnologia per formulare prodotti che rispondano ad esigenze legate alla salute intestinale, all'invecchiamento e allo sport.

- Siamo stati fra i primi ad utilizzare i probiotici – batteri benefici che rafforzano il sistema immunitario – nei primi anni '90;
- Abbiamo sviluppato tecnologie per sostituire parzialmente i grassi idrogenati con oli vegetali naturali nei dadi per brodo e condimenti *Maggi*, integrandoli con sale iodato per prevenire problemi di tiroide e danni allo sviluppo dei bambini;
- Le barrette per lo sport *PowerBar* contengono un integratore che garantisce resistenza e prontezza mentale comprovate e durature;
- La tecnologia per la produzione di *Cappuccino*



Personale del Nestlé Product Technology Centre, a Beauvais, in Francia (da sinistra a destra): Juliette Théry, Sigrid Lemonnier e Anthony Pizzagali. La tecnologia di congelamento a bassa temperatura, brevettata da Nestlé, consente di mantenere il gusto e la consistenza dei gelati tradizionali con solo la metà del contenuto di grassi e un terzo di calorie in meno. Originariamente sviluppata negli Stati Uniti, tale tecnologia è stata introdotta per la produzione del noto marchio francese *La Laitière*

Sfida chiave

Affrontare il problema dell'obesità

L'obesità si presenta quando il consumo di energia supera la spesa energetica nel tempo e l'eccesso viene immagazzinato come grasso corporeo. Una delle principali cause è considerata l'assunzione di zucchero attraverso il consumo di snack e bevande zuccherate.

La nostra risposta

La risposta strategica di Nestlé è caratterizzata dal seguente approccio:

- Innovazione e rinnovamento delle ricette nel tentativo di ottimizzare la nutrizione, eliminando ad esempio, gli acidi grassi o riducendo grassi, zucchero e sale;
- Il programma 60/40+, che garantisce gusto e apporto nutritivo superiori rispetto ai prodotti della concorrenza;
- Branded Active Benefits, che forniscono benefici nutrizionali integrativi;
- Il *Nutritional Compass* di Nestlé, che fornisce informazioni nutrizionali complete per permettere ai consumatori di fare scelte consapevoli;
- Un servizio di assistenza telefonica, che fornisce consulenza individuale su diversi argomenti fra cui l'alimentazione;
- Lo sviluppo di marchi e tecnologie orientati alla nutrizione come *Lean Cuisine*, *Jenny Craig* e i gelati *Slow Churned*.

4,4 Miliardi di CHF

Vendite di prodotti contenenti Branded Active Benefits



Nescafé crea una superficie cremosa ottenuta riducendo il tenore di grassi.

Il personale addetto alla R&S di Nestlé ha lavorato oltre un decennio per perfezionare la tecnologia di surgelazione a bassa temperatura (LTF), che permette di mantenere il gusto e la consistenza di un gelato tradizionale, ma con solo la metà di grassi e un terzo di calorie in meno. La tecnologia LTF viene utilizzata dai marchi *Nestlé Dreyer's Slow Churned*, *La Laitière*, *La Lechera*, *Häagen-Dazs* e *Mövenpick*.

Cereal Partners Worldwide (CPW), una joint venture al 50% tra Nestlé e General Mills Inc., migliora i suoi cereali per la colazione arricchendoli con cereali integrali che contribuiscono al buon funzionamento del sistema cardiovascolare, alla regolazione dello zucchero nel sangue e al controllo del peso.



Controllo del prodotto Shredded Wheat presso Cereal Partners UK. I Cereali Nestlé per la prima colazione contengono cereali integrali

Il valore nutrizionale dei prodotti Nestlé

Aumentare:

- Cereali integrali: 1,6 miliardi di porzioni aggiuntive in Europa (2004–2007);
- Benefici per la salute: Branded Active Benefits (vedi sotto);
- Micronutrienti: vitamine, minerali e oligoelementi.

Ridurre*:

- Acidi grassi: 34 200 tonnellate eliminate, (Dic. 2003 – Feb. 2007);
- Zucchero: 204 000 tonnellate eliminate, (Gen. 2003 – Dic. 2006);
- Sale: 5 000 tonnellate eliminate, (Apr. 2005 – Dic. 2006).

* CPW non compreso in questi dati
Fonte: Nestlé

Dal 2004, CPW ha aggiunto 1,6 miliardi di porzioni di cereali integrali alla sua gamma di prodotti europei, eliminando parallelamente 3 500 tonnellate di zucchero e 530 tonnellate di sale.

Sviluppo di prodotto

Riesaminiamo costantemente il contenuto nutrizionale dei nostri prodotti, riducendo i componenti che incidono sulla salute e a cui è più sensibile l'opinione pubblica, come il sale, lo zucchero e gli acidi grassi, e aumentandone altri considerati benefici come calcio, ferro, cereali integrali e fibre.

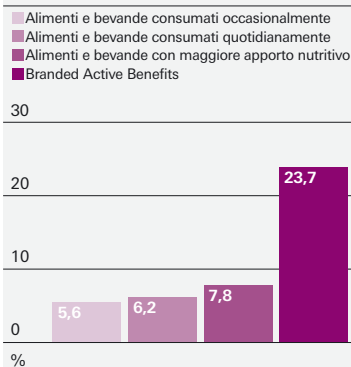
Branded Active Benefits

Oltre ai tradizionali benefici nutrizionali, le nostre principali categorie di alimenti e bevande sono integrati con i Branded Active Benefits (BAB), una gamma di ingredienti e formulazioni dai comprovati effetti positivi sulla salute. Nel 2007 i prodotti contenenti BAB hanno raggiunto un fatturato

pari a 4,4 miliardi di CHF (+16%): fra questi, i prodotti contenenti *Actifibras* per aiutare la digestione, *BL* per migliorare il sistema immunitario e *ActiCol* che contribuisce ad abbassare i livelli di colesterolo del sangue.

Anche nei paesi sviluppati, la malnutrizione colpisce fino al 50% di domiciliati in case di riposo e fino al 70% di anziani ricoverati in ospedale, con aumento delle patologie e del tasso di mortalità. Nestlé ha pertanto sviluppato bevande, zuppe e piatti pronti arricchiti, per rispondere alle diverse esigenze alimentari e alle preferenze in termini di gusto e consistenza. Ad esempio, la linea *Nutren Optimum*, disponibile in America Latina, è arricchita con calcio, fosforo, Omega 3 e 6 e probiotici; i prodotti del marchio *Davigel*, una divisione di Nestlé France Professional, includono *Les Essentiels*, puree di frutta o verdura surgelate, arricchite con proteine, calcio e fibre, da gustare come dessert e zuppe, e piatti pronti *Savoureux*, ricchi di proteine e calcio, con la giusta consistenza per pazienti con problemi di deglutizione.

