



Nestlé

Good Food, Good Life



## Nestlé et la société

Création de valeur partagée et respect de nos engagements 2014

# Résumé de la performance 2014

Nestlé s'est dotée d'indicateurs de performance pour mesurer et documenter la Création de valeur partagée, la durabilité et la conformité. Le résumé de la performance retrace les progrès réalisés dans l'application des principes du Pacte Mondial des Nations Unies. Sauf indication contraire, les indicateurs de performance portent sur l'année qui se termine le 31 décembre 2014. Les références de la colonne GRI renvoient à l'indicateur applicable dans les directives G4 de la Global Reporting Initiative.

Nous nous basons sur les directives G4 et indicateurs de la GRI, conformément aux questions pertinentes abordées. Celles-ci sont définies dans le cadre de notre processus d'engagement avec les parties prenantes et façonnent aussi nos engagements publics. A des fins de transparence, ce tableau précise le lien entre les indicateurs GRI, nos indicateurs de performance clés et nos engagements.

 Rendez-vous sur le site [www.nestle.com/csv/2014/kpis](http://www.nestle.com/csv/2014/kpis)

Indicateurs de performance clés: Nestlé et la société, Création de valeur partagée	GRI	2013	2014	Page
<b>Economie</b>				
Chiffre d'affaires du Groupe (en millions de CHF) <sup>(a)</sup>	G4-EC1	92 158	91 612	5
Bénéfice net (en millions de CHF) <sup>(b)</sup>	G4-EC1	10 015	14 456	n/a
<b>Nutrition</b>				
Produits atteignant ou dépassant les critères de profil de la Nestlé Nutritional Foundation (en % du chiffre d'affaires total) <sup>(c)</sup>	G4-EC1	76,0	78,5	10,11,12
Produits rénovés pour des considérations de nutrition ou de santé <sup>(d)</sup>	G4-FP7	7 789	10 812	10,11,12
Produits à la teneur en ingrédients nutritifs ou nutriments essentiels revue à la hausse <sup>(d)</sup>	G4-FP7	4 778	6 359	10
Produits à la teneur en sodium, sucres, graisses trans, graisses totales, calories ou colorants artificiels revue à la baisse <sup>(d)</sup>	G4-FP6	4 221	6 973	11,12
Produits analysés et améliorés ou confirmés via le programme 60/40+ (ventes, en millions de CHF) <sup>(e)</sup>	G4-PR1	33 001	33 233	10,11,12
Produits contenant des Branded Active Benefits (ventes, en millions de CHF)	G4-FP7	6 836	6 687	10
Produits couverts par le <i>Compas Nutritionnel Nestlé</i> (en % des ventes mondiales) <sup>(f)</sup>	G4-PR3	92,5	92,8	13
Produits avec étiquetage RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers) (en % des ventes) <sup>(g)</sup>	G4-PR3	99,3	79,7	13
Produits avec recommandations spécifiques concernant les portions (ventes, en millions de CHF) <sup>(h)</sup>	G4-PR3	26 700	26 456	14
UGS de Produits à Positionnement Populaire <sup>(i)</sup>	G4-EC1	9 562	5 014	10
Produits à Positionnement Populaire (ventes, en millions de CHF)	G4-EC1	11 803	12 205	10
Publicité télévisée de Nestlé adressée aux enfants de -12 ans en conformité avec les politiques de marketing responsable (%) <sup>(j)</sup>	G4-PR7	98,3	97,2	17
Infractions au document «Politique et Instructions Nestlé pour la Mise en Œuvre du Code International de l'OMS pour la Commercialisation des Substituts du Lait Maternel» <sup>(k)</sup>	G4-PR7	27	29	18
Employés en charge du marketing des préparations pour nourrissons dans les pays à haut risque ayant reçu une formation au Code de l'OMS (en % du personnel) <sup>(l)</sup>	G4-PR6	100	100	18
<b>Développement rural</b>				
Producteurs formés au travers de programmes de formation		300 000	376 000	19,21,22
Marchés couverts par les programmes de la Sustainable Agriculture Initiative Nestlé (SAIN)		48	51	24,26
Marchés d'achat direct couverts par les programmes SAIN (en %)		100	100	24,26
Pourcentage de fournisseurs qui respectent intégralement le Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé	G4-FP1	74,0	73,0	20
Pourcentage du volume acheté conforme à 100% au Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé	G4-FP1	92,0	95,0	20
<b>Eau <sup>(m)</sup></b>				
Total du captage d'eau (en millions de m <sup>3</sup> )	G4-EN8	152	147	23
Total du captage d'eau (en m <sup>3</sup> par tonne de produit)	G4-EN8	2,92	2,74	23
<b>Durabilité environnementale <sup>(m)</sup></b>				
<b>Production</b>				
Production totale (en millions de tonnes)		52,1	53,7	n/a
<b>Matériaux</b>				
Matières premières utilisées (en millions de tonnes) <sup>(n)</sup>	G4-EN1	25,1	25,8	n/a
Matériaux destinés aux emballages (en millions de tonnes) <sup>(n)</sup>	G4-EN1	5,7	5,6	29
Optimisation à la source des emballages (milliers de tonnes économisés)		66,6	45,8	29
<b>Energie</b>				
Consommation d'énergie totale utilisée sur place (en pétajoules)		97,7	95,8	28
Consommation d'énergie totale utilisée sur place (en gigajoules par tonne de produit)		1,87	1,78	28
Consommation d'énergie totale issue de sources renouvelables et utilisée sur place (en % du total de la consommation d'énergie)	G4-EN3	13,3	14,7	n/a

Indicateurs de performance clés: Nestlé et la société, Création de valeur partagée	GRI	2013	2014	Page
Consommation d'énergie totale directe (en pétajoules)	G4-EN3	67,1	65,5	28
Consommation d'énergie totale directe issue de sources renouvelables (en % du total de la consommation d'énergie directe)	G4-EN3	10,8	11,3	n/a
Consommation d'énergie totale indirecte (en pétajoules)	G4-EN4	81,5	81,1	28
<b>Biodiversité</b>				
Taille totale des sites de production dans des zones protégées (en hectares) <sup>(o)</sup>	G4-EN11	32,9	18,8	32
<b>Emissions, effluents et déchets</b>				
Emissions directes de GES (en millions de tonnes d'eCO <sub>2</sub> )	G4-EN15	3,99	3,81	31
Emissions directes de GES (en kg d'eCO <sub>2</sub> par tonne de produit)	G4-EN15	76,0	71,0	31
Emissions indirectes de GES (en millions de tonnes d'eCO <sub>2</sub> )	G4-EN16	3,81	3,80	31
Emissions indirectes de GES (en kg d'eCO <sub>2</sub> par tonne de produit)	G4-EN16	73,0	71,0	31
Total des eaux usées rejetées (en millions de m <sup>3</sup> )	G4-EN22	91,0	87,0	25
Total des eaux usées rejetées (en m <sup>3</sup> par tonne de produit)	G4-EN22	1,74	1,63	25
Qualité moyenne des eaux rejetées (DCO en mg/l)	G4-EN22	76,0	72,0	25
Sous-produits (en kg par tonne de produit)	G4-EN23	29,1	28,9	28
Déchets pour élimination définitive (en kg par tonne de produit)	G4-EN23	4,9	4,0	28
<b>Gouvernance en matière de durabilité environnementale</b>				
Sites de production certifiés ISO 14001 (en % du total des sites de production)		91,0	92,0	n/a
<b>Droits de l'Homme et conformité</b>				
Nombre total de rappels de produits ou d'incidents de non-conformité significatifs	G4-PR2	10	12	n/a
Nombre d'évaluations de l'impact sur les droits de l'Homme réalisées	G4-HR9	1	1	34
Nombre d'employés ayant reçu une formation sur les droits de l'Homme		13793	7485	34
<b>Nos collaborateurs</b>				
Total des effectifs (nombre de collaborateurs) <sup>(a)</sup>		333214	339456	5
Pourcentage total d'employés nouvellement recrutés <sup>(p)</sup>	G4-LA1	10,7	10,3	n/a
Pourcentage total de renouvellement du personnel <sup>(p)</sup>	G4-LA1	11,1	11,7	n/a
Lacunes CARE identifiées concernant l'intégrité dans les relations d'affaires et les RH <sup>(q)</sup>		146	32	36
Dont: mineures		130	32	36
majeures		16	0	36
critiques		0	0	36
Accidents et maladies avec arrêt de travail (par millions d'heures travaillées) (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(m)</sup>	G4-LA6	2,34	2,35	37
Taux total d'accidents et de maladies enregistrables (par millions d'heures travaillées) (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(m)</sup>	G4-LA6	4,10	3,98	37
Nombre total d'accidents mortels (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(m)</sup>	G4-LA6	12	5	37
Nombre moyen d'heures de formation par an, par employé et par catégorie <sup>(r)</sup>	G4-LA9	23,0	28,8	39
Postes de cadres occupés par des femmes (%) <sup>(p)</sup>	G4-LA12	31,1	33,7	37
Membres du Comité de direction local originaires du pays dans les pays en développement (%) <sup>(s)</sup>	G4-EC6	52,0	56,4	n/a

(a) Coentreprises non incluses.

(b) Inclut la part de Nestlé dans les résultats nets des entreprises.

(c) Etendue de l'évaluation 2014: 73,8% du volume total des ventes de Nestlé. Nous évaluons nos produits à l'aune des critères de la Nestlé Nutritional Foundation, basés sur des recommandations scientifiques et de santé publique (de l'OMS, de l'Institute of Medicine (IOM) et autres).

(d) Sur la base des rapports d'environ 75% des équipes de développement de produits dans le monde. Les produits peuvent avoir en même temps une quantité moindre d'un ingrédient et une quantité plus importante d'un autre.

(e) Dans le programme 60/40+, les produits sont testés auprès de panels de consommateurs et au moins 60% d'entre eux doivent préférer le produit Nestlé à celui du concurrent. Cet indicateur de performance clé reflète le caractère dynamique du programme. Les résultats des évaluations sont valables pendant trois ans au maximum, à condition que tous les paramètres restent les mêmes.

(f) Sont exclus les aliments pour animaux de compagnie et, uniquement pour les

Etats-Unis, *Dreyer's* et les marques sous licence *Häagen-Dazs* et *California Pizza Kitchen*.

(g) Le chiffre de 2014 concerne le monde entier. Le chiffre de 2013 concerne les 28 pays de l'UE ainsi que la Norvège, la Suisse, la région Adriatique, l'Ukraine et la Moldavie. Sont exclus les cafés, les thés, les eaux, les produits pour Nestlé Professional, les chocolats à offrir, les assaisonnements, les aliments pour animaux domestiques, Nestlé Health Science et Nestlé Nutrition.

(h) Produits vendus en portions individuelles et atteignant ou dépassant les critères de profil de la Nestlé Nutritional Foundation, OU vendus avec/ via un dispositif délivrant une portion atteignant ou dépassant les critères de profil de la Nestlé Nutritional Foundation, OU vendus aux aidants et soignants avec des instructions détaillées sur l'adaptation des portions à l'évolution des besoins nutritionnels. Il s'agit pour le moment seulement d'un sous-ensemble du portefeuille de produits avec des recommandations spécifiques.

(i) Le total des UGS recalculé à des fins de plus grande précision n'inclut désormais que les UGS actuelles.

(j) Ce pourcentage reflète la conformité annuelle de Nestlé au seuil plus strict de 35% de public visé constitué d'enfants, tel que redéfini en septembre 2011.

(k) Sur la base d'audits internes et externes. Les audits internes sont réalisés par des auditeurs basés au siège (Nestlé Group Audit) et dans les différents pays (Nestlé Market Audit). Les audits externes ont été réalisés par Bureau Veritas.

(l) Nous suivons les critères de commercialisation des substituts du lait maternel de FTSE4Good, selon lesquels les pays sont considérés à haut risque s'ils affichent, chez les enfants de moins de cinq ans, un taux de mortalité de plus de dix pour 1000 ou un taux de malnutrition aiguë supérieur à 2%. Tous les autres pays sont considérés comme des pays à risque modéré.

(m) Coentreprises incluses.

(n) Chiffres 2013 actualisés en raison de certaines de nos grandes entreprises ayant fourni des données environnementales pour la première fois

en 2013, mais n'ayant pas à ce moment-là de données de consommation liées aux matériaux d'emballages.

(o) Différences par rapport à 2013 dues à la modification des coordonnées des fabriques, à la clarification des limites des zones protégées et de la vente de trois fabriques.

(p) Couvre les employés de Nestlé inscrits dans le système des RH (environ 85% de l'ensemble des employés).

(q) Notre programme mondial d'audit externe CARE est réalisé par trois sociétés d'audit et vérifie que tous les employés et les sites que nous détenons ou exploitons respectent la législation locale, nos *Principes de conduite des affaires* et notre *Code de conduite professionnelle*. Les audits ont lieu tous les trois ans.

(r) Couvre environ 80% de l'ensemble des employés selon les données saisies manuellement par les marchés et les données du système de formation.

(s) Couvre tous les employés de Nestlé, y compris ceux des coentreprises.

# Table des matières

- 2 Message de notre Président et de notre Administrateur délégué  
4 Création de valeur partagée chez Nestlé  
6 Nos engagements
- 8  **Nutrition**  
Découvrez comment les efforts de Nestlé en matière de nutrition permettent d'améliorer la qualité de vie de nos consommateurs
- 19  **Développement rural**  
Découvrez nos travaux auprès des cultivateurs et des communautés productrices
- 23  **Eau**  
Découvrez notre nouvel engagement sur la gestion de l'eau, ainsi que nos objectifs
- 28  **Durabilité environnementale**  
Découvrez comment nous entendons améliorer la performance environnementale de nos produits
- 34  **Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité**  
Découvrez nos plans d'action pour nos chaînes d'approvisionnement en cacao et noisettes, et nos travaux sur l'évaluation de l'impact sur les droits de l'Homme
- 40 Nos engagements avec les parties prenantes  
42 Pertinence  
44 Récapitulatif de nos engagements

## Rapports complémentaires



Rapport annuel 2014



Rapport sur le Gouvernement d'entreprise 2014  
Rapport de rémunération 2014  
Rapports financiers 2014

## Page de couverture

Ramón Malé Calcó, originaire d'Espagne, est chef technicien pour la ligne d'embouteillage de la fabrique *Nescafé Dolce Gusto* à Schwerin, en Allemagne. Il fait partie des 10 000 jeunes que Nestlé prévoit d'engager en Europe d'ici 2016 via le programme «Nestlé needs YOUth». Cette initiative, qui inclura aussi 10 000 stagiaires et apprentis de moins de 30 ans, est conçue pour attirer les jeunes talents dont nous allons avoir besoin pour développer nos activités.

# Faits marquants 2014

---

## 98%

Fin 2014, 98% de nos produits pour enfants remplissaient tous les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> applicables aux enfants.

---

## 73

Notre programme mondial «Nestlé Healthy Kids» a bénéficié à plus de 7,6 millions d'enfants dans 73 pays en 2014.

---

## Top 3

Nous sommes classés dans le top 3 des sociétés de produits alimentaires et boissons de l'indice Access to Nutrition.

---

## 73%

Nous avons audité 8700 de nos 10000 fournisseurs de niveau 1 et constaté que 73% respectent totalement notre Code de conduite.

---

## FTSE4Good

Nous restons le seul fabricant de lait infantile à faire partie de l'indice d'investissement responsable FTSE de par notre performance en matière de droits de l'Homme, droit du travail, commercialisation responsable des substituts du lait maternel, etc.

---

## Leader

Nous sommes numéro 1 de l'édition 2014 «La face cachée des marques», une évaluation de l'organisation caritative Oxfam portant sur les efforts d'amélioration de la sûreté alimentaire déployés par dix géants de l'agroalimentaire.

---

## 38%

Volume de catégories hautement prioritaires de matières premières traçables jusqu'à la source d'origine primaire.

---

## 52%

Nous avons réduit de 52% les rejets d'eau par tonne de produit depuis 2005.

---

## 72

En 2014, 72 fabriques ont atteint zéro déchets pour élimination définitive.

---

## 12 458

En 2014, nous avons sensibilisé 12 458 producteurs aux problèmes du travail des enfants.

---

## 11 832

«Nestlé needs YOUth» a aidé 11 832 jeunes européens à trouver des opportunités d'emploi ou d'apprentissage en 2014.

---

## 26%

La consommation énergétique par tonne de produit a été réduite de 26% depuis 2005.

<sup>1</sup> Les critères de la Nestlé Nutritional Foundation sont basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires de santé publique, telles que celles de l'Organisation mondiale de la Santé, de l'Institute of Medicine et d'autres instances mondiales ou locales. Nos produits sont évalués à l'aune de ces critères sur la base du Système des profils nutritionnels de Nestlé qui détermine leur valeur nutritionnelle et s'ils remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation.

# Message de notre Président et de notre Administrateur délégué

**Nous avons le plaisir de vous présenter notre rapport 2014 sur la Création de valeur partagée, qui inclut une évaluation des défis auxquels nous sommes confrontés et des progrès accomplis quant à nos engagements sociétaux. Il souligne notre conviction selon laquelle une entreprise qui veut assurer son succès à long terme et créer de la valeur pour ses actionnaires doit créer de la valeur pour la société. Chacun de nos engagements repose sur nos convictions et non sur la facilité. Le respect des personnes, des cultures, de l'environnement et de l'avenir du monde dans lequel nous vivons est la base de la Création de valeur partagée.**

Ces engagements servent des objectifs internes et externes. Ils guident nos communications externes, mais aussi nos dirigeants et les employés de Nestlé dans les Unités d'affaires, les Zones et les Marchés pour déployer des efforts collectifs en vue d'atteindre ces objectifs spécifiques. Ils tiennent également compte des perspectives de nos parties prenantes. Nous rencontrons régulièrement des ONG, universitaires, organismes multilatéraux, gouvernements, etc., pour entendre leurs critiques et encouragements, un dialogue qui fait fructifier notre travail.

Les questions judicieuses de nos actionnaires sur nos engagements sociétaux et la façon dont ils renforcent nos activités sont également utiles. La raison en est que notre ambition de leadership en matière de Nutrition, Santé et Bien-être est au cœur de notre stratégie d'entreprise et notre raison d'être. La santé et le bien-être des gens nous tiennent à cœur et nous investissons pour l'avenir via notre réseau de centres de recherche, le Nestlé Institute of Health Sciences, Nestlé Health Science et la nouvelle société Nestlé Skin Health. Nos consommateurs veulent des connaissances nutritionnelles approfondies et avoir accès à des aliments et boissons plus sains et savoureux, et c'est aussi ce dont la société a besoin.

Par ailleurs, l'eau est une composante essentielle d'une bonne nutrition, un droit humain et le pivot de la sécurité alimentaire. Nous encourageons activement une bonne hydratation à tout âge tout en cherchant à réduire notre consommation d'eau dans nos activités, et nous défendons l'intégration d'un objectif spécifique sur l'eau dans l'agenda de développement post-2015. Notre nouvelle fabrique de produits laitiers Cero Agua au Mexique, qui a un impact positif sur l'eau, symbolise cet engagement et notre volonté



**Peter Brabeck-Letmathe lors du Forum sur la Création de valeur partagée 2014**

Peter Brabeck-Letmathe, Président de Nestlé, accueillant des invités de gouvernements, d'universités, de la société civile et d'entreprises au 6<sup>e</sup> Forum sur la Création de valeur partagée en Suisse, co-organisé avec la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement.



**Paul Bulcke en visite au Food Safety Institute de Pékin**

Paul Bulcke, Administrateur délégué de Nestlé, en visite à Pékin en mars 2014 pour inaugurer le Nestlé Food Safety Institute, qui travaille en collaboration avec les autorités en vue d'aider à fournir les bases scientifiques nécessaires pour établir des politiques et des normes de sûreté alimentaire.

de déployer des technologies nouvelles et des méthodes innovantes pour atteindre ce but. L'eau est une opportunité d'affaires, un défi opérationnel et un enjeu de société qui nous concerne tous. Comme nous l'avons souvent répété, nous manquerons d'eau bien avant de manquer de pétrole.

De même, le développement rural, nos travaux auprès des producteurs et nos Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable (LDAR) aident à bâtir des communautés agricoles durables, mais aussi à répondre aux interrogations de nos consommateurs sur l'origine de leur nourriture. Nos efforts en matière de développement rural permettent d'assurer la qualité et la quantité de l'approvisionnement de nos principales catégories et d'augmenter l'attractivité de l'activité agricole pour de futures générations.

Nous continuons d'honorer activement nos engagements de durabilité environnementale et sociale, ce qui est nécessaire pour l'exploitation de nos fabriques, pour une croissance et un développement durables des communautés et pays où nous opérons. Notre engagement en faveur de l'emploi des jeunes, l'initiative «Nestlé needs YOUth», permet de renforcer et de développer les compétences et l'employabilité des jeunes en Europe. Ce programme sera bientôt déployé dans le monde entier.

Chez Nestlé, la Création de valeur partagée est notre façon d'opérer et est ancrée dans notre approche de management globale. Nous attendons de nos dirigeants et de nos employés qu'ils intègrent les opportunités commerciales et les besoins de la société. Ce processus est facilité par des outils de gestion internes, dont un outil relatif au portefeuille stratégique qui évalue nos marques à l'aune des objectifs financiers et nutritionnels, un processus de dépenses en capital incluant des indicateurs sociétaux et un Cadre de développement rural qui sonde les besoins des producteurs et communautés productrices de cacao, café et produits laitiers pour nous aider à mieux cibler nos efforts et nos investissements. Notre défi est de trouver une méthode cohérente pour mesurer la valeur commerciale de la Création de valeur partagée et d'évaluer les impacts sur la société et pas seulement les activités. Nous continuerons de développer notre stratégie à cet égard en 2015.

Accompagnez-nous sur la voie de la Création de valeur partagée, axée sur les activités à long terme, qui lie intimement les succès de la société et ceux de l'activité économique et qui suscite une action collective plus efficace pour relever les défis les plus préoccupants de notre société. Face au double fardeau de la malnutrition, à la rareté de l'eau,

à la production durable, aux changements climatiques, aux droits de l'Homme, etc., il nous faut améliorer le dialogue, l'engagement et les partenariats.

Cette année encore, nous avons ajouté de nouveaux engagements dans les domaines du marketing responsable vis-à-vis des enfants, de la lutte contre la corruption et des mécanismes de réclamation interne et externe. Nous réaffirmons également notre soutien au Pacte mondial des Nations Unies, en tant que membre fondateur du Global Compact LEAD – une importante plateforme pour le leadership des entreprises en matière de durabilité. Nous attendons avec impatience vos commentaires sur nos engagements et ce rapport.



**Peter Brabeck-Letmathe**  
Président



**Paul Bulcke**  
Administrateur délégué

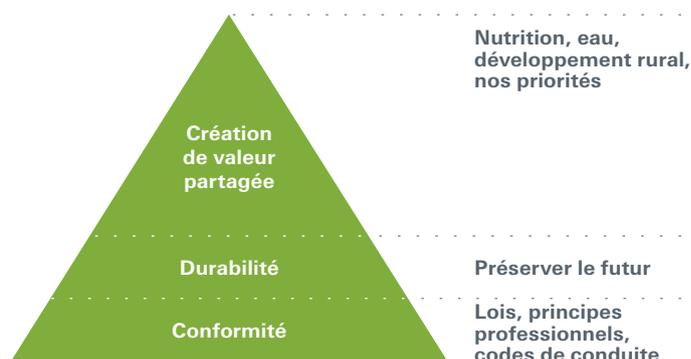
# Création de valeur partagée chez Nestlé

Fondée il y a près de 150 ans sur le succès d'une farine pour nourrissons capable de sauver des vies, Nestlé est devenue un leader mondial de la Nutrition, de la Santé et du Bien-être. Notre croissance nous a permis d'améliorer la vie de millions de personnes, grâce à nos produits et services, mais aussi grâce aux emplois, à nos réseaux de fournisseurs et à notre contribution à l'économie mondiale. Le revenu de 4,1 millions de familles, dont de nombreuses petites exploitations dans des pays en développement, dépend de Nestlé. En 2014, nous avons soutenu les moyens de subsistance de 695 000 producteurs et employé directement 339 456 personnes. Le total des salaires et charges sociales du Groupe a représenté environ CHF 16 milliards et nous avons versé des impôts de CHF 2 859 millions.

Cette création de valeur n'est pas qu'une condition de la réussite commerciale. En tant que leader mondial, nous avons le devoir d'agir de manière responsable, mais aussi la possibilité de créer une valeur positive durable pour la société. C'est ce que nous appelons la Création de valeur partagée, qui fait partie intégrante de notre approche de management globale dans toutes nos activités.

Notre ambition est d'être le leader de la Nutrition, de la Santé et du Bien-être. Face à la croissance démographique et à la hausse des défis de santé, la valeur intrinsèque de notre programme nutritionnel va continuer d'augmenter. C'est pourquoi la Nutrition, la Santé et le Bien-être sont au cœur de la Création de valeur partagée. Par ailleurs, l'eau et le développement rural, des enjeux cruciaux pour la société, font partie de nos priorités et représentent à la fois des opportunités d'affaires et des défis opérationnels. Dans le même temps, nous nous devons de préserver les ressources naturelles rares. Grâce à nos engagements en matière de durabilité sociale et environnementale, nous continuons de contribuer à la solution à long terme. Découvrir de meilleurs moyens de collaborer et d'assurer l'action collective est essentiel pour relever les défis les plus critiques de la société et optimiser la valeur partagée que nous pouvons créer.

## Création de valeur partagée



Notre performance 2014 dans le cadre de ces indices de premier plan en matière d'environnement et de durabilité montre nos progrès au niveau des engagements pris :

**Indice Carbon Disclosure Leadership** – En octobre 2014, nous avons reçu un prix Climate Disclosure Leadership Index de l'agence de notation du développement environnemental CDP grâce à un score de 96 sur 100.

**Carbon Disclosure Project Water** – Le programme CDP Water encourage la gestion durable de l'eau au sein des entreprises. L'action de Nestlé a été notée pour la première fois en 2014. Nous avons obtenu la note «Leadership», avec un score maximal de 20, et nos engagements en matière de stratégie de l'eau et de politique publique ont été reconnus.

**Dow Jones Sustainability Indices** – Les indices de Durabilité Dow Jones mesurent la performance des leaders mondiaux de la durabilité. En 2014, nous avons conservé notre score de 88, qui nous classe deuxième de notre industrie.

**FTSE4Good** – FTSE4Good, dans lequel Nestlé reste incluse, mesure la performance d'entreprises répondant à des normes de responsabilité d'entreprise mondialement reconnues.

**«La face cachée des marques» Oxfam** – En 2014, Nestlé a été de nouveau désignée numéro 1 de l'évaluation d'Oxfam «La face cachée des marques», qui évalue les dix géants mondiaux de l'agroalimentaire sur sept thèmes, dont les femmes dans la chaîne d'approvisionnement, les agriculteurs et les droits fonciers.

**CHF 91,6 milliards**  
Chiffre d'affaires du Groupe



**Plus d'un milliard**  
Portions consommées chaque jour



**4,1 millions**  
Familles dont les moyens de subsistance dépendent de nous



**339 456**  
Employés



**Création de  
valeur partagée**

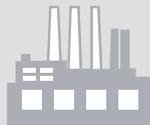
**CHF 16 milliards**  
Total des salaires et charges sociales du Groupe



**695 000**  
Producteurs travaillant directement pour Nestlé



**442**  
Fabriques dans le monde



**CHF 2859 millions**  
Impôts versés en 2014



# Nos engagements

**Nos engagements sont directement liés aux questions pertinentes que nous traitons (voir page 42). Ils favorisent l'amélioration continue et nous engageant vis-à-vis de nos parties prenantes. Certains intitulés d'engagement ont été modifiés par rapport à l'année dernière, pour plus de clarté et de transparence, mais les ambitions sous-jacentes restent les mêmes.**

Consultez le rapport complet pour de plus amples détails sur notre stratégie, nos politiques et procédures sur [www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)



## Nutrition

**Asseoir notre leadership en matière de savoir sur la nutrition des enfants**

**Etre à la tête du secteur dans la recherche sur la nutrition et la santé via des collaborations**

**Offrir des produits équilibrés au plan nutritionnel pour les enfants**

**Aider à réduire le risque de sous-nutrition par l'enrichissement en micronutriments**

**Réduire le sodium (sel) dans nos produits**

**Réduire le sucre dans nos produits**

**Réduire les graisses saturées et supprimer les graisses trans dans nos produits<sup>2</sup>**

**Encourager la consommation de céréales complètes et de légumes**

**Fournir des informations et conseils nutritionnels sur toutes nos étiquettes**

**Fournir des recommandations concernant les portions**

**Promouvoir des régimes alimentaires et modes de vie sains, dont l'activité physique**

**Promouvoir une bonne hydratation dans le cadre d'une saine hygiène de vie**

**Proposer des programmes de formation pour de bonnes pratiques alimentaires**

**Garantir une communication marketing responsable pour les enfants**

**Commercialiser les substituts du lait maternel de manière responsable**



Page 8



## Développement rural

**Déployer le Cadre de développement rural pour comprendre les besoins des producteurs**

**Établir une chaîne d'approvisionnement responsable**

**Déployer le *Nestlé Cocoa Plan* auprès des producteurs de cacao**

**Déployer le *Nescafé Plan* auprès des producteurs de café**



Page 19

<sup>2</sup> Cet engagement porte sur les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées dans nos produits.



## Eau

**Améliorer l'efficacité et la durabilité de l'eau dans toutes nos activités**

**Prôner des politiques et une gestion de l'eau efficaces**

**Assurer un traitement efficace des eaux usées**

**Dialoguer avec les fournisseurs, en particulier dans le secteur agricole**

**Sensibiliser à l'importance de la préservation de l'eau et améliorer l'accès à l'eau et l'assainissement dans notre chaîne de valeur**



## Durabilité environnementale

**Améliorer l'efficacité des ressources dans nos activités**

**Améliorer la performance environnementale de nos emballages**

**Evaluer et optimiser l'impact environnemental de nos produits**

**Faire preuve de leadership dans la lutte contre le changement climatique**

**Préserver les richesses naturelles, notamment les forêts**

**Fournir des informations significatives et exactes sur l'environnement, et dialoguer**



## Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

**Evaluer l'impact sur les droits de l'Homme dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement**

**Eradiquer le travail des enfants lié aux matières premières clés**

**Garantir que tous les collaborateurs et parties prenantes puissent facilement signaler d'éventuelles infractions de conformité**

**Lutter contre la corruption et les pots-de-vin**

**Garantir que toutes les unités de Nestlé disposent des systèmes de base de protection de la sécurité et de la santé pour tous les collaborateurs**

**Améliorer la parité hommes-femmes au sein de nos effectifs**

**Offrir 20 000 opportunités d'emploi à des jeunes de moins de 30 ans chez Nestlé en Europe**

**Garantir la formation de nos collaborateurs en matière de Création de valeur partagée, nutrition (Nutrition Quotient NQ) et durabilité environnementale**



Page 23



Page 28



Page 34

Notre ambition est d'être le leader de la Nutrition, de la Santé et du Bien-être. Nos engagements mondiaux sur la recherche, la reformulation de produits et l'innovation, l'étiquetage nutritionnel, le marketing responsable vis-à-vis des enfants et la promotion de modes de vie sains contribuent à garantir une mise en œuvre efficace.

 Pour tous les objectifs, nous entendons tenir notre engagement d'ici le 31 décembre de l'année indiquée.

## Notre engagement

Asseoir notre leadership en matière de savoir sur la nutrition des enfants

### Notre objectif

**D'ici 2016** – Lancer de vastes projets de recherche dans au moins dix pays, dont les Etats-Unis, le Mexique, la Chine et la Russie, pour approfondir la compréhension sur la nutrition des enfants et informer sur notre propre développement de produits et services.<sup>3</sup>

### Nos progrès

Notre nouvel engagement concernant la réalisation d'études dans au moins dix pays – dans le but de comprendre les apports nutritionnels des enfants, leurs habitudes alimentaires et les facteurs de mode de vie qui y sont liés – s'appuie sur le succès de la Nestlé Feeding Infants and Toddlers Study (FITS), déjà menée deux fois aux Etats-Unis et, à différentes échelles, dans cinq autres pays. Nous avons entamé un troisième cycle de recherche sur le terrain aux Etats-Unis et nous analysons les données du Mexique et de la Chine où nous avons aussi étudié la nutrition maternelle.

La Kids Nutrition and Health Study, qui analyse le régime alimentaire d'enfants de quatre à douze ans, est en cours aux Etats-Unis, au Mexique et en Chine. Nous nous engageons dans un certain nombre d'autres pays à mettre en place d'autres études avec nos parties prenantes. En 2014, des résultats d'études ont été présentés lors de plusieurs congrès internationaux et conférences de professionnels de la santé et nous avons renforcé nos travaux d'innovation pour développer de nouveaux produits suite à ces résultats.

### Nos perspectives

Nous entendons fournir des produits, informations et formations qui aident les parents à garantir la croissance et le développement sains de leurs enfants. Outre les apports et comportements alimentaires, nos recherches explorent les dynamiques familiales en matière d'alimentation et les principaux modes de vie des enfants, tout en documentant leur taille et leur poids. Elles sont à la base de la formulation de nos produits, de notre communication aux clients et de nos programmes de formation.

Nos recherches et nos collaborations avec des experts locaux dans le monde offrent un vaste potentiel d'apprentissage, mais constituent aussi des défis importants, notamment pour connaître en détail les habitudes alimentaires des enfants, aspect difficile à consigner et potentiellement sensible. Nous continuons également de partager les résultats de nos recherches, via le Nestlé Nutrition Institute, avec plus de 240 000 leaders d'opinion en matière de santé publique, membres d'organisations tierces et pédiatres afin d'en optimiser les bénéfices.

## Notre engagement

### Etre à la tête du secteur dans la recherche sur la nutrition et la santé via des collaborations

#### Nos objectifs

**D'ici 2016** – Poursuivre le développement et l'intégration des capacités en nutrition moléculaire et des stratégies cliniques du Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) et de l'Unité de développement clinique Nestlé en vue d'améliorer la prise en charge des maladies via des solutions nutritionnelles.

**D'ici 2016** – Recentrer les activités du Centre de Recherche Nestlé (CRN) autour de cinq plateformes clés où nous pouvons faire la différence: vieillir en bonne santé, plaisir sain, 1000 premiers jours de la vie et «Nestlé Healthy Kids», nutrition durable, sûreté alimentaire et intégrité.

#### Nos progrès

En janvier 2014, le NIHS a signé un accord à long terme avec une société de développement de technologies basées sur les cellules souches, Cellular Dynamics International (CDI), aux Etats-Unis. Il aura ainsi accès à des produits cellulaires issus de cellules souches adultes non embryonnaires (iPSC)<sup>4</sup> pour soutenir les programmes de recherche sur le maintien de la santé et la prévention de maladies comme le diabète et l'obésité.

De plus, Nestlé a conclu en 2014 un partenariat stratégique avec l'Agency for Science, Technology and Research (A\*STAR) du gouvernement de Singapour, afin de mettre en place des programmes de recherche mondiaux en sciences et technologies alimentaires.

Aujourd'hui, les équipes de recherche du CRN se concentrent sur cinq programmes: sûreté alimentaire et intégrité, 1000 premiers jours de la vie et «Nestlé Healthy Kids», vieillir en bonne santé, plaisir sain et nutrition durable.

Fin 2014, le CRN comptait 33 essais cliniques en cours, dont 10 mandatés par le CRN et 23 mandatés par les activités Nestlé et gérés par le CRN.

#### Nos perspectives

Il nous incombe d'utiliser notre savoir et nos capacités de recherche et développement pour influencer positivement sur la société. En investissant dans l'innovation et en mettant à profit la recherche de pointe, nous entendons forger un nouveau secteur à mi-chemin entre les domaines alimentaire et pharmaceutique, basé sur des traitements nutritionnels sûrs et offrant des bénéfices importants sur la qualité de vie, avec une valeur clinique et économique prouvée pour la santé. Nestlé Health Science veut faire progresser le rôle de la thérapie nutritionnelle pour modifier la gestion de la santé des consommateurs, des patients et de nos partenaires du secteur de la santé. Néanmoins, traduire la recherche scientifique en un produit commercialement viable est un processus long et complexe. L'un des défis porte sur la définition des aliments, c.-à-d. des aliments spécialement formulés pour la prise en charge alimentaire de patients atteints de maladies présentant des exigences nutritionnelles spécifiques. A cet égard, il reste encore beaucoup de questions qui ont une influence décisive sur les allégations, l'étiquetage et la commercialisation des produits.



#### Les premiers pas vers des vitamines sur mesure

Pour comprendre les relations moléculaires entre les nutriments et leurs effets sur des patients à diverses étapes de leur vie, le NIHS et la Waters Corporation (Massachusetts, Etats-Unis) collaborent sur un projet de recherche d'avant-garde qui pourrait donner naissance à des associations de vitamines sur mesure pour répondre aux besoins de chacun. Ce partenariat vise à développer de nouveaux tests pour mesurer la quantité de vitamines dans les fluides corporels (sang et urine). Ces outils permettront de déterminer et de satisfaire les besoins spécifiques en nutriments d'individus et de groupes.

3 La Russie a remplacé la France dans les pays concernés par cet objectif.

4 Nestlé n'effectue aucune recherche à base de cellules souches embryonnaires humaines.

### Notre engagement

#### Offrir des produits équilibrés au plan nutritionnel pour les enfants

##### Nos objectifs

**D'ici 2014** – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>5</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> applicables aux enfants, basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires, notamment celles de l'OMS et de l'Institute of Medicine.

**D'ici 2015** – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>5</sup> continuent de remplir tous les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> applicables aux enfants.

##### Nos progrès

Fin 2014, 98%<sup>6</sup> de nos produits pour enfants remplissaient tous les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> applicables aux enfants (2013: 96%). Nous avons continué de travailler avec des scientifiques de renom pour évaluer la solidité et l'étendue de ces critères. Parmi les produits reformulés en 2014 pour répondre à ces critères figurent la crème dessert *Milkybar* (40% de graisses saturées en moins, lancement en 2015), les bâtonnets glacés *Pirulo* (35% de sucre en moins) et le yaourt *Mio* (18% de sucre en moins).

A partir de janvier 2015, tous nos produits pour enfants seront fabriqués de façon à remplir les critères de la Nestlé Nutritional Foundation.

##### Nos perspectives

Nous entendons contribuer à améliorer l'environnement alimentaire des enfants en évaluant tous les produits pour enfants<sup>5</sup> à l'aune des recommandations internationales de santé publique, comme celles de l'OMS et de l'IOM.

Nous fabriquons et vendons des produits dans de nombreux pays. Cela engendre des défis scientifiques en termes de nutrition et de santé publique, mais aussi des défis pour notre propre Système des profils nutritionnels, qui doit refléter les changements de priorités de santé publique. Autre difficulté majeure, la saisie et le suivi précis dans un seul système informatique du développement de toutes nos recettes dans le monde. Or, notre portefeuille de produits continuant d'évoluer et plus d'un milliard de portions Nestlé étant consommées chaque jour, la tâche est colossale et continue.