Tasso di crescita annuale composto, 2004-2007*



* Il grafico esclude i prodotti non alimentari
Fonte: Nestlé



Soddisfare i gusti e le richieste locali

Per garantire che i nostri prodotti soddisfino le esigenze e le preferenze locali dei consumatori, molti di essi vengono prodotti con lievi variazioni. Ad esempio, due anni fa, abbiamo lanciato varianti locali di prodotti tradizionali in Brasile, a partire dalla regione nord orientale. Fra questi, il latte in polvere *Idéal*, una variante di *Ninho/Nido* con una diversa associazione di vitamine e ingredienti.

Alimentazione per animali domestici

La compagnia degli animali domestici è un'importante fonte di benessere psicologico per molte persone in tutto il mondo. Le preoccupazioni relative a obesità e salute non si limitano agli esseri umani e gran parte delle nostre conoscenze in merito all'alimentazione umana possono essere adattate a cani e gatti. Ad esempio, i batteri intestinali negli animali domestici hanno molti aspetti comuni a quelli degli esseri umani, pertanto gli scienziati di Nestlé hanno ideato una serie di alimenti bilanciati, che permettono all'animale di godere di una vita sana e longeva. Ciò è stato possibile grazie all'utilizzo di probiotici – carboidrati non digeribili che stimolano in maniera selettiva lo sviluppo dei batteri buoni per aiutare le funzioni intestinali – anche negli alimenti per animali.

Nestlé è attualmente una delle società leader del settore.



Sinistra: I Branded Active Benefits sono ingredienti e formulazioni che integrano le nostre principali categorie di alimenti e bevande, aumentandone gli effetti positivi sulla salute. Nel 2007 le vendite di prodotti contenenti BAB sono aumentate di oltre il 16%.
Sopra: Nestlé sviluppa cibi nutrienti e specificamente concepiti per venire incontro ai gusti e alle possibilità economiche delle comunità locali

Dall'acquisto di Carnation nel 1985, e dalla successiva acquisizione di Spillers e Ralston-Purina è stata creata Nestlé Purina PetCare (www.purina.com).

Purina Pro Plan si rivolge alle mutate esigenze nutrizionali e fisiologiche dei gatti durante l'invecchiamento con nuove formulazioni di alimenti secchi specifici per due diverse fasi della vita in età avanzata: adulto (7–11 anni) e senior (a partire da 11 anni). [Per maggiori informazioni consultate il sito web \[www.nestle.com/csv/catfood\]\(http://www.nestle.com/csv/catfood\)](http://www.nestle.com/csv/catfood)

Look closer @ nestle.com

[Per visionare video e presentazioni relative a Gerber e alla tecnologia di surgelazione a bassa temperatura visitate il sito web \[www.nestle.com/csv/stories\]\(http://www.nestle.com/csv/stories\)](#)

Prodotti posizionati nel segmento a basso reddito: una migliore nutrizione alla base della piramide alimentare



Nestlé ha la responsabilità di fornire ai propri consumatori prodotti nutrienti indipendentemente dal luogo di vendita e dalla fascia di prezzo. Per contribuire ad offrire prodotti alimentari a prezzi accessibili ai 2,8 miliardi di persone che nel mondo guadagnano meno di 10 USD (11 CHF) al giorno, abbiamo rinnovato la nostra iniziativa Prodotti Posizionati nel Segmento a Basso Reddito (PPP). Il latte in polvere *Idéal*, un prodotto PPP venduto in Brasile, rappresenta solo uno degli esempi di condivisione

del valore sia da parte di Nestlé che della società.

Opportunità di lavoro a livello locale

A febbraio 2007, Nestlé ha aperto uno stabilimento a Feira de Santana, in Brasile, per il confezionamento di caffè e farina latte e la produzione di pasta istantanea. Sostenuto da un investimento di 60 milioni di franchi svizzeri, il nuovo stabilimento ha creato 125 posti di lavoro diretti e quintuplicato le opportunità di occupazione indiretta per distributori, mediatori e fornitori locali,

Sinistra e destra in alto: lo stabilimento di Feira de Santana, in Brasile, aperto nel 2007 grazie ad un investimento di 60 milioni di CHF, ha creato 125 posti di lavoro diretti e un numero di opportunità occupazionali indirette cinque volte superiore, in una regione rurale dalle condizioni economiche difficili. In basso a destra: i produttori caseari brasiliani, fornitori dello stabilimento di Araçatuba, beneficiano di consulenza tecnica gratuita nelle aree di raccolta del latte di Nestlé. Lo stabilimento produce *Idéal*, il latte in polvere arricchito con ferro, calcio e vitamine A, C e D che viene venduto a prezzi contenuti



raggiungendo al contempo 50 milioni di consumatori in una regione economicamente depressa.

Valore per Nestlé: modello aziendale a basso costo; forza lavoro dedicata in grado di fornire un accesso redditizio ad un ampio mercato di consumatori

Valore per la società: opportunità occupazionali; sviluppo economico locale

Approvvigionamento locale

I produttori caseari brasiliani beneficiano dei consigli tecnici gratuiti nel distretto che rifornisce di latte lo stabilimento di Araçatuba, che produce il latte in polvere *Idéal* arricchito di ferro, calcio e vitamine A, C e D.

Valore per Nestlé: fonti sicure per le materie prime di qualità superiore

Valore per la società: affidabilità del mercato e redditi regolari per i fornitori



La nostra iniziativa "Direct Store Delivery" ha accresciuto la penetrazione nel mercato e la disponibilità del prodotto nei paesi con popolazione sparsa su ampi territori. In Brasile ha generato una rete di 4 000 distributori porta a porta, creando così nuove opportunità di reddito

Valore nutrizionale

Alcuni prodotti PPP vengono arricchiti per garantire ai consumatori un apporto nutritivo supplementare. In America latina, ad esempio, il latte in polvere *Idéal* è arricchito con ferro, calcio e vitamina A, C e D e in America centrale *Sopa Crecimiento di Maggi*, una zuppa di pasta e pollo a base di latte, contiene proteine, vitamine e minerali necessari per lo sviluppo infantile. I prodotti alimentari arricchiti hanno riscosso un grande successo anche in Africa; i dadi per brodo *Maggi* con sale iodato (per la prevenzione delle patologie tiroidee) è il prodotto Nestlé che ha fatto registrare la crescita più rapida in Guinea, Camerun e Costa d'Avorio

Valore per Nestlé: accesso/crescita all'interno di nuovi mercati; maggiore forza di attrazione del prodotto con un più ampio riconoscimento del marchio; ritorni finanziari apprezzabili

Valore per la società: accesso a prodotti ad alto valore nutritivo anche per le fasce più deboli

Accessibilità e disponibilità

● **Accessibilità:** i prodotti PPP sono disponibili spesso in confezioni più piccole e a prezzi più accessibili in modo da facilitarne l'acquisto regolare da parte dei consumatori a basso reddito;

● **Disponibilità:** la nostra iniziativa "Direct Store Delivery" ha accresciuto la penetrazione nel mercato e la disponibilità del prodotto nei paesi contraddistinti dalla presenza di popolazioni sparse su ampi territori. In Brasile sono presenti 4 000 distributori porta a porta complementari agli esercizi

commerciali tradizionali;

In Sudafrica e Tailandia sono stati promossi progetti simili per la distribuzione dei gelati e in Africa occidentale sono stati aperti oltre 3 000 "chioschi di caffè" ambulanti.