#### Réduction du sucre dans les produits en poudre Nestlé Nesquik

Depuis 2014, les produits en poudre Nesquik de la gamme mondiale ont vu leur teneur en sucre significativement réduite de 1200 tonnes pour remplir les critères de la Nestlé Nutritional Foundation, mais ils restent le premier choix des consommateurs. Le principal défi était de diminuer la quantité de sucre et de veiller à ce que les produits conservent la faveur des consommateurs, résultat atteint en remplaçant le sucre par du cacao. Le processus se poursuit en 2015 avec de nouvelles solutions techniques nous permettant de réduire encore sensiblement la teneur en sucre.

### Notre engagement

#### Aider à réduire le risque de sous-nutrition par l'enrichissement en micronutriments

##### Nos objectifs

**D'ici 2016** – Atteindre les 200 milliards de portions d'aliments et de boissons enrichis en micronutriments servies annuellement dans le monde, en vue de résoudre le problème des carences en micronutriments, notamment chez les enfants et les femmes en âge de procréer.

**D'ici 2015** – Développer des cultures biofortifiées et lancer de nouveaux produits sur les marchés clés afin d'élargir notre portefeuille de produits enrichis et d'en faire profiter les communautés productrices locales.

##### Nos progrès

En 2014, nous avons continué de nous rapprocher de nos objectifs, distribuant 183 milliards de portions de produits enrichis dans le monde (2013: plus de 167 milliards). Nous avons étendu notre approche de microenrichissement aux enfants et femmes en âge de procréer (p. ex. céréales enrichies pour nourrissons et laits de croissance).

Nous continuons de développer et tester des variétés biofortifiées de cultures de base en collaboration avec des instituts de recherche agricole dans plusieurs pays. Les travaux actuels sont axés sur la mise en place de chaînes d'approvisionnement pour garantir que ces cultures soient disponibles en quantités commerciales. En 2014, nous nous sommes concentrés sur quatre denrées biofortifiées prometteuses: maïs, blé, patate douce et riz.

**98%**<sup>6</sup> de nos produits pour enfants<sup>5</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation pour le sodium



### Nos perspectives

Nestlé s'engage à aider à combler les carences en micronutriments par l'enrichissement d'aliments et de boissons nutritifs et abordables. En développant de nouvelles variétés d'aliments de base biofortifiés, nous améliorons la teneur nutritionnelle de nos produits et luttons contre les carences en micronutriments dans les communautés locales. Ce processus complexe peut prendre plusieurs années, car il faut tester le rendement des cultures dans différentes conditions climatiques et leur résistance aux maladies, puis faire valider les propriétés nutritionnelles de ces nouvelles variétés. La nouvelle culture doit ensuite être approuvée aux fins de distribution par les instances gouvernementales compétentes et il faut assurer un approvisionnement stable de semences de grande qualité. De plus, les cultivateurs peuvent avoir besoin de formation et de soutien pour obtenir de bons résultats. Il reste essentiel de trouver des moyens pour mesurer l'impact de nos aliments biofortifiés.

### Notre engagement

#### Réduire le sodium (sel) dans nos produits

##### Nos objectifs

**D'ici 2014** – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>5</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> pour le sodium afin d'encourager une réduction du sel dans l'alimentation des enfants.

**D'ici 2016** – Réduire encore de 10% la teneur en sel de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup>, pour une réduction progressive du sel même dans les produits les plus complexes de notre portefeuille.



#### Réduction du sel dans la soupe tomates-mozzarella

Nous avons réduit de 34% la teneur en sel de la soupe tomates-mozzarella Maggi vendue en Allemagne. L'objectif était de ne pas affadir le goût. Pour ce faire, nos experts de R&D ont sélectionné et optimisé les meilleurs ingrédients pour rééquilibrer le profil gustatif. Parallèlement, ils ont réduit la teneur en sucre de 36% et en graisses saturées de 53%. La nouvelle recette a convaincu les consommateurs (score de 66/34), 66% préférant notre produit à celui de notre concurrent. Celui-ci devrait être relancé en juin 2015.

### Nos progrès

En 2014, 98%<sup>6</sup> de nos produits pour enfants<sup>5</sup> remplissaient les critères de la Nestlé Nutritional Foundation pour le sodium (2013: 96%).

Nous avons évalué l'ensemble de nos produits à l'aune des critères de la Nestlé Nutritional Foundation pour le sodium et nous avons réduit la teneur en sodium de 4,7% au total. Nous cherchons des solutions possibles pour les produits qui ne remplissent actuellement pas les critères requis.

Nous avons déjà relancé beaucoup de produits à teneur en sel réduite, dont:

- Spaghettis à la bolognaise «Fix» Maggi en Allemagne (17% de sodium en moins);
- Papillotes de poulet à l'ail et papillotes de poulet au paprika Maggi en Russie (respectivement 12% et 19% de sodium en moins);
- Gamme de soupes Maggi en Autriche (14,5% à 22,5% de sodium en moins); et
- Lasagnes aux légumes Stouffer's aux Etats-Unis (19% de sodium en moins).

### Nos perspectives

Le sodium est un minéral essentiel, mais l'excès de sel dans notre alimentation provient du sel ajouté lors de la fabrication, de la préparation en cuisine ou à table. En 2013, nous nous sommes engagés à accélérer le processus de réduction du sel de tous nos produits salés pour soutenir l'objectif de l'OMS (pas plus de 5g de sel par personne et par jour) d'ici 2025. Cela représente cependant un défi technique pour certains produits, car outre l'assaisonnement, le sel est important pour la préservation et la texture des aliments.

De plus, cette réduction ne doit pas inciter les consommateurs à ajouter du sel ou à choisir d'autres produits plus salés. C'est pourquoi nous suivons une approche progressive tout en optimisant les associations d'ingrédients pour favoriser le goût.

- 1 Les critères de la Nestlé Nutritional Foundation sont basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires de santé publique, telles que celles de l'Organisation mondiale de la Santé, de l'Institute of Medicine et d'autres instances mondiales ou locales. Nos produits sont évalués à l'aune de ces critères sur la base du Système des profils nutritionnels de Nestlé qui détermine leur valeur nutritionnelle et s'ils remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation.
- 5 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 12 ans, ou conçus pour ou perçus comme étant conçus pour cette tranche d'âge.
- 6 Nous avons identifié tous les produits des 2% restants, qui se trouvent à différentes étapes dans le processus d'approbation et/ou d'enregistrement au niveau du marché avant le lancement du produit.

Il y a plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans au moins **95%** de nos portions de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>5</sup> et adolescents<sup>8</sup>



## Notre engagement

### Réduire le sucre dans nos produits

#### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Réduire à 9 g ou moins la teneur en sucre de chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>5</sup> ou adolescents<sup>8</sup> afin de promouvoir la réduction du sucre dans l'alimentation des enfants.

**D'ici 2016** – Réduire encore de 10% la teneur en sucre de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup>, pour une amélioration continue même au niveau des produits les plus complexes de notre portefeuille.

#### Nos progrès

Fin 2014, 98%<sup>6</sup> de nos produits pour enfants<sup>5</sup> remplissaient les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> pour le sucre (2013: 96%).

Actuellement, nous réduisons la teneur en sucre à 9g ou moins de la teneur totale en sucres par portion (30g) dans des céréales pour petit-déjeuner Nestlé, dont *Nesquik*, *Chocapic*, *Honey Cheerios*, *Lion* et *Milo*, ainsi que dans plus de quinze autres céréales pour petit-déjeuner Nestlé.

Nous avons déjà relancé d'autres produits à teneur en sucre réduite, dont:

- la gamme mondiale de produits en poudre *Nesquik* (réduction du sucre de 1200 tonnes – voir page 10); et
- le thé glacé *Belte* en Italie (18% de sucre en moins, 18% de calories en moins).

#### Nos perspectives

Les autorités de santé publique recommandent de diminuer l'apport en sucres ajoutés, notamment parce que le sucre peut remplacer d'autres aliments nutritifs essentiels. Il peut être difficile d'inciter les enfants à manger un petit-déjeuner équilibré – voire un petit-déjeuner tout court –, d'où notre stratégie progressive pour réduire le sucre, afin de changer les préférences gustatives à long terme. Réduire le sucre sans compromettre la saveur, la texture, la structure, la couleur et les propriétés de conservation peut être un gageure. Certains produits, comme le lait condensé sucré, doivent satisfaire des exigences légales de composition. Dans ces cas, nous travaillons à améliorer l'étiquetage nutritionnel et les recommandations concernant les portions.

## Notre engagement

### Réduire les graisses saturées et supprimer les graisses trans dans nos produits<sup>2</sup>

#### Nos objectifs

**D'ici 2014** – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>5</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> pour les graisses saturées afin de promouvoir une réduction des graisses saturées dans l'alimentation des enfants.

**D'ici 2016** – Réduire encore de 10% la teneur en graisses saturées de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> et supprimer les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées (HPH), pour une amélioration continue même au niveau des produits les plus complexes de notre portefeuille.

#### Nos progrès

Fin 2014, 98%<sup>6</sup> de nos produits pour enfants<sup>5</sup> remplissaient les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>1</sup> pour les graisses saturées (2013: 96%).

Environ 10% de nos produits ne remplissent pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation pour les graisses saturées. Nous nous efforçons actuellement de trouver des solutions pour certains de ces produits.

En 2014, nous avons renforcé notre politique visant à supprimer tous les acides gras trans issus d'HPH de nos aliments et boissons. Désormais, 96% des huiles que nous utilisons sont conformes à la Politique Nestlé sur les acides gras trans.

Nous avons relancé des produits à teneur en graisses saturées réduite, dont:

- le bouillon en Pologne (réduction de 13%);
- la sauce aux herbes en Allemagne (réduction de 33%);
- la soupe à l'oignon en France (réduction de 80%); et
- *Uncle Toby's Le Snak* en Australie (réduction de 34%).

#### Nos perspectives

Une alimentation saine et équilibrée doit inclure des graisses, mais un excès de graisses saturées est un facteur de risque significatif pour les maladies non transmissibles, comme les maladies cardiovasculaires. Pour certains produits, réduire les graisses saturées sans compromettre la sûreté, la texture, l'apparence et le goût est un véritable défi.

1 Les critères de la Nestlé Nutritional Foundation sont basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires de santé publique, telles que celles de l'Organisation mondiale de la Santé, de l'Institute of Medicine et d'autres instances mondiales ou locales. Nos produits sont évalués à l'aune de ces critères sur la base du Système des profils nutritionnels de Nestlé qui détermine leur valeur nutritionnelle et s'ils remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation.

2 Cet engagement porte sur les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées dans nos produits.

5 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 12 ans, ou conçus pour ou perçus comme étant conçus pour cette tranche d'âge.

6 Nous avons identifié tous les produits des 2% restants, qui se trouvent à différentes étapes dans le processus d'approbation et/ou d'enregistrement au niveau du marché avant le lancement du produit.

8 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 18 ans, dont une majorité d'adolescents.

Les informations produits sont fournies par la technologie de lecture des codes QR sur **31** marques Nestlé dans **43** pays



Les acides gras trans sont naturellement présents dans les aliments comme le lait et la viande, mais ceux que nous consommons proviennent pour la plupart d'aliments contenant des HPH (produits de boulangerie, snacks salés). Notre objectif est de mener à bien la réduction de toutes les graisses trans issues d'HPH. Nous travaillons activement avec nos fournisseurs pour acheter et développer de nouveaux ingrédients, si nécessaire.



#### Suppression des graisses trans du *Coffee-mate* liquide

En 2014, notre principal Centre de Technologie Produits a renversé les croyances établies concernant la stabilité de l'huile en reformulant la recette du *Coffee-mate* liquide. En collaboration avec notre fournisseur d'huile, nous avons réussi à remplacer l'huile de soja/coton partiellement hydrogénée par une huile de soja riche en acide oléique. Cet oléagineux était alors cultivé pour la première fois à grande échelle et industrialisé efficacement pour répondre à nos exigences de qualité. On a ainsi déjà pu remplacer complètement 16000 tonnes d'HPH par an et supprimer 6000 tonnes de graisses trans de notre produit en 2014. Et ce, sans compromis sur le goût et la satisfaction du client, ni hausse de la teneur en graisses saturées. En 2015, 26000 tonnes d'huile seront remplacées et 10000 tonnes d'acides gras trans purs seront supprimées. Ce changement sera terminé d'ici septembre 2015.

#### Notre engagement

### Encourager la consommation de céréales complètes et de légumes

#### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Garantir un meilleur contenu nutritionnel, faire en sorte qu'il y ait plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>5</sup> ou adolescents.<sup>8</sup>

**D'ici 2015** – Déployer le programme de cours de cuisine *Maggi* dans 30 pays pour promouvoir la cuisine à base de céréales complètes et de légumes.

**D'ici 2015** – Faire en sorte que 90% du portefeuille de produits *Maggi* dans le monde encouragent la cuisine maison et les repas contenant des légumes.

#### Nos progrès

Nous avons introduit plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans au moins 95% de nos portions de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>5</sup> et adolescents<sup>8</sup> (2013: 74%) et nous nous engageons à atteindre 100% d'ici 2015. Aujourd'hui, nous aidons les consommateurs à repérer les produits contenant plus de 8g de céréales complètes par portion avec une bande verte sur l'emballage.

Fin 2014, notre programme de cours de cuisine *Maggi* était proposé dans 20 pays (2013: 16). A ce jour, 73% des produits *Maggi* encouragent la cuisine maison et les repas contenant des légumes via l'emballage et les supports promotionnels (2013: 68%).

#### Nos perspectives

Céréales complètes et légumes sont essentiels à une alimentation saine, mais les gens n'en consomment pas assez. Il semblerait que neuf personnes sur dix ne suivent pas les recommandations en la matière. Nous utilisons donc des céréales complètes dans nos produits pour petit-déjeuner, et nos programmes d'innovation et de rénovation visent à accroître la teneur en céréales complètes dans nos recettes. Nous progressons en la matière, mais avec précaution afin d'assurer une amélioration progressive et durable, car l'ajout de céréales complètes influe sur tous les aspects (goût, texture, durée de conservation). Nous sommes convaincus que nous pourrions augmenter la quantité de céréales complètes de tous nos produits céréaliers pour petit-déjeuner pour enfants<sup>5</sup> ou adolescents<sup>8</sup> d'ici fin 2015. En revanche, il est difficile de savoir si nos efforts pour promouvoir les légumes se traduisent par des changements de comportement durables des consommateurs.

#### Notre engagement

### Fournir des informations et conseils nutritionnels sur toutes nos étiquettes

#### Nos objectifs

**D'ici 2016** – Faire en sorte que, dans le monde, tous nos produits alimentaires et boissons concernés<sup>9</sup> portent un étiquetage sur les Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ) sur la face avant de l'emballage, afin d'informer les consommateurs sur le contenu nutritionnel.

**D'ici 2016** – Appliquer l'étiquetage RNJ basé sur des valeurs de référence pour enfants à tous les produits conçus pour les enfants<sup>5</sup>, lorsque la réglementation l'autorise, pour permettre aux parents de faire de meilleurs choix nutritionnels pour leurs enfants.

**D'ici 2016** – Faciliter l'accès aux informations en fournissant de plus amples renseignements sur les produits et des conseils nutritionnels sur les emballages, par le biais de codes QR (Quick Response) pour smartphones.

#### Au-delà de l'étiquette

En 2013, les médias prévoyaient qu'en 2014 les Indiens et les Chinois achèteraient plus de 500 millions de smartphones, faisant de l'Inde le deuxième plus grand pays utilisateur de smartphones dans le monde. Nous souhaitons faciliter l'accès aux informations nutritionnelles et notre marque *Maggi* utilise dans cette optique les codes QR pour smartphone en Inde. *Maggi* Soups a lancé un microsite (accessible en scannant les codes QR sur l'emballage avec un smartphone) avec des recommandations sur les portions et la consommation de légumes.

<sup>9</sup> Produits consommés chaque jour en quantité significative par les humains (pas les animaux de compagnie), qui apportent des calories et dont l'emballage présente une surface suffisante pour y mentionner les RNJ.

## Nos progrès

Après avoir largement déployé l'étiquetage RNJ sur nos produits en Europe, nous élargissons désormais notre stratégie à d'autres régions. Fin 2014, 79,7% de nos produits concernés<sup>7</sup> portaient une étiquette RNJ sur la face avant de l'emballage (2013: 53,5%). En 2014, 62,7% des produits concernés conçus pour les enfants utilisaient les RNJ pour enfants dans 53 pays où la réglementation l'autorise.

Des informations produits sont fournies via plus de 2000 sites Internet dédiés à des produits<sup>10</sup> pour 31 marques dans 43 pays, en particulier pour des marques pour enfants et familles.

## Nos perspectives

Nous soutenons l'étiquetage RNJ qui informe sur les calories, sucres, graisses et nutriments et sur leur proportion par rapport aux indications journalières de référence. Nous sommes convaincus de l'intérêt d'indiquer les pourcentages des RNJ basés sur une portion raisonnable consommée, plutôt que sur 100g, quantité plus abstraite. Les réglementations sur l'étiquetage font partie des défis rencontrés. Nous jugeons important d'aider les consommateurs à faire des choix éclairés et avons commencé à relancer nos produits pour enfants<sup>5</sup> portant les RNJ adaptés aux consommateurs, lorsque la réglementation l'autorise. Là où ce n'est pas encore possible, nous sommes en contact avec les autorités, experts en nutrition et organes sectoriels pour promouvoir les bénéfices des RNJ ainsi que l'information et l'engagement ciblés des consommateurs.

## Notre engagement

### Fournir des recommandations concernant les portions

#### Notre objectif

**D'ici 2015** – Fournir des recommandations concernant les portions pour tous les produits enfants<sup>5</sup> et familles<sup>8</sup> afin d'encourager la consommation de portions saines.

#### Nos progrès

Selon les estimations, 30,2% de nos produits enfants<sup>5</sup> et familles<sup>8</sup> affichaient des recommandations concernant les portions fin 2014.

#### Nos perspectives

Nestlé Portion Guidance<sup>11</sup> est une initiative volontaire qui fait le lien entre les recommandations alimentaires et des informations claires afin de promouvoir des portions de taille adéquate. Elle vise à redéfinir les normes des portions, notamment pour les produits à forte teneur énergétique dont les quantités habituellement servies n'ont cessé d'augmenter. En proposant des recommandations pratiques sur l'emballage, nous voulons aider les consommateurs à prendre des décisions intuitives quant à la taille et à la quantité des portions.

Modifier les habitudes concernant la taille des portions constitue une question complexe avec de nombreux défis, nécessitant des solutions innovantes et une collaboration entre les experts du secteur, de la nutrition et de l'éducation. La perception individuelle pose aussi problème. Inciter les consommateurs à choisir des portions plus petites peut représenter un changement culturel difficile à intégrer. Nous devons également gagner la confiance de nos parties prenantes et leur faire comprendre notre motivation à jouer les chefs de file dans la promotion de portions plus saines.



#### Recommandations concernant les portions

Le Nestlé Pizza Portion Guide propose des informations nutritionnelles et des idées pour intégrer la pizza à un repas équilibré.

Notre programme mondial  
«Nestlé Healthy Kids»  
a bénéficié à **plus de**  
**7,6 millions** d'enfants  
dans **73 pays** en 2014



## Notre engagement

Promouvoir des régimes alimentaires et modes de vie sains, dont l'activité physique

### Notre objectif

**D'ici 2015** – Mener notre programme mondial «Nestlé Healthy Kids» dans 80 pays, ainsi que le programme «Kids' Athletics» de l'Association Internationale des Fédérations d'Athlétisme (IAAF) pour améliorer la nutrition, la santé et le bien-être des enfants dans le monde.

### Nos progrès

Fin 2014, nous travaillions activement avec plus de 294 partenaires pour déployer notre programme mondial «Nestlé Healthy Kids» dans 73 pays (2013: 68 pays). 67 sur 77 programmes «Nestlé Healthy Kids» au total comportent une composante d'activité physique, avec l'IAAF comme partenaire principal (voir l'étude de cas). Rien qu'en 2014, nous avons atteint plus de 7,6 millions d'enfants (2013: 6,9 millions).

### Nos perspectives

Faire changer les comportements en faveur d'une alimentation et d'un mode de vie plus sains est un défi mondial. Nestlé s'est engagée à promouvoir l'importance d'une alimentation équilibrée et d'une activité physique régulière parmi les jeunes. Nous soutenons des initiatives qui montrent comment l'alimentation et l'exercice peuvent améliorer la santé et le bien-être, et nous menons des initiatives étayées et significatives qui contribuent à la santé des écoliers à l'échelle locale.

Mesurer efficacement le succès à long terme de notre programme mondial «Nestlé Healthy Kids» constitue une priorité clé et parfois un défi. Un succès durable est une gageure en soi, car il dépend de partenariats de qualité et de la capacité du système éducatif à assurer à l'école une formation nutritionnelle et l'activité physique. Nestlé soutient les autorités dans le monde pour que les enfants adoptent de bonnes habitudes en matière de nutrition et d'activité physique, lesquelles sont importantes pour leur développement et leur capacité d'apprentissage. Avec nos partenaires, nous devons continuer de promouvoir des approches scolaires globales accordant une place importante à la nutrition et à la santé dans le développement des enfants.



### Soutien des activités d'athlétisme des enfants en Australie

En avril 2014, Athletics Australia a lancé le projet IAAF Nestlé Healthy Active Kids' Athletics pour motiver les jeunes. Le projet pilote est mené auprès d'enfants australiens dans le cadre d'un programme national d'animation après l'école et plus de 100 enfants ont participé à une séance sportive animée par des champions australiens et américains pour son lancement.

- 5 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 12 ans, ou conçus pour ou perçus comme étant conçus pour cette tranche d'âge.
- 7 Les produits concernés excluent les exceptions (Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science, Nestlé Professional, Nestlé Purina PetCare, eau plate/café/thé, confiseries offertes, échantillons culinaires gratuits et condiments de table, et produits conçus pour les enfants de moins de quatre ans dans la mesure où d'autres considérations juridiques s'appliquent) et les cas où de telles prescriptions ne sont pas autorisées.
- 8 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 18 ans, dont une majorité d'adolescents.
- 10 En 2014, les informations produits sur les sites Internet dédiés étaient structurées en fonction des gammes de produits pour fournir des mesures plus solides.
- 11 Nous écrivons les recommandations concernant les portions en majuscules pour les mettre en valeur et promouvoir leur caractère engageant sur l'emballage pour les consommateurs par rapport à de simples informations sur les quantités.

## Notre engagement

Promouvoir une bonne hydratation dans le cadre d'une saine hygiène de vie

### Notre objectif

**D'ici 2014** – Poursuivre le déploiement de notre programme de sensibilisation à une bonne hydratation, basé sur des faits et destiné aux professionnels de la santé, soignants et parents dans le monde, afin de mieux faire comprendre les bénéfices de l'eau comme élément clé d'une bonne hydratation.



Carrying on the love of water to the next generation

Drink Better. Live Better.

### Drink Better. Live Better. avec Nestlé Waters

Nestlé Waters soutient l'initiative «Drink Up» du «Partnership for a Healthier America», un programme qui encourage les gens à boire davantage d'eau. Nestlé Pure Life a communiqué ce partenariat via les eaux embouteillées, les camions, la publicité et les médias sociaux à destination des publics anglophones et hispanophones. Nestlé Waters a aussi lancé le programme *Drink Better. Live Better.*, qui offre des récompenses aux familles qui boivent de l'eau en échange de points collectés.

### Nos progrès

En 2014, nous avons analysé les données d'une enquête nationale au Mexique sur la nutrition pour estimer la consommation d'eau totale des enfants âgés de 1 à 18 ans. Ces travaux, publiés dans une revue à comité de lecture, ont montré que les besoins quotidiens des enfants en eau n'étaient pas satisfaits conformément aux recommandations de l'Institute of Medicine. Nous allons publier les résultats d'une étude similaire menée en Egypte.

Nous poursuivons nos campagnes de sensibilisation à une bonne hydratation, notamment aux Etats-Unis et en Turquie. Le concept de bonne hydratation fait maintenant partie du programme «Nestlé Healthy Kids» et Nestlé Waters a élargi la portée des modules du Projet WET (Water Education for Teachers, projet mondial de formation sur l'eau) concernant une bonne hydratation via des programmes nationaux au Nigeria, en Jordanie et en Chine et via la Journée mondiale de l'eau. En 2014, nos événements organisés lors de cette journée ont informé plus de 20 000 enfants sur les bénéfices d'une bonne hydratation.

Notre engagement à promouvoir une bonne hydratation dans le cadre d'une saine hygiène de vie est un effort continu. Après avoir atteint nos objectifs en 2014, nous travaillons avec nos marchés et nos parties prenantes pour fixer des objectifs pour 2015 et au-delà, qui seront publiés dans notre prochain rapport.

### Nos perspectives

Pour un mode de vie sain, ce que l'on boit a autant d'importance que ce que l'on mange ou la fréquence de l'activité physique. L'eau plate, du robinet ou en bouteille, doit être le premier choix au quotidien, car elle n'apporte aucune calorie. Les habitudes d'hydratation saines se prennent tôt. Or, nos études dans quatre pays ont montré que deux tiers des enfants sont insuffisamment hydratés quand ils arrivent à l'école. Nous fournissons aux parties prenantes impliquées dans la santé des enfants (enseignants, parents et éducateurs) les outils et informations nécessaires pour que les enfants connaissent les bénéfices d'une bonne hydratation.

## Notre engagement

Proposer des programmes de formation pour de bonnes pratiques alimentaires

### Nos objectifs

Aider les parents et les soignants à élever des enfants en meilleure santé et les professionnels de santé à avoir plus d'impact sur l'aspect nutritionnel des soins pour les générations futures.

**En cours** – Offrir des programmes et services de formation sur la nutrition aux professionnels traitant les problèmes de sous-nutrition et de suralimentation dans le monde (Nestlé Nutrition Institute).

**En cours** – Offrir aux parents et soignants des formations scientifiques pratiques sur la nutrition mettant l'accent sur l'importance des 1000 premiers jours (de la conception au deuxième anniversaire de l'enfant), y compris la nutrition maternelle pendant la grossesse et la promotion de l'allaitement comme meilleure méthode pour un bon départ dans la vie (*Start Healthy Stay Healthy*).

**D'ici 2015** – Atteindre plus d'un million de professionnels de la santé via les services éducatifs en ligne du Nestlé Nutrition Institute (NNI) en neuf langues.

**D'ici 2015** – Toucher plus de cinq millions de mères et soignants dans le monde via les services éducatifs multilingues en ligne sur la nutrition du programme *Start Healthy Stay Healthy*.

### Nos progrès

Le NNI propose des services éducatifs aux professionnels de la santé dans 195 pays. Plus de 243 000 d'entre eux sont inscrits comme membres sur son site de formation. Le NNI est le plus grand éditeur privé d'informations nutritionnelles au monde et ses membres peuvent télécharger gratuitement plus de 3000 publications sur son site. Depuis ses débuts en 1981, il a organisé 85 ateliers internationaux sur la nutrition, plus de 700 conférences en ligne et a décerné 8 à 10 bourses universitaires de troisième cycle par an à de jeunes médecins dans des pays en développement. En 2014, la diffusion en direct de ses ateliers sur Internet nous a permis d'atteindre dix fois plus de professionnels de la santé que les années précédentes.

*Start Healthy Stay Healthy* est notre nouveau programme interactif de formation scientifique pour aider les mères et les

soignants à donner une alimentation adéquate sur le plan de la nutrition et du développement pendant la phase cruciale des 1000 premiers jours de la vie.

#### **Nos perspectives**

Nestlé se doit de partager son expertise en nutrition et ses connaissances approfondies des consommateurs au profit de la société. Nous accordons une place importante à la promotion d'une meilleure santé pendant les 1000 premiers jours de la vie. Une mauvaise alimentation de la mère affecte la croissance et les fonctions cognitives du fœtus et accroît la morbidité et la mortalité infantiles. Les enfants souffrant de malnutrition pendant leurs premières années ne peuvent développer leur plein potentiel physique et cognitif et présentent un risque accru de mauvaise santé future.

Nos programmes de formation ciblent les personnes les plus impliquées dans le déploiement de bonnes pratiques pendant les 1000 premiers jours de la vie, afin d'aider les parents et les soignants à élever des enfants en meilleure santé et les professionnels de la santé à avoir plus d'impact sur l'aspect nutritionnel des soins pour les générations futures. Nous devons toutefois faire en sorte que notre engagement avec les communautés scientifiques et de santé publique ne soit plus perçu comme un conflit d'intérêts. Pour ce faire, nous maintenons un très haut degré de transparence, de rigueur scientifique et de normes éthiques dans la collaboration, le déroulement et la diffusion de recherches scientifiques et de programmes de formation.

#### **L'ESPHGAN se rend en Afrique**

Pour optimiser la portée de nos programmes au profit des communautés du monde entier, Nestlé soutient la Société européenne de gastroentérologie, hépatologie et nutrition pédiatrique (ESPHGAN) via une subvention de formation pour gérer un cursus validé par un diplôme en gastroentérologie et nutrition pour les pédiatres en Afrique. Depuis 2012, 87 médecins de 18 pays d'Afrique ont été formés et 30 autres suivront cette formation en 2015. Notre but est de former un nombre suffisant de pédiatres en gastroentérologie et nutrition pour qu'ils puissent ensuite transmettre leur savoir.

### **Notre engagement**

#### **Garantir une communication marketing responsable pour les enfants**

##### **Notre objectif**

**D'ici 2015** – Instaurer une politique renforcée pour la communication marketing adressée aux enfants.

##### **Nos progrès**

Depuis l'établissement des Principes de communication du Groupe en 2002 et l'instauration de la Politique de communication marketing adressée aux enfants en 2008, nous avons respecté partout dans le monde les normes publicitaires et marketing responsables pour les enfants. Nous respectons les engagements externes, notamment ceux de l'IFBA<sup>12</sup> et de l'UE, et locaux. En 2014, 97,2% de la publicité télévisée de Nestlé pour les enfants de moins de douze ans était conforme aux politiques de marketing responsable<sup>13</sup> (2013: 98,3%).

Notre politique de marketing pour enfants précise que nous ne nous adressons pas aux enfants de moins de six ans. A partir de décembre 2015, la communication marketing directe aux enfants de six à douze ans ne pourra porter que sur les produits respectant les critères nutritionnels «EU Pledge» ou ceux de la Nestlé Nutritional Foundation si aucun critère de celui-ci n'a été adopté. Quels que soient les critères, nous ne faisons pas de communication marketing directe aux enfants sur les biscuits, les confiseries et le chocolat.<sup>14</sup> Les médias visés par cette politique sont notamment les suivants: télévision, radio, presse, cinéma, médias numériques, mobiles, jeux, marketing relationnel, marketing viral, applications, e-mails/SMS, sites Internet de Nestlé, publications dérivées des films, promotions, concours, parrainage de produits, événements et échantillons. Parallèlement à la nouvelle politique, nous avons développé une série de critères qualitatifs pour définir ce qui attire les enfants de moins de douze ans dans la communication marketing.

Afin d'assurer une application cohérente et efficace, des directives internes détaillées ont été élaborées et les parties prenantes externes sont encouragées à formuler des commentaires via notre système «Tell us» (voir page 36).

##### **Nos perspectives**

Nous abandonnons notre communication marketing dans les écoles tout en renforçant nos activités d'éducation à la santé et au bien-être, surtout celles influençant positivement le développement des enfants et soutenant les objectifs gouvernementaux de promotion de l'activité physique, comme les programmes de développement du sport *Nestlé Milo*.

12 Politique mondiale de l'International Food and Beverage Alliance relative à la communication publicitaire et marketing adressée aux enfants.

13 Ce pourcentage reflète la conformité annuelle de Nestlé au seuil plus strict de 35% de public visé constitué d'enfants, tel que redéfini en septembre 2011.

14 La communication marketing est réputée adressée aux enfants de six à douze ans si 35% au moins du public du média appartient à cette tranche d'âge. De plus, nous tenons compte des canaux de distribution, du contenu et de l'impression générale de la communication marketing.

### Notre engagement

#### Commercialiser les substituts du lait maternel de manière responsable

##### Nos objectifs

**En cours** – Dans le cadre de nos efforts pour promouvoir une bonne nutrition dans les 1000 premiers jours de la vie et encourager l’allaitement, communiquer publiquement sur nos progrès concernant la commercialisation responsable des substituts du lait maternel.

**D’ici 2014** – Faire en sorte que l’activité de Wyeth Infant Nutrition, récemment acquise, remplisse les critères de l’indice FTSE4Good.

**D’ici 2015** – Continuer à renforcer nos pratiques afin que Nestlé Infant Nutrition et Wyeth Infant Nutrition remplissent toujours les critères de l’indice FTSE4Good.

##### Nos progrès

En 2011, nous avons été intégrés dans l’indice FTSE4Good, seul indice mondial d’investissement responsable ayant des critères clairs sur la commercialisation des substituts du lait maternel (SLM) jusqu’à l’âge de douze mois dans 152 pays à haut risque. Les politiques et procédures appliquées par notre activité Wyeth Infant Nutrition sont maintenant conformes aux critères de commercialisation des SLM du FTSE4Good.

En 2014, nos pratiques ont été revues dans 50 pays par des auditeurs internes et dans six pays par des auditeurs externes.<sup>15</sup>

Au vu de ces recommandations et de celles des années précédentes, nous avons renforcé la formation des distributeurs tiers et leur obligation de respecter la législation nationale ainsi que la Politique et les Instructions Nestlé pour la Mise en Œuvre du Code de l’OMS. Nous avons aussi amélioré nos systèmes de signalement des problèmes, essentiellement par des parties prenantes externes, par le biais du système «Tell us» (voir page 36).

##### Nos perspectives

Selon nous, le lait maternel est le meilleur aliment pour les nourrissons. Nous encourageons donc l’allaitement, bien qu’il se heurte à de nombreux obstacles. Lorsque les mères et les familles décident, avec leur médecin, qu’un allaitement optimal n’est pas possible, les préparations pour nourrissons – seuls substituts du lait maternel reconnus par l’OMS – jouent un rôle crucial dans l’apport de nutriments essentiels. Nous nous engageons à appliquer les normes de commercialisation responsable des SLM les plus strictes, le Code de l’OMS tel qu’observé par les gouvernements nationaux, la Politique et les Instructions Nestlé pour la Mise en Œuvre du Code de l’OMS, sans oublier les politiques et systèmes les plus rigoureux pour contrôler nos pratiques. En quête d’amélioration permanente, nous encourageons les parties prenantes à nous faire part de leurs commentaires. En 2015, nous allons poursuivre nos efforts pour créer un environnement favorable pour nos employées qui allaitent. Nous continuerons aussi de dialoguer avec les parties prenantes clés pour accroître la collaboration, promouvoir une conduite responsable et établir une norme acceptée pour évaluer la commercialisation des SLM.



**SUPERBABY**  
WHEN BREASTFED IT SHOWS.



**Les Super Bébés chantent les avantages de l’allaitement maternel en Inde**  
Pendant la semaine de l’allaitement en août 2014, Nestlé India a lancé une campagne sur les médias sociaux réaffirmant l’importance de l’allaitement maternel. Mettant en scène des bébés rappeurs, celle-ci avait pour but de dépasser le demi-million de dons générés l’année précédente en transformant le soutien du public en action grâce à des discussions sur les bienfaits de l’allaitement maternel et en impliquant le public. Fin 2014, la vidéo des Super Bébés avait été visionnée plus de deux millions de fois.

<sup>15</sup> Selon les pratiques existantes dans les sociétés, les audits internes des activités nouvellement acquises ont été légèrement différents lors de l’acquisition afin de ménager du temps pour l’intégration des politiques et pratiques. Wyeth Nutrition sera incluse dans le cycle d’audit standard avec les autres activités à compter de 2015.



# Développement rural

Nous sommes tributaires d'un approvisionnement en ingrédients garanti sur le long terme et voulons être sûrs qu'ils sont produits de manière responsable. En sachant où et comment nos matières premières sont produites et en alignant nos activités sur les priorités locales, nous apportons une contribution dans des domaines importants comme le développement rural, l'éradication du travail des enfants et la promotion de meilleures pratiques agricoles.

 Pour tous les objectifs, nous entendons tenir notre engagement d'ici le 31 décembre de l'année indiquée.

16 Créé pour regrouper toutes nos activités de développement rural, ce Cadre – renforcé par notre engagement en faveur du développement rural – est composé de trois piliers reposant sur la conformité, collaboration et défense des intérêts: des producteurs accomplis, des travailleurs productifs et respectés, des communautés prospères.

## Notre engagement

### Déployer le Cadre de développement rural pour comprendre les besoins des producteurs

#### Nos objectifs

Le Cadre de développement rural de Nestlé<sup>16</sup> nous aide à identifier les besoins des producteurs et des communautés et, ainsi, à mieux cibler nos investissements.

**D'ici 2015** – Poursuivre les évaluations de base dans les pays essentiels à notre activité et présentant des besoins sociaux importants afin de nous aider à concilier nos activités et les priorités des communautés locales.

#### Nos progrès

En 2013, nous avons testé le Cadre de développement rural pour le café en Chine et au Vietnam et pour l'achat de café, cacao et manioc en Côte d'Ivoire, réalisant des évaluations de base pour comprendre les conditions actuelles et élaborer des interventions appropriées. La piètre gestion des ressources et un accès variable à l'eau potable, à l'assainissement et à la nutrition figurent souvent parmi les résultats publiés en juillet 2014. Parfois, des problèmes relatifs au régime foncier, au statut des femmes et aux connaissances agricoles sont aussi soulevés.

En avril 2014, tenant compte des remarques des parties prenantes, nous avons ajusté notre approche des droits de l'Homme et du développement rural et débuté son application au Mexique, en Colombie, au Kenya, en Ethiopie, en Indonésie et aux Philippines. Certains de nos résultats ont déjà été intégrés dans les plans d'affaires nationaux, mais d'autres requièrent des discussions avec les partenaires, communautés et organismes gouvernementaux pour coordonner nos efforts et éviter les doublons.

#### Nos perspectives

Les communautés rurales sont un enjeu considérable pour Nestlé, qui s'approvisionne en matières premières agricoles auprès de millions de producteurs essentiels à la réussite de ses activités. Cependant, cette population vieillit et l'exode rural s'accroît. Le Cadre de développement rural de Nestlé aide à concilier nos activités avec les priorités de développement locales. Outre l'aide apportée aux producteurs pour accéder aux financements, notre modèle d'entrepreneuriat agricole leur propose des formations pour développer leurs compétences.

Toutefois, les zones rurales ne dépendent pas uniquement de notre chaîne d'approvisionnement pour devenir des endroits attrayants où vivre, travailler et investir. Les populations rurales ont besoin d'énergie propre, de services bancaires et financiers, soins de santé, télécommunications et autres infrastructures. Nous travaillons avec le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) et ses sociétés membres pour étudier comment réunir différents secteurs et concentrer leurs investissements dans les zones rurales. Nous savons aussi que le statut nutritionnel reste souvent un défi crucial pour les communautés. Pour l'heure, notre Cadre de développement rural n'aborde peut-être pas suffisamment cet aspect.