Valore per Nestlé: nuove opportunità commerciali; redditizia crescita del marchio; relazioni più strette con la comunità

Valore per la società: creazione di reddito; trasferimento di competenze; microfinanza; integrazione sociale

Look closer @ nestle.com

📺 Per visionare il video e la presentazione di diapositive su PPP (Prodotti Posizionati nel Segmento a Basso Reddito) visitate il sito www.nestle.com/csv/stories

95%

Percentuale dei prodotti Nestlé che riportano il marchio registrato *Nutritional Compass* sulla confezione

Marketing e comunicazione

I nostri impegni nella comunicazione

Consapevoli dell'importanza di una comunicazione responsabile verso i consumatori e i bambini in particolare, le aziende del gruppo, nel rispetto dei Principi di Comunicazione al Consumatore Nestlé, si impegnano per raggiungere i seguenti risultati:

- Etichettatura e materiali di supporto chiari e facilmente comprensibili, che consentano ai consumatori di scegliere il prodotto migliore per ciascuno;
- Comunicazione responsabile su tutti i prodotti, specialmente su quelli destinati all'infanzia, conformemente alle leggi e ai nostri Principi Aziendali (vedere paragrafo sulla pubblicità ai bambini p. 49);
- Partecipazione e supporto a programmi pubblici di educazione alimentare;
- Collaborazione con organismi di sanità pubblica per mettere a punto diete e stili di vita più sani.

Il testo completo dei Principi è disponibile sul sito: www.nestle.com/csv/downloads

Etichettatura responsabile degli alimenti

Mentre continua il dibattito sul miglior metodo da adottare in materia di etichettatura alimentare, Nestlé ha introdotto nel 2005 il *Nutritional Compass*, un'etichetta informativa presente sulla confezione del prodotto che fornisce ai consumatori informazioni nutrizionali facilmente comprensibili. Il Compass è già presente sul 95% dei prodotti Nestlé venduti in tutto il mondo e viene continuamente esteso.

Articolato intorno a una tabella nutrizionale il Compass comprende:

- **La buona informazione:** informazioni sui valori nutrizionali relativi a ingredienti di pubblico interesse (ad esempio, contenuto di grassi, zuccheri o sale ma anche di ferro o fibre);
- **Il buon consiglio:** suggerimenti per un utilizzo salutare del prodotto;
- **Contattaci:** contatti al call center e link per maggiori informazioni on line.

Per maggiori informazioni visitate il sito: www.nestle.com/csv/compass



Il sistema *Nestlé Nutritional Compass* fornisce informazioni nutrizionali chiare ed esaurienti sulle confezioni. In alto viene mostrato il Compass come appare sul marchio *Milo* venduto in Malesia. Il brand *Milo* oltre che in Malesia è noto anche in numerosi altri paesi nel mondo

Le informazioni per contattarci riportate sulla confezione offrono l'accesso a 96 Servizi Consumatori Nestlé: in tutto il mondo 40 milioni di consumatori scelgono di ricevere informazioni e consigli da nutrizionisti Nestlé attraverso i canali e-mail o posta diretta mentre quasi tre quarti (pari al 73%) delle 10 milioni di telefonate ricevute ogni anno sono richieste di informazioni su prodotti, ricette o consigli nutrizionali.

I nutrizionisti Nestlé collaborano con vari stakeholder per mettere a punto il sistema Compass e garantirne l'adeguatezza e la validità. In Europa il sistema è stato adattato per consentire l'inserimento di una tabella

Oltre 10 milioni

Numero complessivo di persone coinvolte nelle iniziative e nei programmi di educazione Nestlé

completa con le Quantità Giornaliere Indicative (GDA) degli "8 grandi nutrienti" (energia, carboidrati, proteine, grassi, zuccheri, grassi saturi, sale e fibre). Il sistema è parte integrante della strategia Nestlé e riveste un'importanza essenziale nel fornire indicazioni sulle virtù salutari e nutrizionali degli alimenti; solo nel caso in cui la mancanza di spazio non lo consenta possono essere riportati esclusivamente i "4 grandi nutrienti" (energia, carboidrati, proteine e grassi).

La tabella GDA è completata da informazioni di consultazione immediata, relative al contenuto energetico per porzione e all'apporto calorico giornaliero raccomandato. Una freccia rinvia il consumatore al sistema Compass per ulteriori informazioni. Dalla fine dell'anno 2007, il sistema di etichettatura alimentare GDA è presente sul 45% dei nostri prodotti europei.



Istruzione e impegno

Nestlé ha sviluppato e finanziato numerosi programmi di istruzione in tutto il mondo per migliorare la comprensione dell'importanza dell'alimentazione e dell'attività fisica per la salute. Le sane abitudini alimentari cominciano già dalla prima infanzia ed è per questo che Nestlé ha concentrato la sua attenzione sulla scuola.

- *Francia e UE*: il programma finanziato da Nestlé, "Preveniamo insieme l'obesità infantile" nato come progetto pilota nel 1992 e adottato oggi da molte città francesi e da altri paesi europei, ha dato origine alla "Rete per la Prevenzione dell'Obesità Infantile" finanziata dall'UE, di cui Nestlé è uno dei principali sponsor;

- *Svizzera e Ungheria*: il programma Nutrikid è una joint venture stipulata tra la Società Svizzera per la Nutrizione, Nestlé Alimentarium, Nestlé Svizzera e Ungheria che offre a

Nestlé finanzia il programma "Healthy Thai Kids", un piano di educazione alimentare che coinvolge 5 000 scuole elementari, dove i bambini imparano, divertendosi, l'intero processo della digestione del cibo

170 000 studenti kit scolastici destinati all'educazione alimentare sotto forma di video, carte da gioco e libri;

- *Brasile*: 800 000 bambini tra i 5 e i 14 anni hanno

beneficiato del programma Nutrir, che consente la formazione di volontari in grado di promuovere la sana alimentazione, l'igiene e la salute attraverso il gioco;

- *Tailandia*: 5 000 scuole elementari sono state coinvolte nel programma benessere "Bambini thailandesi in piena salute" mediante campagne scolastiche.