### Développer le secteur de l'élevage laitier en Chine

Nestlé a construit sa fabrique de Shuangcheng (Chine) en 1987. En 2012, conscients de la nécessité d'améliorer la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement en lait, nous avons créé le Nestlé Dairy Farming Institute. Aider les éleveurs à renforcer leurs connaissances et compétences est un aspect clé de notre stratégie de développement rural. Les éleveurs qui adoptent les bonnes pratiques améliorent productivité, relations commerciales et maîtrise des coûts. L'Institut compte trois fermes-modèles où propriétaires et travailleurs suivent des cours pour améliorer leurs compétences en gestion d'exploitation, apprendre comment utiliser les dernières technologies et développer leur activité. En 2014, l'Institut a lancé des programmes de formation sur l'élevage des vaches laitières et la gestion de l'exploitation.

## Notre engagement

### Etablir une chaîne d'approvisionnement responsable

#### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Améliorer et prouver la conformité au Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé et réaliser 10 000 audits sur l'approvisionnement responsable, avec une conformité totale de 70%.

**D'ici 2015** – Garantir la traçabilité de 40% des volumes des douze catégories de matières premières prioritaires (huile de palme, soja, sucre, pâte et papier, café, cacao, laitages, poissons et fruits de mer, karité, vanille, noisettes, ainsi que viande, volaille et œufs).

#### Nos progrès

Fin 2014, nous avons audité 8700 de nos 10 000 fournisseurs de niveau 1 (2013: 6500), dont 73% étaient en totale conformité avec notre Code de conduite pour les fournisseurs. 13 000 audits de plus sont prévus en 2015. Si nous atteignons 10 000 audits d'ici fin 2015, nous aurons couvert plus de 60% de nos fournisseurs de matières premières et d'emballages, soit plus de 95% de nos dépenses totales.

Actuellement, 38% des volumes achetés dans nos catégories prioritaires sont traçables (2013: 17%): tous les producteurs fournissant un ingrédient donné (même via des tiers) sont connus et identifiables par Nestlé ou ses fournisseurs. En outre, 28% (2013: 9%) proviennent de sources responsables: la plantation ou le producteur respecte nos Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable (LDAR), a mis en place un plan d'amélioration ou respecte un programme de certification équivalent.

Les activités opérationnelles pour la viande, les laitages, le karité et le poisson ont débuté en 2014. D'ici 2015, 40% des volumes de nos catégories prioritaires devraient être traçables et 30% provenir de sources responsables.

#### Nos perspectives

Les consommateurs et autres parties prenantes voulant connaître la provenance des aliments et leur mode de production, l'approvisionnement responsable est un investissement important pour l'avenir de Nestlé et celui de nos producteurs.

Nos chaînes d'approvisionnement sont complexes et toutes les parties doivent traiter les problèmes sociaux et environnementaux en vue d'une amélioration continue. Nous n'avons cessé de progresser en encourageant l'adoption de bonnes pratiques agricoles, renforçant les capacités, partageant les connaissances, organisant des formations et permettant à nos fournisseurs d'atteindre des niveaux de durabilité plus élevés.

Outre la collaboration avec des ONG comme Proforest et The Forest Trust pour cartographier nos chaînes d'approvisionnement du sucre, du soja, de l'huile de palme et du papier, nous sommes proactifs et évaluons nos fournisseurs d'ingrédients d'origine animale selon nos LDAR en matière de bien-être animal, en luttant contre la déforestation et contre le travail des enfants et en favorisant l'autonomisation des femmes dans nos chaînes d'approvisionnement.

### Un partenariat mondial pour le bien-être animal

Depuis mars 2014, Nestlé est la première grande entreprise alimentaire à s'associer à une ONG internationale de défense des animaux, World Animal Protection. Nestlé utilise des laitages, œufs, viandes et volailles dans divers produits et s'est engagée publiquement à améliorer encore le bien-être animal dans sa chaîne d'approvisionnement mondiale. Par ce partenariat, World Animal Protection partage son expertise sur la santé, les soins et le bien-être des animaux d'élevage. Par ses activités d'approvisionnement responsable, Nestlé permet à l'ONG de mieux dialoguer avec les fournisseurs et de promouvoir les bonnes pratiques pour le bien-être animal dans le secteur alimentaire.



Nous avons audité 8700 de nos 10000 fournisseurs de niveau 1 et constaté que **73%** respectent totalement notre Code



## Notre engagement

### Déployer le *Nestlé Cocoa Plan* auprès des producteurs de cacao

#### Nos objectifs

Le *Nestlé Cocoa Plan* vise à améliorer la vie des communautés productrices de cacao et la qualité du cacao que nous achetons.

**D'ici 2015** – Acheter 100 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*.

**D'ici 2016** – Acheter 120 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan* et achever le déploiement de notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants afin d'identifier les cas concrets dans toutes les coopératives du *Nestlé Cocoa Plan* en Côte d'Ivoire.

**D'ici 2017** – Acheter 150 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*.

#### Nos progrès

En 2014, nous avons acheté 91 801 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan* (2013: 62 299). Nous avons formé 45 833 producteurs de cacao (2013: 33 885) et construit ou rénové 17 (2013: 13) écoles, atteignant notre objectif de construire ou rénover 40 écoles sur quatre ans.

En août 2014, la Fair Labor Association a publié son premier rapport sur la chaîne d'approvisionnement du cacao de Nestlé en Côte d'Ivoire, soulignant les domaines à améliorer pour mieux respecter son Code de conduite. Depuis, nous avons élargi notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants à quatorze autres coopératives dans le pays (2013: huit), portant le total à 22. Des agents de liaison sont sélectionnés dans les communautés productrices pour identifier les enfants à risque et dialoguer avec les producteurs de manière ouverte et transparente. Nous prévoyons d'élargir l'initiative pour couvrir les 67 coopératives du *Nestlé Cocoa Plan* d'ici fin 2016.

Pour plus de détails sur l'engagement de Nestlé sur le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement agricoles et nos plans d'action pour résoudre ce problème dans les chaînes d'approvisionnement clés, voir notre engagement page 35.

#### Nos perspectives

Le *Nestlé Cocoa Plan* repose sur trois piliers: permettre aux producteurs de rentabiliser leur exploitation, améliorer leurs conditions sociales, garantir un approvisionnement durable en cacao de qualité. En fournissant des plants plus robustes et en formant les producteurs à de meilleures pratiques agricoles, nous les aidons à accroître rentabilité et durabilité à long terme. Un meilleur accès à l'éducation et le soutien aux femmes travaillant dans notre chaîne d'approvisionnement améliorent les conditions sociales et réduisent les risques de travail des enfants. Nestlé est l'un des plus gros acheteurs de cacao ivoirien et travaille avec plus de 67 coopératives. Notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants montre l'ampleur et les causes de ce problème dans ce secteur en Côte d'Ivoire et nous aide, ainsi que nos partenaires, à le combattre tout en répondant aux besoins des familles et des communautés.

### Le *Nestlé Cocoa Plan* au Venezuela

Au Venezuela, nous avons rencontré de nombreux défis pour assurer un approvisionnement fiable en cacao parmi les plus fins au monde: du déclin de la qualité des plants de cacao indigène à l'intérêt limité de la jeune génération pour le travail agricole. Mais via le *Nestlé Cocoa Plan*, nous aidons à faire de la production cacaoyère un métier attractif, procurant des revenus plus élevés et de meilleures conditions sociales.

Dans les trois principales régions productrices de cacao du pays, 600 producteurs participent au *Nestlé Cocoa Plan*. Depuis 2008, le personnel de Nestlé Venezuela a fait près de 6130 visites dans les plantations, distribuant des plantules de haute qualité et des engrais biologiques, offrant une assistance technique et une formation aux bonnes pratiques agricoles comme l'élagage, qui accroît le rendement et limite la propagation des maladies. Le comptage des gousses sur nos parcelles de démonstration indique une augmentation de 878 kg à plus de 1500 kg/ha.



En 2014, nous avons  
acheté environ  
**412 358 tonnes**  
de café auprès de  
sources responsables



## Notre engagement

### Déployer le Nescafé Plan auprès des producteurs de café

#### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Améliorer la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement du café; acheter 180 000 tonnes de café via Farmer Connect<sup>17</sup>, 100% conformes aux normes minimales de durabilité de 4C.<sup>18</sup>

**D'ici 2020** – Améliorer la qualité, la quantité et la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement du café; distribuer 220 millions de plantules de café<sup>19</sup> et acheter 90 000 tonnes de café conforme aux principes du Réseau Agriculture Durable.<sup>20</sup>

#### Nos progrès

En 2014, nous avons intégré encore davantage le Nescafé Plan dans les quatorze pays où il existe actuellement. Nous avons aussi élargi sa portée au Vietnam et en Colombie par des initiatives liées à l'eau, au café et au développement rural.

Fin 2014, Nescafé avait acheté environ 186 750 tonnes directement via nos opérations d'approvisionnement Farmer Connect<sup>17</sup> auprès de quelque 171 900 producteurs (2013: 176 040). Sur ce total, 130 500 tonnes (soit 70%) respectent la norme 4C (2013: 71 493 tonnes, 48%).

Le volume total de café issu de sources responsables a progressé à 412 538 tonnes (2013: 366 270 tonnes).

En 2014, nous avons distribué plus de 29,8 millions de plantules de café à haut rendement résistantes aux maladies (2013: 21,4 millions), portant notre total à 73,8 millions.

#### Nos perspectives

Notre capacité à long terme à acheter la qualité et la quantité de café nécessaires pour nos grandes marques dépend de la durabilité de la culture du café. Le revenu des producteurs, majoritairement de petits exploitants, est menacé par le vieillissement des caféiers, les maladies, la baisse des rendements, la volatilité des cours et le changement climatique. La caféiculture

est aussi menacée par les cultures alternatives, jugées offrir de meilleures perspectives commerciales.

Nous aidons par conséquent les producteurs à consolider leur activité: accès facilité au marché, formations locales, multiplication et distribution de plants, et assistance technique par notre équipe de plus de 300 agronomes.



#### «The Positive Cup»

Outre notre Nescafé Plan, Nespresso a annoncé en août 2014 «The Positive Cup», une nouvelle stratégie de durabilité visant à améliorer le bien-être des producteurs et la durabilité environnementale dans l'achat et la consommation du café au cours des six prochaines années. Elle définit les mesures que prendra Nespresso pour atteindre des objectifs ambitieux dans les domaines de l'achat du café et du bien-être social; de l'achat, l'utilisation et l'élimination de l'aluminium; et de la résilience au changement climatique. S'appuyant sur ses réalisations des onze dernières années, Nespresso achètera 100% de sa gamme permanente de cafés Grands Crus auprès de sources durables via son programme Nespresso AAA Sustainable Quality, notamment en investissant dans le développement économique et social des communautés productrices de café en Ethiopie, au Kenya et au Soudan du Sud.

<sup>17</sup> Notre programme d'achat direct par lequel nous nous engageons à nous approvisionner localement en matières premières, à offrir une assistance technique et à coopérer pour répondre aux normes d'approvisionnement les plus strictes.

<sup>18</sup> La Common Code for the Coffee Community (4C) Association est un groupe multipartite dont les membres sont issus du commerce et de l'industrie, des producteurs, de la société civile et des entreprises actives dans la chaîne d'approvisionnement du café.

<sup>19</sup> Montant total entre 2010 et 2020.

<sup>20</sup> Coalition internationale de groupes écologistes de premier plan, actifs dans l'agriculture durable, proposant des normes pour la protection de l'environnement, la responsabilité sociale et la vitalité économique.

Plus que toute autre substance, l'eau est irremplaçable et essentielle à la survie humaine.

L'écart entre l'offre et la demande d'eau potable se creuse et, d'ici 2030, les captages devraient être supérieurs de 40% aux renouvellements si rien n'est fait. Une gestion responsable de l'eau est capitale pour chacun de nous et pour l'avenir de notre Entreprise. Nous respectons le droit humain à l'eau et à l'assainissement et contribuons à la gestion durable des captages d'eau là où nous achetons nos produits, où sont situées nos fabriques et où vivent nos fournisseurs et nos consommateurs.

 Pour tous les objectifs, nous entendons tenir notre engagement d'ici le 31 décembre de l'année indiquée.

## Notre engagement

### Améliorer l'efficacité et la durabilité de l'eau dans toutes nos activités

#### Nos objectifs

Nous cherchons à réduire l'impact de nos activités sur les ressources naturelles en eau et les communautés qui en dépendent.

**D'ici 2015** – Réduire nos captages d'eau directs par tonne de produit dans chaque catégorie de produits pour atteindre une réduction globale de 40% par rapport à 2005.

**D'ici 2015** – Etablir et appliquer des directives détaillées sur le droit humain à l'eau et à l'assainissement.

**D'ici 2016** – Définir des initiatives de gestion de l'eau et les lancer sur cinq sites hautement prioritaires.

**D'ici 2016** – Mettre en œuvre des projets d'économie d'eau sur tous les sites de production hautement prioritaires.

**D'ici 2016** – Réaliser 45 nouveaux bilans des ressources en eau sur certains sites de production et dans toutes les nouvelles implantations.

#### Nos progrès

Conformément à son engagement sur la gestion de l'eau (2013), Nestlé cherche activement de nouvelles opportunités de réduction, réutilisation et recyclage de l'eau dans nos activités. Nous avons élaboré un Plan directeur de gestion de l'eau mondial au niveau du Groupe et commencé l'élaboration de plans directeurs locaux sur les marchés clés, notamment le Pakistan (2014). Ces plans précisent les responsabilités, objectifs et délais qui orientent nos améliorations.

Aujourd'hui, nos collaborateurs mettent en œuvre plus de 376 projets d'économie d'eau dans nos fabriques, soit environ 1,84 million de m<sup>3</sup> d'eau économisé. En 2014, nous avons réduit de 6% les captages d'eau directs par tonne de produit (37% par rapport à 2005).

Nous avons identifié et priorisé 31 sites de production hautement prioritaires dans des zones de stress hydrique important ou représentant un pourcentage significatif de nos captages. Fin 2014, nous avons réduit les captages par tonne de produit et amélioré l'efficacité (par rapport à 2013) dans près de 42% de ces sites. Nous intensifions les efforts locaux de gestion de l'eau en réalisant des bilans des ressources en eau dans toutes nos fabriques et 18 nouveaux bilans ont eu lieu cette année. Les questions d'eau potable, d'assainissement et d'hygiène (Water, Sanitation & Hygiene WASH) sont en cours d'intégration dans le processus.



#### Cero Agua, Mexique

Nous avons ouvert cette année au Mexique notre fabrique la plus économe en eau. Ces 60 dernières années, la quantité d'eau disponible par personne a fortement diminué dans le pays du fait de la croissance démographique. Grâce à de nouveaux procédés, notre fabrique de produits laitiers Cero Agua dans l'état aride de Jalisco s'approche déjà du niveau zéro captage d'eau sur le site, utilisant en remplacement la vapeur d'eau générée lorsque nous évaporons le lait de vache. Cette eau est condensée, traitée et recyclée pour être réutilisée comme eau potable industrielle, puis de nouveau pour le refroidissement et le nettoyage. L'économie est d'environ 1,6 million de litres d'eau par jour, assez pour la consommation journalière moyenne de 6400 personnes dans les environs.<sup>21</sup> Nous reproduisons ce processus dans des sites tels que Nestlé South Africa, où notre plan d'investissement sur cinq ans inclut le passage de notre fabrique de Mossel Bay à «zéro eau».

<sup>21</sup> Ce chiffre est basé sur une consommation quotidienne moyenne d'environ 250 l par personne. Source: Tecnologías Alternativas y Ecodiseño

### Nos perspectives

Nestlé se félicite de l'intérêt croissant des parties prenantes pour les questions liées à l'eau, qui reflète une meilleure prise de conscience des impacts de la rareté de l'eau dans le monde. Nous restons convaincus que le débat public sur l'utilisation de l'eau (dont la nôtre) mène à une action collective positive. 38% de nos fabriques étant situées dans des régions où l'eau est rare, une gestion responsable de l'eau demeure essentielle pour nos activités et nos parties prenantes. Les bilans des ressources en eau nous aident à évaluer les impacts potentiels sur le droit à l'eau et à l'assainissement des communautés locales où nous opérons et proposent des mesures correctives appropriées si nécessaire. Le droit à l'eau et à l'assainissement est aussi systématiquement inclus dans notre évaluation de l'impact sur les droits de l'Homme. A la fin de 2014, 133 usines avaient subi une évaluation des ressources en eau. Nous allons poursuivre nos améliorations en matière d'efficacité et de durabilité de l'eau dans nos activités.

### Notre engagement

#### Prôner des politiques et une gestion de l'eau efficaces

##### Nos objectifs

Nous souhaitons promouvoir une politique et une gestion de l'eau favorisant une utilisation durable par l'industrie et d'autres, aux niveaux mondial et local.

**D'ici 2016** – Continuer d'établir le partenariat public-privé du 2030 Water Resources Group en ajoutant deux pays par an et de développer et diffuser le Catalogue mondial des bonnes pratiques.<sup>22</sup>

**D'ici 2016** – Soutenir le lancement du Guide de bonnes pratiques commerciales pour le droit humain à l'eau et à l'assainissement du «CEO Water Mandate» et tester le Guide dans le cadre de notre diligence raisonnable de l'eau dans certains pays.<sup>23</sup>

**D'ici 2016** – Soutenir le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dans sa recherche de 50 signataires du WASH Pledge.<sup>24</sup>

**D'ici 2016** – Lancer le déploiement de l'International Water Stewardship Standard de l'Alliance for Water Stewardship en l'appliquant sur au moins cinq sites.<sup>25</sup>

**D'ici 2016** – Collaborer avec la plateforme Sustainable Agriculture Initiative (SAI) et le Sustainable Food Lab (SFL) pour mettre en œuvre l'initiative collaborative d'évaluation et d'atténuation des risques liés à l'eau dans au moins une zone d'approvisionnement en matières premières agricoles.<sup>25</sup>

##### Nos progrès

Très active dans les initiatives de premier plan sur la politique et la gestion de l'eau, Nestlé promeut les opportunités d'amélioration des bonnes pratiques. Nombre de nos dirigeants, dont notre Président, jouent un rôle majeur dans le 2030 Water Resources Group (2030 WRG). Nous présidons actuellement cette collaboration public-privé-société civile destinée à catalyser des solutions pratiques pour réformer les ressources en eau dans les économies en développement où l'eau est rare. Le WRG a été invité à travailler au Pérou et en Tanzanie et étudie aussi d'autres pays comme le Bangladesh, le Kenya et le Liban.



#### Promotion de la gestion de l'eau dans la fabrique Nestlé de Douala (Cameroun)

En 2014, nous avons fait le bilan des ressources en eau de notre fabrique de Douala (Cameroun) où nous produisons les bases de soupes Maggi. Nous avons utilisé l'outil d'auto-évaluation WBCSD WASH pour étudier l'accès à l'eau, l'assainissement et l'hygiène pour plus de 500 employés, fournisseurs et visiteurs du site. La fabrique respectait les niveaux de conformité globale du WBCSD Pledge et nous avons élaboré un plan d'action pour résoudre les problèmes mineurs décelés. Les communautés jusqu'à deux ou trois kilomètres alentour bénéficient d'un accès gratuit aux fontaines du site à certaines heures et environ 5000 litres d'eau sont ainsi collectés chaque jour par les résidents locaux. Un nouveau projet de drainage des eaux usées de CHF 474905 est prévu pour réduire le risque d'inondations et améliorer l'environnement pour les communautés locales.