📄 Per maggiori informazioni su questi ed altri programmi, visitate il sito web www.nestle.com/csv/education

A riprova del nostro convincimento sull'importanza della alimentazione, offriamo ai nostri colleghi un programma globale di formazione alla nutrizione denominato "Quoziente Nutrizionale" (NQ), che sfrutta le competenze nutrizionali degli scienziati del Centro di Ricerca Nestlé.

📄 Per maggiori informazioni, visitate il sito: www.nestle.com/csv/NQ

Look closer @ nestle.com

📄 Per visionare un esempio animato sul Nutritional Compass, visitate il sito web www.nestle.com/csv/compass



Il Sistema Nutrizionale *NIDO* di Nestlé, che ha raggiunto vendite per 1,2 miliardi di CHF in soli 5 anni, getta le fondamenta per il sano sviluppo della prima infanzia. Il sistema comprende *Lactobacillus PROTECTUS* che rafforza il sistema immunitario contro l'azione dei germi, *Prebio* presente nel latte destinato ai bambini in età prescolare al di sotto dei cinque anni e *Calci-N* per una crescita corretta del sistema osseo infantile.

Il Sistema nutrizionale *NIDO* è stato lanciato nel 2000 nelle Filippine mediante il riposizionamento di *NIDO*, latte arricchito con l'aggiunta di vitamina A e D.

La promozione si è concentrata sui "10 segni della corretta nutrizione infantile", quali pelle sana, corretto sviluppo del sistema muscolare, buona qualità del sonno, vivacità e attenzione, sviluppati dall'Associazione dei dietisti e nutrizionisti della "Fondazione delle Filippine". Le informazioni presenti sulle confezioni sono state sostenute da un'ampia campagna di comunicazione con personaggi celebri, volta a sensibilizzare i consumatori sui vantaggi legati ad una corretta alimentazione. La campagna ha fatto registrare un aumento dell'8% nelle vendite del prodotto più nutriente presente sul mercato filippino nel 2006 e nel 2007 è stata lanciata a livello mondiale.

Sinistra: il Nestlé Nutrition Duchess Club è un'associazione informale di donne di ogni età e con background diversi attiva in Nigeria e in Ghana. Il club promuove sane abitudini alimentari, educando alla corretta alimentazione, alla gestione della casa, all'imprenditorialità e alla capacità di comando. Ha inoltre intrapreso importanti iniziative sanitarie a livello locale, tra cui l'educazione all'igiene alimentare per operatori del mercato e bambini in età scolare. Destra: Membri del Nestlé Nutrition Duchess Club mentre insegnano nozioni pratiche in materia di alimentazione e igiene in un mercato all'aperto



Il Nestlé Nutrition Duchess Club è un'associazione femminile presente in Nigeria e impegnata a rafforzare il ruolo delle donne attraverso la trasmissione di conoscenze e capacità in materia di alimentazione, gestione della casa, imprenditorialità e capacità di comando. Il Duchess Club, che grazie ai suoi 530 membri ha raggiunto oltre mezzo milione di donne, offre workshop di educazione alimentare con particolare attenzione ad abitudini alimentari corrette, sicurezza e gestione alimentare per le madri.

Pratiche pubblicitarie e di marketing

Pubblicità

L'adeguata comunicazione al consumatore è parte integrante dei *Principi Aziendali Nestlé* fin dalla loro prima pubblicazione nel 1999. A seguito di revisioni periodiche, nel 2002 tali Principi sono stati definiti in modo ancora più dettagliato e completo, nel 2004 e nel 2007 sono stati ulteriormente consolidati per quanto riguarda la comunicazione rivolta all'infanzia (vedi sotto).  I Principi (disponibili sul sito: www.nestle.com/csv/downloads) rappresentano punti di riferimento fondamentali per lo sviluppo della comunicazione al consumatore da parte di tutti gli addetti al marketing e delle agenzie pubblicitarie a livello mondiale. Tutte le campagne di marketing vengono sottoposte ad un sistema di verifica interno a garanzia della conformità ai Principi. Inoltre, Nestlé partecipa alle iniziative di settore che promuovono pratiche pubblicitarie responsabili, come l'iniziativa, nata nel 2005, che si propone di valutare a livello europeo la conformità delle aziende ai Codici di condotta per le pubblicità del settore del food & beverage e che si è rivelata un utile strumento per raccogliere commenti e reazioni e mantenere elevati standard di conformità.

Iniziative congiunte di settore sulla pubblicità rivolta ai bambini

Nel dicembre 2007, Nestlé ha preso parte ad iniziative volontarie di pubblicità responsabile realizzate dal settore del food & beverage in Europa e Canada per sostenere e promuovere sani comportamenti nutrizionali e corretti stili di vita dei bambini inferiori ai 12 anni. L'impegno assunto dalle imprese del settore, che vedrà la sua completa attuazione entro la fine del 2008, sarà soggetto a una verifica di conformità indipendente.

 Per ulteriori informazioni sui nostri Principi di Comunicazione al Consumatore e la nostra Policy sulle Comunicazioni di Marketing ai Bambini e su ogni altra iniziativa da noi sostenuta visitate il sito [web www.nestle.com/csv](http://web.www.nestle.com/csv)

La comunicazione con i professionisti della sanità

Da più di 60 anni Nestlé contribuisce a programmi di educazione nutrizionale in condivisione con professionisti del mondo sanitario, attraverso pubblicazioni scientifiche, workshop e borse di studio. Nel 2007 il Centro di Ricerca Nestlé ha pubblicato 200 ricerche sottoposte a revisioni critiche, e 4 000 "delegati esperti in medicina" sono in contatto continuo con esperti sanitari ogni giorno per tutto l'anno.

Sfida chiave

La pubblicità rivolta ai bambini

I nostri Principi di Comunicazione al Consumatore ( si veda il sito www.nestle.com/csv/downloads) comprendono criteri specifici per la comunicazione ai bambini. I principi si propongono di promuovere la moderazione nei consumi, l'acquisizione di abitudini alimentari sane e la pratica di attività fisiche, senza con ciò indebolire l'autorità dei genitori o creare false aspettative di popolarità o successo. I principi, inoltre, garantiscono che non venga compromessa la capacità di distinguere tra realtà e finzione o si generi un senso di necessità.

Alla luce delle crescenti preoccupazioni sul problema dell'obesità infantile, nel 2007 Nestlé ha consolidato i suoi Principi includendo due clausole importanti:

- nessuna attività di pubblicità o marketing deve essere rivolta ai bambini al di sotto dei 6 anni di età;
- l'attività pubblicitaria rivolta ai bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni deve essere limitata ai prodotti con un profilo nutrizionale che consenta loro di raggiungere un regime alimentare sano ed equilibrato, ivi compresi limiti precisi per ingredienti come zuccheri, sale e grassi.

Tali principi troveranno completa attuazione in tutti paesi entro la fine del 2008 e saranno soggetti a controllo.

Il Nutrition Institute di Nestlé (NNI) è un'organizzazione che offre ai professionisti sanitari un forum per condividere le informazioni sui progressi compiuti in ambito pediatrico, clinico e nel settore degli alimenti per le attività motorie.

L'NNI ha tenuto più di 70 Workshop sulla nutrizione Nestlé in tutto il mondo, conferendo oltre 500 borse di studio post-laurea a giovani pediatri, paramedici e scienziati dei paesi in via di sviluppo.

Nestlé ha inoltre realizzato oltre 3 000 pubblicazioni, compresi gli *Annali Nestlé* e *Il Nido*, per i professionisti sanitari che operano in ambito pediatrico, e i *punti di forza della Nutrizione Clinica*, una rivista scientifica rivolta ai nutrizionisti clinici. Un'ampia gamma di materiali in formato stampa, audiovisivo ed elettronico è disponibile in lingua inglese, francese e spagnola. Il sito web del NNI (www.nestlenutritioninstitute.org) consente a giovani pediatri, professionisti sanitari e scienziati di accedere ad una biblioteca medico-scientifica online, strumenti didattici, workshop online (seminari interattivi) e informazioni sugli eventi in programma.



Il Nestlé Nutrition Institute dialoga con professionisti sanitari in occasione di congressi di livello mondiale

Il marketing dei prodotti per l'infanzia

L'alimentazione nei primi tre anni di vita

In tutto il mondo la malnutrizione assume proporzioni sempre più allarmanti tra i neonati che hanno compiuto sei mesi di vita, momento in cui gli "alimenti complementari" (cereali, latte, puree di verdure e carne) rivestono un'importanza fondamentale per la salute e la sopravvivenza. Nestlé è una delle aziende leader nel mondo per la produzione di questi prodotti ed è l'unica grande azienda a

commercializzarli solo dopo i sei mesi di vita nei paesi in via di sviluppo.

Il latte materno e i suoi sostituti

Il latte formulato per l'infanzia di Henri Nestlé fu la prima risposta alla necessità di un'alternativa nutrizionalmente sana al latte materno. Nel suo *Trattato sulla Nutrizione* del 1869 Henri Nestlé dichiarò che l'allattamento al seno costituisce la migliore forma di alimentazione per i neonati e che ogni mamma in grado di allattare dovrebbe preferirla ad altri metodi alimentari. Questo principio rappresenta ancora oggi la pietra miliare della nostra Strategia di Marketing per i Latti Formulati per l'Infanzia.

Tuttavia, non tutte le mamme sono in grado di allattare i loro bambini e i latti formulati per l'infanzia sono l'unico prodotto riconosciuto dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) come sostituto accettabile del latte materno: grazie al loro apporto nutrizionale specifico, hanno garantito lo sviluppo di generazioni di bambini in tutto il mondo. Nestlé fornisce latti per l'infanzia di elevata qualità, sicuri e nutrienti e si impegna a garantirne la vendita

e la commercializzazione responsabili. Su ogni confezione sono riportate informazioni per consumatori e professionisti sanitari che illustrano vantaggi e superiorità del latte materno, mentre le etichette e i materiali di educazione alimentare contengono le istruzioni per la preparazione e le avvertenze sull'uso improprio del prodotto.

Il Codice internazionale sulla commercializzazione dei sostituti del latte materno dell'OMS

Il Codice OMS si propone di "contribuire a garantire all'infanzia una sana e adeguata alimentazione attraverso la protezione e la promozione dell'allattamento al seno, assicurando un utilizzo corretto dei sostituti del latte materno, qualora fossero indispensabili, sulla base di informazioni adeguate e mediante una commercializzazione e una distribuzione appropriate."

Il Codice è stato adottato dall'Assemblea mondiale della sanità nel 1981 come raccomandazione a tutti gli Stati Membri. Nestlé è stata la prima società, nel 1982, ad annunciarne l'adozione volontaria in tutti i paesi in via di sviluppo, dove rifiuta qualsiasi genere di attività pubblicitaria o di marketing rivolta al pubblico e qualsiasi contatto tra il personale marketing del latte per l'infanzia e il pubblico.

Nestlé promuove oggi presso i governi di molti paesi l'adozione del Codice OMS e il monitoraggio della sua applicazione.

Garanzia di conformità

Per garantire la conformità al Codice OMS, Nestlé dispone di un metodo articolato in tre parti:

- Un ampio sistema di controllo interno, il Codice OMS Quality Assurance System (analogo all'ISO) è oggi attivo in tutti i paesi in via di sviluppo;
- I revisori internazionali Nestlé verificano in dettaglio ogni anno la conformità al Codice OMS in 9-20 paesi;

● Nestlé ha un sistema di revisione regolare e indipendente svolto da società di revisione sociale esterne.

 [I risultati dei più recenti interventi di revisione esterna svolti nello Sri Lanka sono consultabili sul sito www.babymilk.nestle.com](#)

Inoltre, Nestlé dispone di un difensore civico interno per ogni dipendente che desideri comunicare, in forma del tutto riservata, presunte violazioni del Codice OMS.

Nel 2006, Nestlé è stata l'unica azienda non asiatica a non aver subito alcuna sanzione da parte del governo della Malesia per violazioni al Codice etico sul latte per l'infanzia; multe sono state invece inflitte dal Ministero della Salute Malese a 8 tra le 12 aziende produttrici di alimenti per l'infanzia che operano nel paese

 [Per maggiori informazioni, visitate il sito web www.nestle.com/csv/Malaysia](#)

Attuazione del Codice OMS e garanzia di conformità

Nestlé ha imparato molto dalla sua esperienza nella commercializzazione del latte per l'infanzia in Africa, riconoscendo come sua responsabilità il superamento degli standard di marketing tradizionalmente accettati. Nel 1982 il Gruppo ha adottato il Codice OMS in tutti gli interventi svolti nei paesi in via di sviluppo e continua tuttora a monitorarne l'applicazione, perfezionando le proprie direttive. Il Gruppo collabora inoltre in sinergia con governi, figure di riferimento del settore e membri della società civile per lo sviluppo del Codice nei paesi in cui viene applicato.

The Infant Food Industry and the Code WHO, pubblicato dagli analisti GES Investment Services, ha valutato l'implementazione del Codice da parte delle imprese alimentari per l'infanzia e Nestlé è risultata essere la migliore: "Le policy di Nestlé consentono la migliore applicazione del Codice e le permettono di collocarsi largamente in testa rispetto ai concorrenti".