<sup>22</sup> Il s'agit d'une extension en cours de notre objectif pour 2014.

<sup>23</sup> Notre objectif 2014 «Contribuer à la publication de lignes directrices» a été atteint.

<sup>24</sup> Notre objectif 2014 «Contribuer à l'obtention de la certification ISO 14046: Empreinte eau – Principes, exigences et lignes directrices» a été atteint.

<sup>25</sup> Notre objectif 2014 «Utiliser les principes de l'AWS Standard comme guide d'auto-évaluation sur certains sites hautement prioritaires» a été atteint.

Les rejets d'eau par tonne de produit ont été réduits de **52%** depuis 2005



## Notre engagement

En juillet 2014, nous avons salué la publication de la norme internationale ISO 14046:2014 Gestion environnementale – Empreinte eau – Principes, exigences et lignes directrices. Elle est l'aboutissement de cinq ans de collaboration entre plus de 90 spécialistes, et Nestlé a été un membre actif de ce groupe de travail.

Nous continuons de soutenir les lignes directrices pour la divulgation au public du «CEO Water Mandate», publiées en septembre 2014, et de défendre le WBCSD Pledge dans nos activités et au-delà, agissant en ambassadeur WASH actif à l'international.

Nous avons fourni des recommandations internes sur l'International Water Stewardship Standard de l'AWS afin de renforcer la gestion de l'eau sur les sites clés de Nestlé. Un déploiement plus large est prévu pour 2015.

### Nos perspectives

Nous sommes confrontés au défi urgent de fournir de l'eau potable et des aliments à la population mondiale croissante, qui exigera des efforts et des buts communs. Selon nous, les gouvernements doivent adopter une approche systémique de l'eau. Ils doivent jouer un rôle moteur, éviter d'agir en vase clos et assumer leurs engagements politiques. Ils doivent aussi renforcer les institutions, particulièrement pour trouver des solutions communautaires abordables pour le trio sécurité hydrique/assainissement/pauvreté, agir en régulateurs (pour les structures publiques et privées d'approvisionnement en eau) et établir des incitations afin de garantir des solutions économiques et une bonne gestion de la sécurité hydrique, de l'approvisionnement en eau, de l'assainissement et du traitement de l'eau. Nous sommes prêts à défendre des politiques et une gestion efficaces de l'eau. Notre approche proactive nous met en contact avec des partenariats public-privé, organismes sectoriels, ONG et instituts de recherche pour apprendre et partager les bonnes pratiques. Les progrès accomplis grâce à ces relations sont communiqués de manière transparente sur notre site Internet.

## Assurer un traitement efficace des eaux usées

### Nos objectifs

**D'ici 2016** – Appliquer les nouvelles exigences environnementales renforcées de Nestlé pour la qualité de l'eau et les rejets d'effluents dans toutes les fabriques afin d'aider à protéger l'environnement.

### Nos progrès

En 2014, nous avons approuvé un investissement de CHF 18 millions dans de nouvelles installations de traitement plus performantes et renforcé nos critères de qualité de l'eau dans les nouvelles installations de traitement des effluents. Fin 2014, nous avons réduit les rejets d'eau par tonne de produit de 52% par rapport à 2005 (2013: 48,5%), avec une qualité moyenne des eaux rejetées de 72 mg DCO/l (2013: 76 mg DCO/l).

### Nos perspectives

Nous nous engageons à développer nos activités en préservant la biodiversité et les services écosystémiques. Atteindre les objectifs ambitieux fixés par Nestlé pour la qualité des eaux rejetées à partir de 2016 est un défi. Pour faciliter nos progrès, nous avons déployé un tableau de bord de l'eau et des effluents axé sur le captage, les rejets et la communication sur la qualité de l'eau. Former et sensibiliser nos employés est une priorité. Nous utilisons si possible les installations municipales de traitement des eaux usées. Lorsqu'il n'y en a pas ou qu'elles sont inefficaces, nous investissons dans nos propres équipements pour rejeter des eaux traitées conformes aux lois locales ou à nos normes internes, les plus strictes étant retenues.



### Traiter les eaux usées par biodigestion

La fabrique de confiserie Nestlé de Fawdon (Royaume-Uni) a investi CHF 4,9 millions dans un système de biométhanisation, achevé en septembre 2014, qui transforme les déchets solides et liquides en eau propre et en méthane à l'aide de processus naturels de digestion biologiques. L'installation permettra d'économiser 1000 tonnes de CO<sub>2</sub> chaque année et réduira les déchets solides de 4000 kg par jour et les rejets d'effluents de 95%. Les économies représenteront CHF 380000 en frais liés aux effluents et CHF 600000 de frais d'électricité.

## Notre engagement

### Dialoguer avec les fournisseurs, en particulier dans le secteur agricole

#### Notre objectif

**D'ici 2015** – Définir et commencer à mettre en œuvre des plans d'action pour économiser l'eau en amont de notre chaîne d'approvisionnement pour le café, le sucre, le riz et les céréales sur les sites hautement prioritaires.

#### Nos progrès

L'amélioration de l'efficacité de l'eau dans notre chaîne d'approvisionnement agricole complexe est l'un de nos plus grands défis. Nestlé travaille directement avec environ 695 000 producteurs et, via sa Sustainable Agriculture Initiative, encourage le développement durable et soutient les producteurs. Axé sur plusieurs catégories, le programme mondial nous permet de relever certains défis clés de la gestion de l'eau et de l'irrigation: résilience à la sécheresse et aux inondations, traitement des eaux usées et des déchets organiques, et techniques d'intensification agricole. En 2014, nous avons soutenu:

- un projet de gestion intégrée de l'eau pour développer un secteur du café adapté au climat en Colombie;
- l'application du concept et de la méthodologie de l'empreinte eau en Colombie pour améliorer la sensibilisation à l'utilisation, l'efficacité et le contrôle de la pollution de l'eau dans les exploitations laitières et dans nos fabriques;
- un séminaire sur la gestion de l'eau dans l'agriculture en Espagne; et
- des améliorations apportées à l'irrigation et à la gestion de l'eau au Vietnam pour produire plus de grains de café avec moins d'eau.

#### Nos perspectives

L'eau est une ressource partagée, affectée par tous les utilisateurs d'une zone de captage. Selon nous, l'amélioration de la santé d'une telle zone est parfois plus importante si Nestlé investit des ressources dans une initiative externe plutôt que dans sa propre fabrique. Nous pouvons significativement optimiser l'utilisation de l'eau dans une exploitation en appliquant de meilleures techniques agricoles ne nécessitant pas toujours un investissement élevé. Nous sommes convaincus que les entreprises s'approvisionnant auprès des grands fournisseurs mondiaux peuvent utiliser leur influence collective pour exiger une meilleure gestion de l'eau, p. ex. via la plateforme Sustainable Agricultural Initiative. Nous allons investir dans des initiatives externes partagées pour aider tous les utilisateurs des zones de captage à améliorer l'efficacité de l'eau.

## Notre engagement

### Sensibiliser à l'importance de la préservation de l'eau et améliorer l'accès à l'eau et l'assainissement dans notre chaîne de valeur

#### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Garantir à chaque collaborateur de Nestlé un accès approprié à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène sur son lieu de travail.

**D'ici 2016** – Donner à 350 000 personnes des communautés locales accès à des projets liés à l'eau, l'assainissement et l'hygiène autour de nos sites de production et dans les zones Farmer Connect.

#### Nos progrès

Nous continuons de travailler avec des partenaires spécialisés, dont le WBCSD et la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (FICR) (voir l'étude de cas ci-contre) pour améliorer l'accès à l'eau et à l'assainissement, et en 2014:

- nous avons testé l'outil d'auto-évaluation WASH du WBCSD sur des sites de production clés; et
- près de 400 000 personnes (2013: plus de 300 000) ont eu accès à l'eau, l'assainissement et l'hygiène autour de nos sites de production et dans les zones Farmer Connect. Cela veut dire que nous avons déjà atteint notre objectif de 2016.

Via des initiatives éducatives, nous aidons nos employés, fournisseurs et consommateurs à mieux comprendre l'importance de la préservation et de la gestion de l'eau.

Outre les activités destinées aux fournisseurs (voir ci-contre), en 2014, nous avons:

- organisé un nouveau programme de formation pour notre équipe RH du Groupe (117 personnes) et publié le contenu des cours sur notre site intranet pour tous les employés;
- continué de parrainer le programme mondial d'éducation sur l'eau, le Projet WET, dont la portée a été étendue à l'état d'Osun au Nigeria; et
- célébré la Journée mondiale de l'eau par des manifestations organisées par quelque 650 employés pour plus de 22 000 enfants dans 32 pays.

### Nos perspectives

Selon l'OMS, une personne a besoin de 50 à 100 litres d'eau douce par jour pour satisfaire ses besoins essentiels quotidiens. Mais aujourd'hui, le WBCSD estime que plus de 1,8 milliard de personnes ne disposent que d'eau insalubre et 4 milliards n'ont pas accès à des installations sanitaires de base.<sup>26</sup> Nous reconnaissons que l'absence d'accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène peut provoquer des maladies ou le décès, entraver la productivité et limiter les marchés pour certains produits et services. Il est très souhaitable au plan économique que les entreprises

prennent ce problème à bras-le-corps. C'est pourquoi, l'an dernier, Nestlé a été l'un des premiers signataires du WBCSD WASH Pledge, s'engageant à fournir un accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène dans tous nos locaux de travail dans un délai de trois ans. Nous avons ainsi réaffirmé notre engagement et encourageons les autres entreprises de la chaîne de valeur à faire de même. Si toutes les entreprises membres du WBCSD signaient le WASH Pledge, cela représenterait quinze millions d'employés.



### Fourniture d'eau potable et d'installations sanitaires en Côte d'Ivoire

Depuis 2006, la FICR et Nestlé collaborent en portant une attention particulière à l'amélioration de l'accès à l'eau des communautés rurales. Ainsi, 196 546 personnes des communautés cacaoyères de Côte d'Ivoire ont maintenant accès à l'eau potable et à des installations sanitaires. En octobre 2014, nous avons renouvelé notre collaboration de longue date avec la FICR et lui ferons don de CHF 5 millions sur cinq ans pour améliorer l'accès à des services durables d'eau, d'assainissement et d'hygiène dans des zones rurales et pour étendre le projet au Ghana. En 2002, Nestlé a été la première entreprise partenaire de la FICR. Outre la collaboration continue pour l'eau et l'assainissement, nous parrainons la production du Rapport annuel sur les catastrophes dans le monde de la FICR, dialoguons avec les sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge et soutenons les opérations de secours de la FICR (p. ex. Ebola en 2014).

26 [www.wbcsd.org/work-program/sector-projects/water/accesswatersanitation.aspx](http://www.wbcsd.org/work-program/sector-projects/water/accesswatersanitation.aspx)



# Durabilité environnementale

La durabilité environnementale implique de protéger l'avenir en faisant les bons choix, dans un environnement où l'eau est de plus en plus rare, où la biodiversité décline et où le changement climatique pourrait exacerber ces difficultés. Notre objectif consiste à ce que les produits Nestlé deviennent non seulement plus savoureux et sains mais aussi meilleurs pour l'environnement dans toute leur chaîne de valeur. La durabilité environnementale signifie aussi satisfaire les consommateurs en leur donnant un autre motif de faire confiance à Nestlé et d'apprécier ses produits, et répondre aux attentes des employés et parties prenantes externes quant à notre responsabilité et nos pratiques environnementales.

## Notre engagement

### Améliorer l'efficacité des ressources dans nos activités

#### Nos objectifs

Notre but est de faire plus avec moins de ressources et de déchets pour aider à préserver les ressources naturelles.

**D'ici 2015** – Atteindre zéro déchets pour élimination définitive dans 10% de nos fabriques.

**D'ici 2015** – Réduire notre consommation d'énergie par tonne de produit dans chaque catégorie de produits pour atteindre une réduction globale de 25% par rapport à 2005.

#### Nos progrès

Nous avons atteint en 2013, avec deux ans d'avance, l'objectif que nous nous sommes fixé en 2012 d'atteindre zéro déchets pour élimination définitive d'ici 2015 (2013: 56 fabriques, 11%).<sup>27</sup> Cette réalisation a été maintenue en 2014: 15% des fabriques Nestlé (72 au total) ont atteint zéro déchets pour élimination définitive.

Notre consommation globale d'énergie par tonne de produit a été réduite de 26% depuis 2005 (2013: 23%), dans chaque catégorie de produits, soit 1% de mieux que notre objectif 2015.

#### Nos perspectives

En améliorant efficacité, qualité et productivité, nous pouvons faire plus avec moins de ressources et de déchets.

Un «déchet pour élimination définitive» est un matériau généré durant la fabrication ou la distribution d'un produit et destiné à être mis en décharge ou incinéré hors site sans récupération d'énergie. Notre ambition est de produire zéro déchets pour élimination définitive et de ne pas mettre en décharge ou incinérer des déchets sans récupération d'énergie, et de maximiser la valeur des sous-produits restants. En 2014, nous avons lancé un nouveau kit d'outils pour aider les fabriques à atteindre zéro déchets pour élimination. Dans de nombreux pays, nous avons des difficultés à améliorer notre efficacité des ressources du fait de l'absence d'infrastructures publiques de ramassage et de recyclage des déchets et des cas où la législation locale impose d'envoyer certains matériaux à la décharge.

Améliorer l'efficacité des ressources dans nos activités contribue à notre effort plus large pour réduire le gaspillage alimentaire tout au long de notre chaîne de valeur. Début 2015, nous allons mettre en place l'engagement de Nestlé contre le gaspillage alimentaire. Nous contribuons aussi de manière proactive à l'élaboration du «Food Loss and Waste Measurement Protocol» du World Resources Institute qui sera publié en 2015.

 Pour tous les objectifs, nous entendons tenir notre engagement d'ici le 31 décembre de l'année indiquée.

En 2014, nous avons économisé **45 805 tonnes** de matériel d'emballage



## Notre engagement

### Améliorer la performance environnementale de nos emballages

#### Notre objectif

**D'ici 2017** – Continuer à analyser et optimiser systématiquement notre portefeuille d'emballages et éviter l'utilisation d'au moins 100 000 tonnes de matériaux d'emballage.

#### Nos progrès

Nous élargissons la portée de notre écodesign d'emballage en remplaçant PIQET, outil évaluant la performance environnementale de nos emballages, par Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction (EcodEX, l'éco-conception pour le Développement et l'Introduction de Produits Durables), une approche plus globale couvrant l'intégralité de la chaîne de valeur.

Nous avons mené à terme le transfert de PIQET à EcodEX dans le monde entier au travers de huit webinars ayant rassemblé 63 participants, qui formeront à leur tour des spécialistes en emballage sur leurs sites et dans leurs marchés respectifs.

En 2014, nous avons évité d'utiliser 45 805 tonnes de matériaux d'emballage (2013: 66 594 tonnes), soit une économie de CHF 77,4 millions.



### Nespresso élargit le recyclage et la réutilisation de l'aluminium

Dans le cadre de sa nouvelle stratégie de durabilité, «The Positive Cup», Nespresso renforce ses capacités pour collecter les capsules d'aluminium usagées là où la marque est commercialisée et les recycler pour en fabriquer de nouvelles, p. ex. au Royaume-Uni et en France. Grâce aux progrès réalisés ces cinq dernières années, 100% des matériaux pour capsules d'aluminium achetés par Nespresso seront conformes à la nouvelle norme de l'Aluminium Stewardship Initiative en cours de développement. Pour assurer le recyclage et la réutilisation des capsules, Nespresso continue de déployer des programmes ad hoc dans de nouveaux marchés. Plus de 14 000 points de collecte de capsules ont été installés dans 31 pays et un service de collecte à domicile est disponible dans quinze pays.



### Nos perspectives

L'emballage de nos produits est essentiel pour prévenir le gaspillage alimentaire, garantir la qualité et informer les consommateurs. Lors de la conception de nos emballages, nous évaluons globalement l'impact environnemental des matériaux. L'innovation et la rénovation servent à améliorer la performance et la fonctionnalité, tout en optimisant poids et volume.

Notre défi est de trouver un emballage optimal qui nous permette d'économiser des matériaux et d'éviter le gaspillage alimentaire. Leaders dans le développement et l'utilisation des matériaux renouvelables de sources durables, nous tenons compte des impératifs de performance des emballages et des produits. Nous soutenons aussi des initiatives de recyclage et de récupération d'énergie à partir d'emballages usagés et utilisons les matériaux recyclés lorsque cela est approprié et bon pour l'environnement.

27 Chiffres 2013 actualisés en raison de certaines de nos grandes coentreprises ayant fourni des données environnementales pour la première fois en 2013, mais n'ayant pas à ce moment-là de données de consommation liées aux matériaux d'emballages.



# Durabilité environnementale

## Notre engagement

### Évaluer et optimiser l'impact environnemental de nos produits

#### Nos objectifs

Pour améliorer la performance environnementale de nos produits, nous devons mieux comprendre leur impact tout au long de leur cycle de vie et le gérer efficacement.

**D'ici 2014** – Étendre l'outil EcodEX à tous les sites de recherche et développement.<sup>28</sup>

**D'ici 2017** – Élargir encore la portée de nos bases de données sur les matières premières agricoles utilisées dans EcodEX.

**D'ici 2017** – Identifier ou actualiser et traiter les points sensibles en termes de durabilité pour quinze catégories de produits.

#### Nos progrès

En 2013, des points sensibles en termes de durabilité ont été identifiés et traités pour douze catégories de produits avec un an d'avance. En 2014, nous avons actualisé nos actions pour traiter tous les points sensibles dans treize catégories de produits. Tous les nouveaux produits sont soumis à une évaluation de la durabilité environnementale.

L'outil d'écodesign EcodEX est maintenant déployé dans toute l'organisation de recherche et développement et testé dans plusieurs pays. En 2014, cinq sessions de formation et neuf webinars ont ainsi été organisés pour 312 participants au total.

A ce jour, 5740 projets représentant plus de 16 507 scénarios (2013: 5200 projets, 15 500 scénarios)<sup>29</sup> ont été évalués à l'aide de nos outils d'écodesign (couvrant des projets de développement d'emballages et de produits).

#### Nos perspectives

Selon nous, un produit écologique dépend d'abord d'un bon écodesign fondé sur une bonne compréhension de l'équilibre complexe entre les impacts environnementaux de son cycle de vie et d'autres impératifs. Nous avons réalisé des évaluations du cycle de vie pour nos principales catégories de produits.

Notre outil EcodEX permet aux concepteurs d'analyser plus rapidement et efficacement les impacts. Il est déployé graduellement pour garantir son adoption et résoudre les problèmes soulevés par les nouveaux utilisateurs, p. ex. s'habituer à interpréter les résultats.

Nous cherchons maintenant à élargir le champ des données pour mieux couvrir les matières premières agricoles qui constituent une large part de l'impact environnemental de nombreux produits.

### Test de la méthode de l'UE pour l'évaluation environnementale des aliments

En 2014, la Commission européenne a lancé une étude pilote de trois ans pour développer une méthodologie commune de l'empreinte environnementale pour 25 catégories de produits et deux secteurs d'activité. Les trois applications Nestlé pour co-diriger l'élaboration de Règles relatives à l'empreinte environnementale des catégories de produits (PEFCR) ont été sélectionnées par la Commission européenne: Nestlé Waters pour l'eau embouteillée, *Nespresso* et *Nescafé* pour le café et Nestlé Purina pour les aliments pour animaux de compagnie. Ce projet établira et validera le processus de développement des PEFCR, dont l'élaboration de critères de performance pour tester différents systèmes de conformité et de vérification, et des modes de communication.