 [Il testo completo della nostra Policy sul latte formulato per l'infanzia è disponibile sul sito www.babymilk.nestle.com, in cui forniamo risposte alle domande più comuni sull'alimentazione per l'infanzia. Continuiamo a monitorare il nostro approccio e a comunicare apertamente con i nostri interlocutori.](#)

Sostegno ai Principi del Global Compact e agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio dell'ONU



Sopra: Contributo ai principi 7-9 del Global Compact dell'ONU (UNGC) e all'obiettivo 7 dell'MDG: riduzione del peso dell'imballaggio presso Nestlé Waters. Negli ultimi 6 anni sono state risparmiate 257 000 tonnellate di imballaggi per l'acqua in bottiglia. In alto a destra: contributo ai principi 1, 2, 4, 5 del Global Compact dell'ONU (UNGC) e

agli obiettivi 1 e 7 dell'MDG: in Costa d'Avorio, uno dei principali paesi produttori di cacao, Nestlé lavora con tre cooperative agricole per promuovere buone pratiche lavorative, comprese quelle inerenti al lavoro minorile. Supportiamo, inoltre, programmi in collaborazione con altri partner che incentivano l'utilizzo di metodi sostenibili per la coltivazione del cacao

I Principi Aziendali Nestlé ([vedi !\[\]\(d66ff64371a51729ac8c1cdaa685ba6f_img.jpg\) www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)) guidano i nostri comportamenti nei confronti degli stakeholder e riflettono i valori fondamentali di correttezza, onestà e rispetto per le persone e l'ambiente. La loro continua evoluzione ha visto l'adozione dei 10 Principi del Global Compact dell'ONU (UNGC) su diritti umani, lavoro, ambiente e corruzione, istituiti nel 2002. Il sostegno di Nestlé ai principi UNGC è stato ulteriormente testimoniato dalla sponsorizzazione dell'incontro annuale dei leader delle aziende e delle organizzazioni sottoscrittrici del Global Compact dell'ONU svoltosi a Ginevra a luglio 2007.

Nella tabella a lato sono indicate alcune azioni intraprese nel 2007 che esemplificano il nostro impegno come membro del UNGC.

In qualità di azienda firmataria dei principi UNGC, Nestlé sostiene gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio dell'ONU (MDG) e li considera traguardi di cruciale importanza, perché possono produrre un cambiamento positivo e sostenibile grazie a partnership che rispondono alle esigenze locali e utilizzano conoscenze e capacità presenti sul territorio.

La *Creazione di Valore Condiviso* fornisce un contributo determinante agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio dell'ONU. Il presente report contiene numerosi esempi che illustrano i contributi apportati dalla strategia a lungo termine alla eliminazione della fame e della povertà estrema (obiettivo 1), attraverso iniziative quali la strategia PPP Nestlé (p. 44), i programmi per la creazione di capacità gestionali nelle aree di raccolta del latte e le iniziative



Principi del Global Compact dell'ONU	Alcuni esempi degli interventi Nestlé	Descrizione a p.
Diritti umani	Ampliamento della partecipazione all'“International Cocoa Initiative” e ai progetti Nestlé sul cacao in Africa occidentale	32
Diritti del lavoro	Il programma di revisione indipendente CARE si occupa di risorse umane, salute e sicurezza occupazionale e ambiente	22 – 23
Tutela ambientale	Riduzione dei consumi idrici e adozione di buone pratiche per la gestione delle risorse idriche nell'ambito della catena di fornitura; migliore efficienza energetica e riduzione delle emissioni di gas a effetto serra; ottimizzazione dei volumi di imballaggio e imballaggio sostenibile; principale azienda firmataria UNGC, CEO Water Mandate	10 – 19
Lotta alla corruzione	Istituzione del Codice di Condotta Aziendale Nestlé	8

Gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio dell'ONU
1. Eliminare la fame e la povertà estrema
2. Assicurare l'istruzione elementare universale
3. Promuovere la parità tra i sessi ed investire sul ruolo delle donne
4. Ridurre la mortalità infantile
5. Migliorare la salute materna
6. Combattere HIV/AIDS, malaria e altre malattie
7. Assicurare la sostenibilità ambientale
8. Sviluppare una collaborazione globale per lo sviluppo

legate al caffè, come Nespresso AAA e 4C (p. 30, 31 e 34). Allo stesso modo, sono molti gli esempi che testimoniano il nostro contributo per la sostenibilità ambientale (punto 7) come la riduzione del consumo idrico (p. 16), dei materiali d'imballaggio (p. 18) o delle emissioni di CO₂ (p. 13). Allo stesso obiettivo mirano poi gli aspetti ambientali del nostro impegno in materia di agricoltura, quali la gestione dell'acqua in ambito agricolo (p. 33), il caffè 4C e Nespresso AAA.

Nestlé offre inoltre il suo sostegno a più di 120 progetti e iniziative presenti in tutto il mondo e riconducibili in modo specifico agli otto Obiettivi di Sviluppo del Millennio.

📄 Per maggiori informazioni è possibile consultare il report *“Nestlé, the Community and the UN Millennium Development Goals”* disponibile sul sito web www.nestle.com/csv/downloads

Contributo ai principi 1, 7, 9 del Global Compact dell'ONU (UNG) e agli obiettivi 1, 4, 5, 7, e 8 dell'MDG: fra i numerosi programmi di Nestlé relativi all'acqua attualmente in corso si possono citare: accesso all'acqua potabile mediante la costruzione di pozzi (India); collaborazione con gli agricoltori per

l'implementazione di misure per la conservazione dell'acqua (Vietnam); fornitura di strutture per il corretto immagazzinamento degli scarichi industriali (Cina); collaborazione in partenariato su progetti relativi all'acqua potabile (Mozambico, si veda sopra – e Ruanda)

Coinvolgimento degli stakeholder

Nestlé si impegna a dialogare apertamente con tutti gli stakeholder, compresi consumatori, clienti, dipendenti, investitori ed altri interlocutori.

La comunicazione avviene in modo costante utilizzando un'ampia gamma di canali. Ad esempio, attraverso il nostro programma 60/40+ per la valutazione del prodotto i consumatori possono influenzarne lo sviluppo, mentre il nostro sistema di etichettatura *Nutritional Compass* offre accesso a 96 Servizi consumatori in tutto il mondo e molti dei nostri marchi hanno siti web dedicati.

Inoltre, ci stiamo impegnando su vasta scala per comprendere e rispondere alle opinioni e ai commenti sulla nostra strategia della *Creazione di Valore Condiviso*. Gli obiettivi che ci prefiggiamo sono:

- Approntare un sistema ufficiale per lo scambio di opinioni;
- Comprendere le diverse posizioni assunte dal vasto ed eterogeneo gruppo di stakeholder esterni, fornendo loro un'ampia prospettiva aziendale;
- Individuare opportunità, rischi e trend futuri di fondamentale importanza per Nestlé e i suoi stakeholder;
- Confrontarsi con le prospettive interne a Nestlé, acquisite dalle consultazioni con i dirigenti senior che hanno portato, durante il 2007, all'individuazione delle principali problematiche aziendali.