<sup>28</sup> Centres de R&D et Centres de Technologie Produits.

<sup>29</sup> Un projet est une description détaillée de tous les différents scénarios d'emballage d'un produit. Un scénario est un système d'emballage (p. ex. canettes d'aluminium dans du carton ondulé, bouteilles en verre dans du film rétractable, etc.).

92% de nos réfrigérants industriels ont été remplacés par des réfrigérants naturels en 2014



## Notre engagement

### Faire preuve de leadership dans la lutte contre le changement climatique

#### Nos objectifs

**D'ici 2014** – Etendre l'utilisation des réfrigérants naturels, qui ne détruisent pas la couche d'ozone et ont un impact négligeable sur le changement climatique, dans nos systèmes de réfrigération industriels.

**D'ici 2015** – Utiliser des réfrigérants naturels pour tous nos nouveaux congélateurs-bahuts pour glaces.

**D'ici 2015** – Réduire de 35% les émissions directes de gaz à effet de serre (GES) par tonne de produit par rapport à 2005, soit une réduction absolue des émissions de GES.

#### Nos progrès

Lors de la Semaine du climat des Nations Unies, Nestlé a pris des engagements ambitieux, notamment en signant:

- la déclaration «Protégeons le climat, plate-forme des leaders d'entreprise» des Nations Unies;
- le «Trillion Tonne Communiqué» du Prince of Wales Corporate Leaders Group;
- la Déclaration de New York sur les Forêts; et
- les six initiatives d'action du CDP sur les objectifs scientifiques de réduction des GES, l'électricité renouvelable, la déforestation, l'information et le dialogue sur le changement climatique et la tarification du carbone.

Nous avons commencé à introduire «Mind the Science, Mind the Gap», une méthodologie issue d'une collaboration entre le CDP, l'Institut des ressources mondiales, le Pacte mondial des Nations Unies et le WWF pour inciter les entreprises à fixer des objectifs scientifiques de réduction des GES.

En 2014, nous avons abandonné 92% de nos réfrigérants industriels (2013: 93%) pour des réfrigérants naturels. Cette légère baisse est le résultat de quelques cessions d'installations utilisant des réfrigérants naturels. Nos nouveaux congélateurs-bahuts pour glaces (70% des dépenses totales de Nestlé liées aux congélateurs) consomment ainsi 50% d'énergie en moins.

Nous avons réduit nos émissions directes de GES par tonne de produit de 40% depuis 2005, soit une réduction absolue de 11,4% et 5% de plus que notre objectif pour 2015 (2013: baisse des émissions directes de GES de 35% entre 2005 et 2013), avec une hausse de la production de 48% depuis 2005.

#### Nos perspectives

Notre engagement à faire preuve de leadership dans la lutte contre le changement climatique dépasse la réduction des émissions dans l'air. Il inclut aussi la gestion responsable de l'eau, les efforts pour atteindre zéro déchets, l'utilisation efficace de l'énergie et des ressources, le passage à des carburants plus propres, l'investissement dans des sources d'énergie renouvelables, l'optimisation des réseaux de distribution et l'aide à l'adaptation des systèmes agricoles et de production au changement climatique.

L'entreprise n'est qu'une partie de la solution; nous souhaitons collaborer à un niveau plus large et soutenons donc un éventail d'initiatives au sein du secteur et multi-institutions. Nous aidons aussi les producteurs à s'adapter au changement climatique et les consommateurs à réduire la consommation énergétique et les émissions lors de la préparation des repas.



#### Formation à l'environnement et l'eau pour des communautés d'Indonésie

Notre fabrique de Kejayan en Indonésie est bâtie dans une zone rurale où la communauté tire ses revenus de l'agriculture mais connaît mal les bonnes pratiques de préservation de l'eau et y est peu sensibilisée. Nestlé s'engage en faveur d'une gestion durable de l'eau bénéficiant aux parties prenantes de toute la chaîne de valeur. En 2014, nous avons lancé un programme d'éducation environnementale sensibilisant les écoliers et les aidant à influencer leurs parents à contribuer eux aussi à la préservation de l'environnement et de l'eau. Ce programme sera mis en œuvre dans chaque école élémentaire du sous-district, touchant plus de 1000 écoliers par an, et en 2015 dans toute l'Indonésie via le programme «Nestlé Healthy Kids».



# Durabilité environnementale

## Notre engagement

Préserver les richesses naturelles, notamment les forêts

### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Garantir que 30% du volume de nos douze catégories de matières premières prioritaires sont évalués et conformes à nos Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable, ou que des plans d'amélioration sont en cours pour préserver les richesses naturelles.

**D'ici 2015** – Réaliser des programmes d'amélioration dans toutes les fabriques proches de zones aquifères importantes<sup>30</sup> pour améliorer notre impact sur les environs.

### Nos progrès

28% du volume de nos catégories prioritaires proviennent de sources responsables, conformément à nos directives (2013: 17%).

En 2014, nos engagements incluaient le soutien à la Déclaration de New York sur les Forêts, qui vise à stopper et inverser la déforestation.

Nous continuons d'identifier des programmes d'amélioration dans les fabriques proches de zones aquifères importantes et nous communiquerons nos progrès à cet égard l'année prochaine.

### Nos perspectives

Beaucoup de nos matières premières proviennent des exploitations et des forêts et nous savons que notre réussite à long terme dépend des produits et services fournis par les richesses naturelles. C'est pourquoi, dans notre engagement en faveur des richesses naturelles, nous affirmons notre intention de gérer nos activités de manière à protéger forêts, biodiversité et services écosystémiques, d'agir en gestionnaire responsable des richesses naturelles, de publier un rapport sur les risques et les réponses, d'aider les consommateurs à faire des choix plus éclairés et de travailler avec les parties prenantes.

Nous sommes proactifs dans la lutte contre la déforestation grâce à une meilleure traçabilité et au dialogue avec les fournisseurs, promettant via notre engagement contre la déforestation que nos produits ne seront pas associés à cette pratique. Nous continuons de travailler avec des partenaires pour obtenir des données crédibles sur les lieux de déforestation et identifier les zones aquifères importantes proches de nos activités.

En 2014, nous avons soutenu la Déclaration de New York sur les Forêts visant à stopper et inverser la déforestation, et approuvé l'initiative du CDP sur le changement climatique en vue de supprimer la déforestation liée aux matières premières dans toutes les chaînes d'approvisionnement d'ici 2020. Nous avons aussi partagé la résolution du Consumer Goods Forum à mobiliser des ressources dans nos entreprises pour atteindre zéro déforestation nette d'ici 2020.



### Protection des forêts d'Amérique latine grâce à la biodigestion

En 2014, Nestlé a investi CHF 24 750 pour fournir à quinze petits éleveurs panaméens des biodigesteurs qui transforment les déchets animaux en gaz pour la cuisson et la fertilisation. En traitant le fumier, les biodigesteurs évitent de polluer l'environnement. La fourniture d'une source d'énergie plus durable réduit les émissions de GES et l'éleveur n'a plus besoin de brûler du bois, ce qui réduit la déforestation dans les environs.

<sup>30</sup> Zones liées à l'eau protégées par la loi ou faisant l'objet d'un accord de préservation qui, si elles sont détériorées ou disparaissent, pourraient avoir des répercussions négatives significatives ou disproportionnées sur les bénéfices environnementaux, sociaux, culturels ou économiques découlant de la région dans laquelle elles se trouvent.

Nous avons réduit nos émissions directes de GES par tonne de produit de **40%** depuis 2005



## Notre engagement

Fournir des informations significatives et exactes sur l'environnement, et dialoguer

### Notre objectif

**D'ici 2016** – Donner accès à des informations environnementales factuelles aux consommateurs dans tous les pays pour leur permettre de faire des choix éclairés et d'améliorer leur impact environnemental.

### Nos progrès

Nous nous servons des moyens de contact (numériques, emballages et points de vente) pour informer les consommateurs des améliorations et difficultés environnementales.

En 2014, nous avons continué de fournir des données environnementales factuelles scientifiquement prouvées issues de l'analyse du cycle de vie (ACV) dans 109 pays (2013: 109 pays).

Nous avons lancé la Nestlé Solution for Environmental and Social External Communications Approval (NESECA), un outil interne en ligne pour améliorer la qualité des communications environnementales et sociales externes.

### Nos perspectives

En fournissant des informations environnementales significatives et exactes sur nos produits à différents points de contact au cours du cycle de vie, nous sensibilisons à l'environnement les millions de personnes qui les utilisent. Nous communiquons des données environnementales scientifiques au niveau de l'entreprise, des marchés et des marques. Ainsi, nous aidons les consommateurs à faire des choix éclairés et encourageons une consommation plus durable. Pour comprendre comment nos activités sont perçues, nous analysons en permanence les commentaires des consommateurs, réalisons des études de marque et nous tenons informés des principales études externes. Comme l'attestent les évaluations des consommateurs dans les enquêtes Corporate Equity Monitor de 2013 quant à l'affirmation «Nestlé respecte l'environnement», nos résultats sont meilleurs que la moyenne du marché dans 24 pays sur 31; Nestlé surpasse aussi nettement le meilleur concurrent dans douze de ces pays.

L'outil NESECA a renforcé notre validation interne des communications environnementales et sociales par un processus d'approbation plus solide basé sur des données fiables et documentées.

Nous soutenons aussi le développement de bonnes pratiques de communication en collaboration avec l'industrie et les gouvernements via la Table ronde européenne pour une production et une consommation alimentaires durables et l'Initiative européenne «Empreinte environnementale des produits».



### Aider les consommateurs à améliorer leur impact environnemental

En scannant un code QR avec un téléphone portable, les consommateurs d'*Everyday a+ Milk* et de *Nestea* en Inde accèdent sur Internet à des informations leur permettant d'améliorer leur impact environnemental lors de la préparation des repas et du nettoyage. Ils apprennent comment préparer le verre de thé glacé idéal et obtiennent des conseils pour économiser l'énergie au quotidien. Le site comporte aussi une section sur le cycle de vie expliquant comment nous fabriquons les produits, p. ex. le lait UHT.



# Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

Les *Principes de conduite des affaires* du groupe Nestlé reflètent notre engagement en faveur d'une culture forte de la conformité comme base non négociable de notre méthode de conduite des affaires. Nous soutenons pleinement les principes directeurs du Pacte mondial des Nations Unies sur les droits de l'Homme et le travail et veillons à offrir un exemple de bonnes pratiques en la matière à travers toutes nos activités commerciales. Nos principes sont applicables et nous sommes prêts à faire le nécessaire pour que notre Entreprise soit gérée selon notre engagement, grâce au reporting interne (système de signalement en matière d'intégrité) et aux audits externes (CARE).

 Pour tous les objectifs, nous entendons tenir notre engagement d'ici le 31 décembre de l'année indiquée.

## Notre engagement

Évaluer l'impact sur les droits de l'Homme dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement

### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Couvrir tous les pays FTSE4Good<sup>31</sup> concernés où nous opérons et former nos collaborateurs pour réduire les risques liés aux droits de l'Homme dans nos activités.

**D'ici 2015** – Inclure les droits de l'Homme dans les douze catégories de matières premières couvertes par les Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable de Nestlé.

### Nos progrès

En 2014, nous avons formé 7485 collaborateurs aux droits de l'Homme dans onze pays FTSE4Good concernés. Depuis 2011, nous en avons formé 49444 dans 64 pays.

Les douze catégories sont couvertes par les clauses sur les droits de l'Homme des LDAR de Nestlé et certaines comportent d'autres clauses spécifiques dans ce domaine.

En 2014, nous avons évalué l'impact sur les droits de l'Homme au Pakistan et formalisé sous forme d'engagement du Groupe nos LDAR en amont de toutes les chaînes d'approvisionnement, jusqu'aux exploitations.

### Nos perspectives

Nestlé opère dans le respect fondamental des droits des personnes que nous employons, avec qui nous traitons et interagissons dans notre chaîne de valeur. En maintenant ces normes strictes dans l'ensemble de l'Entreprise, notre approche de la conformité est plus efficace (p. ex. dans notre lutte contre le travail des enfants et la corruption) et nous veillons à ce que les droits de l'Homme (p. ex. la liberté d'association des travailleurs, l'accès à l'eau des communautés locales ou la vie privée des consommateurs) soient respectés.

Nous poursuivons le déploiement de notre programme de diligence raisonnable en matière de droits de l'Homme (HRDD) et nous efforçons de progresser sans cesse dans ce domaine. Le dialogue avec les parties prenantes étant l'un des huit piliers du programme, en avril 2014, sur la base de notre rapport *Talking the Human Rights Walk*, nous avons consulté les parties prenantes à Londres sur notre approche des droits de l'Homme et du développement rural. Une discussion, animée par le Danish Institute for Human Rights, a réuni 20 spécialistes de ce domaine issus d'ONG, organismes intergouvernementaux, groupes de réflexion, consultants et associations professionnelles. Les résultats seront intégrés à notre programme HRDD général et dans les futures évaluations de l'impact sur les droits de l'Homme que nous réaliserons.



### Solliciter les conseils des experts

La Corporate Social Responsibility Initiative de la Harvard Kennedy School of Government est un programme pluridisciplinaire et pluripartite étudiant les contributions publiques des entreprises privées, conciliant la théorie et la pratique en associant responsabilité d'entreprise, gouvernance et stratégie. Elle élabore une étude de cas sur les huit piliers du programme de diligence raisonnable de Nestlé en matière de droits de l'Homme: axée sur les processus internes et les partenariats externes établis par la Société avec des ONG, cette étude de cas portera sur l'alignement du programme de Nestlé avec les Principes directeurs des Nations Unies pour les droits de l'Homme et les entreprises et sur sa mise en œuvre au niveau des pays en partenariat avec d'autres parties.

En 2014, nous  
avons sensibilisé  
**12 458** producteurs  
aux problèmes  
du travail des enfants



## Notre engagement

### Eradiquer le travail des enfants lié aux matières premières clés

#### Notre objectif

**D'ici 2015** – Finaliser des plans d'action pour réduire le travail des enfants dans nos chaînes d'approvisionnement vanille, noisettes et cacao, former 60 000 producteurs sur le travail des enfants, construire ou rénover 60 écoles et couvrir 80% des coopératives avec un système de surveillance et d'éradication du travail des enfants (100% d'ici 2016).

#### Nos progrès

En collaboration avec la Fair Labor Association (FLA), notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants (CLMRS) identifie l'étendue du travail des enfants dans notre chaîne d'approvisionnement du cacao afin d'en comprendre les principales causes et de développer des mesures appropriées.

Fin 2014, il couvrait 22 coopératives de cacao et nous avait permis d'identifier plusieurs cas de travail des enfants dans notre chaîne et de mettre en place des mesures correctives. 12 458 producteurs et 35 736 membres de communautés ont été sensibilisés aux problèmes du travail des enfants dans le cadre du CLMRS. En 2014, la FLA a publié les résultats de son premier audit de notre chaîne du cacao en Côte d'Ivoire, soulignant les points à améliorer pour respecter le code de conduite de la FLA. De plus amples informations sur les progrès réalisés via le *Nestlé Cocoa Plan* figurent en page 21.

Les directives de la stratégie d'approvisionnement responsable en vanille de Nestlé visent à lutter contre le travail des enfants dans le secteur malgache de la vanille par le biais d'investissements dans des infrastructures comme les écoles et d'une assistance technique, activités qui se sont poursuivies en 2014.

#### Nos perspectives

Nous entendons éradiquer toutes les formes de travail des enfants de notre chaîne d'approvisionnement, tout en respectant les situations familiales et les besoins légitimes du développement rural. Nous faisons preuve d'ouverture et de transparence sur cette question et la façon dont nous la traitons. Nous devons travailler avec des tiers pour identifier les cas problématiques, puis pour en traiter les causes profondes. Nous avons lancé notre CLMRS en 2013, sur la recommandation de la FLA. Les causes sous-jacentes du travail des enfants sont complexes et la majorité des cas dans notre chaîne se rencontre au sein de l'unité familiale.

Cette lutte requiert un travail conjoint du secteur, des ONG, des gouvernements et des autorités locales avec les communautés. Nestlé par exemple investit dans des écoles, collabore avec les autorités pour améliorer l'accès aux certificats de naissance ou soutient les femmes en leur garantissant de meilleurs revenus personnels.



#### Favoriser l'autonomisation des femmes pour lutter contre le travail des enfants

Les femmes ont un rôle clé à jouer dans la lutte contre le travail des enfants, car c'est souvent elles qui s'occupent du foyer. Nous voulons les aider à améliorer leurs conditions de vie et éradiquer le travail des enfants en actualisant les trois priorités du Plan d'action Nestlé pour les femmes dans la chaîne d'approvisionnement du cacao: favoriser l'égalité des chances, permettre aux femmes de s'exprimer et accroître leurs revenus.

En 2014, nous avons lancé une série de formations sur les questions d'égalité des sexes en Côte d'Ivoire pour offrir plus d'opportunités aux femmes et faire tomber des barrières sociales et culturelles. Nous proposerons cette formation à toutes les coopératives d'ici 2017. Avec la FLA, nous allons travailler avec des associations de femmes pour accroître leur participation et leur influence dans le secteur. L'une des causes majeures du travail des enfants étant le manque d'argent, nous aidons aussi les femmes à produire plus de cultures vivrières à vendre.

31 FTSE4Good est une série d'indices d'investissement éthique de la Bourse de Londres. Il est conçu de manière à mesurer objectivement la performance des entreprises qui répondent à des normes de responsabilité d'entreprise mondialement reconnues.



# Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

## Notre engagement

Garantir que tous les collaborateurs et parties prenantes puissent facilement signaler d'éventuelles infractions de conformité

### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Faire en sorte que le système de signalement en matière d'intégrité Nestlé (mécanisme de plaintes interne) ou autre soit opérationnel sur tous les marchés Nestlé et que les informations sur les mesures prises par le Groupe pour gérer les inquiétudes et les plaintes soient à la disposition des employés.

**D'ici 2015** – Élargir notre communication sur le système de plaintes externe «Tell us» à 5000 fournisseurs et 1000 partenaires commerciaux en aval (distributeurs p. ex.) de produits de Nestlé Nutrition, ainsi que dans les pays de la première phase identifiés par l'Entreprise afin de favoriser le signalement des incidents de non-conformité par toutes les parties prenantes.

**D'ici 2016** – Renforcer la sensibilisation à l'existence de canaux de signalement confidentiels dans toute l'organisation.

**D'ici 2016** – Continuer de développer la communication sur «Tell us» auprès des fournisseurs et partenaires commerciaux en aval.

### Nos progrès

Fin 2014, le système interne de signalement en matière d'intégrité était en place dans 98% des pays.<sup>32</sup> A des fins de transparence et d'approche unifiée, le nombre total de messages et de contenus portant sur des infractions en termes de corruption/pots-de-vin, style de direction, pratiques du travail, discrimination et harcèlement est communiqué depuis 2013 dans le rapport *Nestlé et la société: Création de valeur partagée*.

Les fournisseurs sont informés du système «Tell us» par le biais du Code de conduite pour les fournisseurs.

### Nos perspectives

Nous encourageons employés, fournisseurs et parties prenantes à signaler toute pratique ou action inadaptée ou illégale chez Nestlé. Nous enquêtons dûment sur toutes les plaintes avec impartialité et interdisons les représailles. En cas d'infraction avérée, Nestlé agit avec fermeté pour y mettre un terme immédiat et prend les mesures correctives appropriées. Nous souhaitons rendre «Tell us» accessible à toutes les parties prenantes externes. Nous voulons élargir progressivement nos communications, d'abord sous forme de pilote dans les pays identifiés comme zones à haut risque, avant de l'étendre à tous les pays où Nestlé opère (lorsque la loi locale de protection des données le permet). Notre but est d'aider les gens à comprendre nos différents canaux de signalement et les inciter à les utiliser.