Gli incontri con gli stakeholder

Per la prima volta abbiamo invitato, nel 2007, gli stakeholder esterni a riunirsi con lo specifico scopo di fornire feedback e commenti sulla nostra strategia denominata *Creazione di Valore Condiviso*, su questioni di importanza prioritaria, comunicazione e reporting al fine di incidere sui futuri processi decisionali di Nestlé e confermare la validità dei risultati delle precedenti consultazioni interne per l'individuazione delle principali questioni aziendali.

Nel 2007 a Ginevra, Washington DC e Kuala Lumpur si sono tenuti tre incontri di un'intera giornata. È nostra intenzione dare seguito a tali incontri ed esaminare la possibilità di compiere ulteriori sforzi e ricerche negli anni a venire, includendo anche l'Africa e l'America latina.

Gli incontri con gli stakeholder sono stati concepiti, organizzati e resi possibili da AccountAbility e hanno fatto registrare la presenza di oltre 50 partecipanti esterni specializzati in un'ampia gamma di aree d'impatto sociale e ambientale, strategiche per gli interventi e le attività commerciali di Nestlé (vedi, in proposito, l'elenco degli esperti che hanno partecipato agli incontri). I partecipanti sono stati invitati da Nestlé per condividere apertamente le proprie opinioni.

Agli incontri hanno preso parte anche i dirigenti senior e i responsabili dei processi decisionali delle diverse aree funzionali e public affairs Nestlé.

Gli esperti che hanno partecipato agli incontri*

Tra gli esperti che hanno presenziato agli incontri figurano: Conferenza delle ONG, Conservation International, Human Rights Commission of Malaysia, Istituto per Responsabilità Sociale d'Impresa – Malesia, Federazione internazionale della Croce Rossa e della Mezza Luna Rossa, Iniziativa internazionale contro il lavoro minorile, Organizzazione internazionale del lavoro, Lutheran World Federation, Malaysian Association for the Study of Obesity, Malaysian Institute of Corporate Governance, Fondazione Max Havelaar, Chiesa metodista, Rainforest Alliance, Sustain, Transparency International, United Nations Development Programme, World Business Council on Sustainable Development, World Cocoa Foundation, World Economic Foundation, WWF.

*L'elenco registra la presenza di organizzazioni indipendenti che nel 2007 hanno preso parte agli incontri degli stakeholder e non comporta il riconoscimento implicito che tali organizzazioni abbiano formulato commenti o eseguito verifiche sul contenuto del nostro report *Creazione di Valore Condiviso* del 2007.

Le principali questioni emerse dagli incontri

Durante le discussioni tra i vari partecipanti sono emerse alcune fondamentali questioni, fra cui quella relativa alla conformità e alla verifica, che si è imposta come uno dei temi principali comuni a tutti gli incontri. Tra le altre questioni di primaria importanza emerse dal dibattito si segnalano:

- Nutrizione, salute e benessere, ivi compresa la promozione di stili di vita sani e la disponibilità/divulgazione delle informazioni relative;
- Diritti umani e produzione sostenibile quali parti integranti della catena di fornitura, ivi comprese le problematiche legate alle risorse idriche e all'imballaggio;
- Supporto alle comunità e sviluppo d'impresa.

Contributi e occasioni di apprendimento per Nestlé

Gli incontri hanno reso possibile l'instaurazione di un dialogo costruttivo ed efficace. Nestlé esprime la sua gratitudine a tutti coloro che vi hanno preso parte. Grazie all'impegno di un gruppo fortemente eterogeneo come quello che forma la comunità degli stakeholder Nestlé, le opinioni raccolte, ed in particolare quelle esterne, hanno fornito al Gruppo un valido strumento di confronto con gli aspetti individuati dal precedente processo di consultazione interno (p. 6). Gli stakeholder hanno inoltre fornito a Nestlé un ulteriore contributo per l'individuazione delle loro priorità individuali, aziendali e geografiche. Ad esempio, il ruolo svolto da Nestlé nello sviluppo degli standard, specialmente in relazione ai prodotti alimentari *Halal*, è stato uno dei temi emersi e discussi durante l'incontro tenutosi a Kuala Lumpur.

Nestlé si è impegnata a riferire a gruppi di esperti i progressi compiuti in merito alle segnalazioni ricevute, all'incirca entro maggio 2008. Tali segnalazioni saranno prese in considerazione ancora più approfonditamente nel prossimo report in versione cartacea dedicato alla *Creazione di Valore Condiviso* (in pubblicazione nel 2010) e il sito web fornirà aggiornamenti costanti. Anche il reporting esterno svolge un ruolo di grande importanza nella *Creazione di Valore Condiviso*.

Reporting futuro

Riteniamo che il reporting esterno, volto ad illustrare iniziative e principali indicatori di performance, promuova il miglioramento dei risultati interni, come dimostrato dalla maggiore trasparenza e dai conseguenti rendimenti in materia finanziaria.

Il Gruppo si impegna a sviluppare l'attività di reporting, elemento chiave per una performance aziendale chiara e trasparente, a mettere in luce le questioni di vitale importanza per Nestlé e i suoi stakeholder, a promuovere a tutti i livelli aziendali i processi di *Creazione di Valore Condiviso* e a tendere costantemente verso gli obiettivi di sostenibilità sia interni che esterni. Tra le aree strategiche figurano:

Allineamento dell'attività di reporting alle linee guida esterne

Questa particolare tipologia di report si ispira alle attuali Linee guida della Global Reporting Initiative (Iniziativa per il reporting globale - GRI) sul reporting di sostenibilità. La performance viene inoltre sintetizzata in relazione ai requisiti del Global Compact. Il nostro obiettivo è rappresentato dal completo adeguamento alle linee guida per le good practice del reporting esterno del prossimo report mondiale in versione cartacea che ci prefiggiamo di pubblicare nel 2010.

Ampliamento della raccolta dati sui risultati

Per la prima volta nella storia del reporting Nestlé, l'attuale report presenta indicatori di performance di tutte le aree critiche della *Creazione di Valore Condiviso*. Anche se attualmente per alcuni indicatori non sono disponibili i dati storici, siamo al lavoro per raggiungere una copertura e un approfondimento più ampi entro il 2010.

Comunicazione con i principali pubblici

La nostra strategia di reporting è concepita per garantire coerenza, integrazione e aggiornamento costante.

L'attuale report in versione stampata, pubblicato nel 2008, sintetizza la performance del 2007 per i nostri azionisti e gli altri stakeholder a livello mondiale ed è inoltre integrato al nostro *Management Report 2007*.

Nel report del 2008 (pubblicato nel 2009), ci prefiggiamo di fornire informazioni importanti ed adeguatamente mirate per pubblici specifici, compresi clienti, investitori e autorità di regolamentazione. Nel report del 2009 (pubblicato nel 2010), ci proponiamo di pubblicare il nostro prossimo report principale sulla *Creazione di Valore Condiviso*. Continueremo ad aggiornare le informazioni disponibili sul nostro sito web.

Dichiarazione di garanzia – Metodologia, risultati preliminari e considerazioni



Destinatari: gli stakeholder di Nestlé S.A.

Introduzione

La società Bureau Veritas è stata incaricata di fornire una garanzia esterna a Nestlé S.A. in merito al Report sulla *Creazione di Valore Condiviso* e al processo di reporting. Nestlé è l'unica responsabile della redazione del Report. Il nostro obiettivo è di fornire garanzie agli stakeholder in merito all'accuratezza, all'affidabilità e alla oggettività delle informazioni contenute.

Ambito di verifica e metodologia

L'ambito verifica della garanzia ha riguardato i seguenti punti:

1. Attività intraprese da Nestlé nel periodo di reporting compreso fra gennaio e dicembre 2007 (salvo ove diversamente specificato);
2. Informazioni su problemi, risposte, dati relativi alla performance, case studies e sistemi Nestlé per la gestione di tali dati e informazioni;
3. Informazioni da partner esterni in merito alla valutazione di rilevanza e agli incontri degli stakeholder;
4. Valutazione dei dati relativi a sicurezza, salute e ambiente (SHE) e delle procedure, attraverso una campionatura di siti operativi in tutto il mondo.

Quale parte integrante della sua revisione, Bureau Veritas ha svolto le seguenti attività:

- Interviste ai principali membri della dirigenza Nestlé presso la sede centrale;

- Revisione dei processi di individuazione e raccolta delle informazioni sensibili, del contenuto dei rapporti e dei dati di performance relativi alle imprese del Gruppo;
- Verifica dei dati di performance e delle informazioni fattuali contenute nel Report;
- Sopralluogo in 18 siti operativi di 13 paesi per la valutazione dei sistemi di gestione dei dati SHE e dell'affidabilità e accuratezza dei dati;
- Valutazione pilota dei principi fondamentali che ispirano il quadro di riferimento metodologico AA1000, revisione dell'analisi di significatività, della mappatura e del coinvolgimento degli stakeholder e degli accordi di governance del gruppo Nestlé.

Risultati preliminari

Sulla base del lavoro svolto, possiamo affermare che il Report:

- Raccoglie informazioni affidabili, comprensibili e chiare, fornendo un quadro concreto delle principali attività e delle performance relative all'intero periodo di reporting;
- Prende in considerazione e risponde alle problematiche selezionate da Nestlé per il reporting (tematiche che sono di primaria importanza per l'organizzazione e i suoi stakeholder); Nestlé dovrebbe ora valutare come ampliare ulteriormente la propria offerta di trasparenza relativamente a impatti, rischi e iniziative positive;
- Riflette un adeguato livello di completezza per essere un primo report globale di sostenibilità, con divulgazione di dati relativi ad un'ampia gamma di problematiche; Nestlé dovrebbe ora prendere in considerazione un ulteriore sviluppo degli indicatori più significativi che testimonino l'implementazione della strategia CSV a lungo termine;
- Fornisce informazioni adeguate tramite i dati e i case study raccolti; attualmente Nestlé dovrebbe valutare come presentare le proprie performance nel modo più equilibrato possibile;
- Comprende alcune informazioni sui sistemi interni all'organizzazione; Nestlé dovrebbe fornire maggiori dettagli nel prossimo reporting sulla governance, i sistemi di responsabilità sociale e la gestione per consentire una più ampia comprensione delle principali problematiche di gestione e garanzia interne.

Considerazioni e limitazioni

Sono escluse dall'ambito del lavoro:

- Attività al di fuori del periodo di reporting;
- Dichiarazioni relative all'impegno o all'intenzione di adottare azioni nel prossimo futuro;
- Dichiarazioni relative a opinioni e/o aspirazioni;
- Informazioni desunte dal collegamento ipertestuale del Social Report.

La nostra revisione è stata eseguita per fornire una garanzia affidabile e riteniamo che quanto sopra riportato fornisca una base ragionevole per le nostre conclusioni. Non è possibile rifarsi alla presente dichiarazione per l'individuazione di errori, omissioni o inesattezze.

➡ Maggiori informazioni sui risultati relativi a garanzia, principali aree da migliorare, considerazioni, limitazioni e indipendenza, imparzialità e competenza di Bureau Veritas sono contenute nella nostra dichiarazione integrale consultabile al sito: www.nestle.com/csv

*Bureau Veritas HS&E Ltd.,
Londra, Gennaio, 2008*



Dichiarazione di indipendenza, imparzialità e competenza

Bureau Veritas è una società di servizi professionali indipendente, specializzata nella consulenza e conformità della gestione in materia di qualità, salute, sicurezza, problematiche sociali e ambientali, che vanta 180 anni di storia nell'offerta di servizi per la garanzia indipendenti con un fatturato annuo nel 2006 di 1,8 miliardi di euro.

Bureau Veritas ha adottato un codice deontologico volto a garantire che tutto il personale mantenga elevati standard in materia di condotta commerciale e prevenzione dei conflitti di interesse.

Siamo convinti che il nostro incarico di garanzia non generi alcun conflitto di interessi.

Redazione e pubblicazione

Nestlé S.A., Public Affairs,
con SustainAbility
e Flag Communication

Design grafico

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

Fotografia

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

Stampa

Grafiche Mazzucchelli S.p.A.

Carta

Il presente Report è stampato su carta Profibulk proveniente da foreste gestite in modo sostenibile e altre fonti controllate certificate dal Forest Stewardship Council (FSC)



Fonti Mistre
Gruppo di prodotti proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile e da altre fonti controllate.
www.fsc.org Cert. N. 505-COC-100125
© 1996 Forest Stewardship Council

Aprile 2008,
Edizione italiana a cura
delle Relazioni Esterne
Nestlé Italiana S.p.A.
Viale Giulio Richard, 5
20143 Milano
Italy

© Marzo 2008,
Nestlé S.A.,
Public Affairs

Nestlé S.A.
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Switzerland

➡ www.nestle.com/csv

e-mail:
creatingsharedvalue@nestle.com



Maïmouna Touré
è una commerciante
del mercato
di Belleville
nella regione
di Treichville,
Abidjan meridionale,
in Costa d'Avorio.
I prodotti Nestlé
con prezzi
accessibili aiutano
a generare reddito,
come i dadi Maggi,
venduti nel 90%
delle bancarelle
a Belleville