## Notre engagement

Lutter contre la corruption et les pots-de-vin

### Nos objectifs

**D'ici 2015** – Renforcer le Programme anti-corruption et le faire connaître sur tous les marchés et dans toutes les entreprises. Déployer une nouvelle formation en ligne sur la conformité pour que les collaborateurs comprennent ce que l'on attend d'eux.

**D'ici 2016** – Adopter des procédures locales de mise en application de la Politique anti-corruption dans les marchés et entreprises où cela est nécessaire.

**D'ici 2017** – Veiller à ce que tous les collaborateurs ayant un ordinateur aient suivi la formation en ligne sur la conformité.

### Nos progrès

Nous intégrons le Principe 10 du Pacte mondial des Nations Unies dans nos *Principes de conduite des affaires* et notre *Code de conduite professionnelle* depuis 2004. En 2014, Nestlé a signé l'Appel mondial à l'action contre la corruption des Nations Unies.

Nous proposons des formations en ligne et en classe aux collaborateurs depuis 2008. En 2014, 9369 personnes ont suivi la formation sur les pots-de-vin et la corruption.

### Nos perspectives

Pour poursuivre nos activités, nous devons satisfaire aux normes de conduite des affaires les plus strictes à tous les niveaux. Nestlé promet donc des produits reposant sur la qualité, le prix, la compétitivité et la durabilité et non sur des avantages abusifs. Nous luttons contre toutes les formes de corruption et agissons résolument pour mettre un terme immédiat à toute violation potentielle d'intégrité. Notre programme d'audit CARE nous permet de surveiller les processus anti-corruption, favorisant l'identification de domaines à améliorer ou d'opportunités de formation complémentaire. Les collaborateurs sont encouragés à signaler toute mauvaise conduite via notre système de signalement en matière d'intégrité.

<sup>32</sup> Ce chiffre inclut les marchés ayant d'autres systèmes en place et qui satisfont déjà aux exigences du système de signalement en matière d'intégrité.

## Notre engagement

Garantir que toutes les unités de Nestlé disposent des systèmes de base de protection de la sécurité et de la santé pour tous les collaborateurs

### Notre objectif

**D'ici 2016** – Garantir que des systèmes solides de gestion de la sécurité et de la santé sont en place pour tous les employés, de sorte que l'on retrouve le même niveau de sécurité et de protection dans toutes les activités.

### Nos progrès

Fin 2014, des systèmes certifiés de gestion de la sécurité et de la santé OHSAS 18001 étaient en place dans 444 fabriques, 119 centres de distribution, 26 centres de R&D, 30 bureaux et 30 services extérieurs (2013: 442 fabriques, 130 centres de distribution et 25 centres de R&D).

Un réseau mondial de spécialistes de la sécurité et de la santé a été créé pour aider les collaborateurs des bureaux et de la vente à tenir cet engagement. Il permet aux marchés de partager des informations et pratiques, et aide à identifier les bonnes pratiques. En 2014, des plans d'action ont été mis en place pour combler les lacunes de certification restantes et un solide système de surveillance a été établi pour suivre les progrès dans toute l'Entreprise.

### Nos perspectives

Tous les secteurs font face à des dangers et risques inhérents. Chez Nestlé, ces dangers ont une importance accrue du fait de l'étendue de nos activités mondiales. Bien que nous fassions déjà partie des entreprises modèles de notre secteur en matière de sécurité et de santé, nous visons l'excellence avec comme but ultime «zéro maladie liée au travail». Cet objectif ambitieux, parfaitement conforme à nos *Principes de conduite des affaires*, est soutenu par divers programmes et initiatives présentés dans notre feuille de route Sécurité et Santé. L'une de nos principales initiatives consiste à étendre la portée de nos programmes de sécurité et de santé au-delà de nos activités de production et de distribution, pour y inclure nos collègues travaillant dans la R&D, la vente et les bureaux. C'est cet objectif que l'on retrouve dans notre engagement visant à mettre en place des systèmes de gestion certifiés 18001 pour toutes nos catégories d'employés.

## Notre engagement

Améliorer la parité hommes-femmes au sein de nos effectifs

### Notre objectif

**D'ici 2018** – Être une entreprise offrant une parité hommes-femmes en créant les conditions propices pour augmenter chaque année le pourcentage de femmes cadres et cadres supérieurs (membres de la direction des marchés et rôles clés au siège).

### Nos progrès

En 2014, 25% de nos cadres supérieurs et 34% de nos cadres étaient des femmes (2013: 31%). Nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif 2018. Nous avons lancé une formation sur les préjugés inconscients et plus de 77 formateurs transmettent ces valeurs à nos cadres et professionnels RH sur nos marchés dans le monde.

### Nos perspectives

Selon nous, la diversité dans nos affaires et notre chaîne d'approvisionnement est un véritable atout, qui doit être encouragé et cultivé. De plus, l'évolution du rôle des femmes et des hommes dans la société ces dernières années a créé un besoin de parité à tous les niveaux professionnels. Nestlé est convaincue que les modes de pensée, dans leur diversité, se complètent et favorisent de meilleures décisions. Nous restons toutefois opposés à des quotas artificiels. Nous préférons prendre des mesures stratégiques pour la création d'un écosystème de travail dans lequel hommes et femmes peuvent progresser de la même manière. En 2010, nous avons lancé au niveau mondial les Directives sur l'environnement de travail flexible chez Nestlé puis, en 2012, les Directives sur les aménagements de travail flexible afin d'aider les collaborateurs travaillant au siège à concilier vie privée et vie professionnelle. Depuis lors, plus de 25 marchés ont défini des politiques de travail flexible qui leur sont propres.

Nous avons introduit diverses pratiques bien accueillies par nos collaborateurs des deux sexes, dont des salles pour allaiter, des congés de paternité et des aménagements de travail flexibles.



**Samata Alidu, productrice de maïs et cueilleuse de karité, Ghana**

Productrice de maïs et cueilleuse de karité, Samata Alidu (40 ans) vit à Gushie, au nord du Ghana. Elle fait partie des 24 000 agricultrices qui ont récemment été formées à de meilleures pratiques agricoles via le projet d'amélioration de la qualité des céréales de Nestlé. Grâce aux conseils de nos agronomes, elle a plus que doublé sa production.

«L'impact sur la communauté a été immense. Je peux maintenant payer les frais scolaires de mes enfants et leur coudre des uniformes. Et il me reste même un peu d'argent.»



# Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

## Notre engagement

Offrir 20 000 opportunités d'emploi à des jeunes de moins de 30 ans chez Nestlé en Europe

### Notre objectif

**D'ici 2016** – Recruter 10 000 jeunes et 10 000 stagiaires ou apprentis de moins de 30 ans en Europe pour aider à lutter contre le chômage de cette tranche d'âge.

### Nos progrès

Le lancement en 2013 de «Nestlé needs YOUth» a été suivi par celui de l'«Alliance for YOUth» en septembre 2014. Cette Alliance rassemble des entreprises qui proposent des places d'apprentissage et des postes à plein temps à de jeunes gens. Environ 200 sociétés se sont associées à cette initiative, qui jouit d'une bonne image auprès des institutions européennes, des gouvernements, des institutions scolaires et des syndicats.

Fin 2014, «Nestlé needs YOUth» avait aidé 11 832 jeunes à trouver un emploi ou un apprentissage. Plus précisément, nous avons organisé plus de 1 675 manifestations de préparation à l'emploi, mobilisant 5 652 collaborateurs en Europe.

Une extension mondiale de l'initiative a été annoncée par l'Administrateur délégué Paul Bulcke lors du Forum sur la Création de valeur partagée 2014. L'initiative mondiale pour les jeunes a deux objectifs: recruter et former la nouvelle génération de dirigeants Nestlé et aider les jeunes à réussir leur entrée dans le monde du travail (grâce à des apprentissages, des stages et des programmes de préparation à l'emploi).

Nestlé a recruté 7 690 jeunes pour des postes temporaires et fixes, ainsi que 4 142 stagiaires ou apprentis de moins de 30 ans.

### Nos perspectives

Attirer et retenir les meilleurs talents est vital pour s'assurer un avantage concurrentiel dans une économie en lente reprise. Dans le cadre de notre croissance, nous avons aussi la possibilité de soutenir l'économie et de former la future génération en leur offrant des opportunités de formation et de carrière. Le chômage des jeunes est un problème majeur dans le monde et ce programme sera bientôt mondialisé.

En Europe, un jeune sur quatre est sans emploi. Nestlé s'engage à proposer des milliers de postes, stages et apprentissages aux moins de 30 ans d'ici 2016. Ces postes concernent tous les niveaux de l'entreprise (opérateurs en atelier, assistants de vente et directeurs d'activités).

Une surveillance régulière de tous les marchés européens nous permet de suivre nos progrès. Avec l'initiative «Nestlé needs YOUth», nous renforçons notre image de marque d'employeur offrant des opportunités intéressantes, en encourageant notamment la coopération entre nos marchés.



### «Alliance for YOUth»

En juin 2014, Nestlé a lancé le projet «Alliance for YOUth» afin de mobiliser les entreprises déterminées à jouer un rôle positif pour aider à lutter contre la crise du chômage des jeunes en Europe. Fin 2014, environ 200 entreprises européennes s'étaient associées à l'initiative, s'engageant à créer plus de 100 000 opportunités pour les jeunes dans les années à venir. «Alliance for YOUth» est le premier mouvement professionnel paneuropéen qui promet d'aider les jeunes à mieux se préparer à entrer dans le monde du travail et à améliorer leurs chances sur un marché de l'emploi exigeant.

«Nestlé needs YOUth» a aidé **11 832** jeunes européens à trouver des opportunités d'emploi ou d'apprentissage en 2014



## Notre engagement

Garantir la formation de nos collaborateurs en matière de Création de valeur partagée, nutrition (Nutrition Quotient NQ) et durabilité environnementale

### Nos objectifs

Avec une formation et une aide adaptées, nous pensons que chacun chez Nestlé peut jouer un rôle dans la Création de valeur partagée.

**D'ici 2014** – Intégrer la Création de valeur partagée dans les cours de notre Centre de formation international en Suisse (quelque 3000 cadres actuels et futurs concernés chaque année), concevoir des formations en ligne et les mettre à disposition de tous les collaborateurs, et tester un nouveau cours de formation à la direction.

**D'ici 2015** – Pour la formation Nutrition Quotient (NQ)<sup>33</sup>, faire en sorte que tous les collaborateurs de Nestlé suivent au moins une fois le module NQ Foundation d'ici fin 2015, dont un module en ligne.

**D'ici 2016** – Renforcer notre capacité à tenir nos engagements en sensibilisant nos collaborateurs à l'environnement. Organiser la formation de sensibilisation à l'environnement dans tous les pays.

### Nos progrès

La Création de valeur partagée est fermement ancrée dans tous les cours de notre Centre de formation international et toutes les Zones, ce qui a profité à 2398 cadres actuels et futurs en 2014.

Nous avons conçu avec ProfitAbility un module de formation sous forme de jeu pour aider les cadres de Nestlé à comprendre la Création de valeur partagée et à adopter un comportement la favorisant. Cette solution est en place dans notre Centre de formation international et sera déployée dans le monde entier.

Fin 2014, 310833 collaborateurs dans le monde avaient suivi la formation NQ<sup>33</sup> depuis son lancement en 2007 et 51 113 avaient effectué une remise à niveau (2013: 108083).

Nous avons organisé des sessions de formation et de sensibilisation à l'environnement pour les employés dans 86 pays (2013: 79). Nous avons en outre déployé notre nouvel atelier sur le leadership en matière de durabilité environnementale dans le Centre de formation international et les marchés. Nous avons lancé des sessions de formation des formateurs pour appuyer son accélération dans les pays où nous opérons.

Les cadres supérieurs ont aussi la possibilité de participer au Programme de durabilité et commerce du Prince de Galles à l'université de Cambridge.

### Nos perspectives

En tant que Société leader en Nutrition, Santé et Bien-être, nous nous soucions de nos collaborateurs et souhaitons leur offrir une formation influant positivement sur leurs activités quotidiennes. Nous commençons donc à inclure la Création de valeur partagée dans les cours de gestion pour développer les capacités et la compréhension des cadres. Nous proposons une formation en nutrition basée sur les priorités de santé publique les plus récentes, intitulée Nutrition Quotient (NQ), à tous les collaborateurs Nestlé, quels que soient leur lieu et leurs conditions de travail. Nous voulons ainsi les aider à prendre des décisions éclairées sur leur alimentation, celle de leur famille et, si c'est leur rôle, celle des consommateurs.

Enfin, nous développons nos programmes de sensibilisation à l'environnement pour encourager une culture de l'amélioration continue, ayant pour but des pratiques commerciales plus durables au plan environnemental. Nous devons trouver un équilibre entre inciter et permettre aux gens de créer de la valeur partagée, tout en garantissant que nous ne leur imposons pas trop de formations et d'informations. La clé: une approche stratégique, basée sur nos priorités en matière de Création de valeur partagée.

<sup>33</sup> Le programme de formation Nutrition Quotient de Nestlé aide nos collaborateurs à faire des choix nutritionnels, à titre privé et professionnel, sur la base des données scientifiques les plus récentes.

# Nos engagements avec les parties prenantes

**Maintenir un dialogue efficace avec nos parties prenantes est indispensable à la Création de valeur partagée dans toute la chaîne de valeur Nestlé. Tenir nos engagements nécessite une approche collaborative; nous devons donc écouter et comprendre les opinions de nos parties prenantes, et répondre à leurs attentes.**

## Notre approche

Notre engagement dans le monde est coordonné de manière centralisée via des Forums sur la Création de valeur partagée et de rencontres régulières avec les parties prenantes. Nos diverses entreprises dialoguent également avec ces dernières au niveau national.

Ces Forums portent sur le rôle de l'entreprise dans la gestion de défis clés, notamment en matière de nutrition, de développement rural et d'eau.

Les rencontres avec les parties prenantes traitent des problèmes spécifiques à notre Société et aux domaines principaux de la Création de valeur partagée. Des rencontres ont eu lieu en 2007 (Genève), 2008 (Washington DC), 2009 (Genève et Kuala Lumpur), 2011 (New Delhi et Londres), 2012 (Nairobi et Londres), 2013 (Londres) et 2014 (Londres et Jakarta).

Les résultats de ces rencontres sont transmis aux dirigeants et pris en compte dans l'élaboration de politiques, stratégies et actions pour l'année suivante. Les comptes rendus les concernant sont aussi à la base de notre analyse de pertinence.

## Forum sur la Création de valeur partagée 2014

Le 9 octobre 2014, Nestlé a co-organisé le 6<sup>e</sup> Forum sur la Création de valeur partagée en Suisse avec la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement. Cette année, nous avons réfléchi à la façon de placer le rôle du secteur au cœur de la société. Le Forum a offert un espace de débat à plus de 20 experts internationaux éminents de gouvernements, d'universités, de la société civile et d'entreprises, ainsi qu'à des centaines d'autres participants. Les discussions ont porté sur la manière d'accélérer le développement durable, notamment concernant la nutrition, l'eau et le développement rural. Plus de 200 invités ont assisté à l'événement sur place et 4621 via Internet. Le Forum a aussi été suivi par 5948 personnes sur Twitter.



## Prix de la Création de valeur partagée 2014

Cette année, le Prix de la Création de valeur partagée a été remis à Honey Care Africa, une société d'Afrique de l'Est spécialisée dans le commerce équitable du miel, qui travaille actuellement avec 15 000 agriculteurs au Soudan du Sud.

## Rencontres 2014 avec les parties prenantes

En 2014, des représentants d'ONG, universités, gouvernements et organismes internationaux ont assisté à nos deux rencontres avec les parties prenantes (49 à Londres et 91 à Jakarta).

Les discussions ont surtout concerné le modèle commercial de Nestlé et notre rôle dans une action collective pour faciliter le changement en matière de développement durable.

Les participants ont salué la transparence et l'approche d'écoute active de Nestlé, tout comme la présence de la direction. Ils ont estimé que leurs commentaires avaient été entendus et suivis d'effet. Ils ont formulé diverses recommandations, notamment dans le secteur de la nutrition, la santé et le bien-être (voir ci-contre).

## Principaux groupes de parties prenantes externes

Le réseau mondial de nos parties prenantes est vaste. Il va des personnes avec qui nous dialoguons régulièrement dans le cadre de nos opérations à celles dont les prises de position publiques influencent nos activités. Les groupes suivants sont indispensables à la réussite continue de nos activités (par ordre alphabétique):

- Actionnaires et communauté financière
- Agences de notation
- Associations industrielles et commerciales
- Clients
- Collaborateurs
- Communautés
- Consommateurs et public en général
- Fournisseurs (producteurs et petits exploitants inclus)
- Gouvernements
- ONG
- Organisations intergouvernementales
- Universités

«Le prix de la Création de valeur partagée est une reconnaissance exceptionnelle du dur labeur et de la passion de notre équipe, nos agriculteurs et nos consommateurs en Afrique. Mais il nous offre surtout l'opportunité de bâtir une relation de longue durée avec Nestlé, en associant notre chaîne d'approvisionnement durable locale à l'expertise et aux ressources mondiales de Nestlé.»

Madison Ayer, Président et CEO de Honey Care Africa

## Recommandations des parties prenantes

Source: SustainAbility

<p><b>Développer et communiquer une vision et une ambition à long terme de la Création de valeur partagée pour Nestlé, dans sa globalité et dans chaque domaine clé de la Création de valeur partagée.</b></p>	<p>Les parties prenantes souhaitent que Nestlé conçoive une vision à plus long terme de ce à quoi la «Société leader dans le monde en Nutrition, Santé et Bien-être» ressemblera dans 5, 10 et 15 ans et éventuellement dans différents pays ou régions. Elles encouragent Nestlé à continuer de se concentrer sur les résultats garantis si l'Entreprise tient ses engagements en termes de nutrition, de santé et de bien-être.</p>
<p><b>Accélérer les changements dans le portefeuille pour que les produits deviennent les meilleurs de leurs catégories, en insistant sur l'ajout de bons composants et l'élimination des mauvais, en fournissant des recommandations utiles concernant les portions et en se séparant des marques nocives pour la santé.</b></p>	<p>Les parties prenantes appellent Nestlé à continuer de s'intéresser activement aux ingrédients de base (sucre, graisses et sel) et de travailler sur l'enrichissement en micronutriments dans les pays à revenus faible et moyen. Certaines souhaitent que Nestlé se sépare de ses produits les moins sains et d'autres veulent savoir ce qu'elle peut faire pour améliorer les recommandations concernant les portions.</p>
<p><b>S'engager plus activement dans le programme sur la nutrition des jeunes enfants.</b></p>	<p>Nestlé est invitée à trouver un terrain d'entente avec les organisations de ce secteur complexe. Pour les parties prenantes, les retards de croissance et l'obésité infantile sont des problèmes de santé urgents contre lesquels Nestlé peut jouer un rôle plus actif et trouver des solutions.</p>
<p><b>Garantir que le marketing de Nestlé est irréprochable dans tous les marchés et que la Société utilise son influence pour améliorer le marketing dans l'ensemble du secteur.</b></p>	<p>Nestlé devrait inciter le secteur à redéfinir l'environnement marketing auquel les enfants sont confrontés et travailler avec les distributeurs pour favoriser des pratiques marketing plus responsables (réduction ou abandon des promotions d'achats multiples d'aliments riches en sucre, sel et graisses).</p>
<p><b>Utiliser le pouvoir de plaidoyer et de mobilisation de Nestlé auprès des gouvernements et des autres acteurs du marché pour encourager une meilleure santé et une meilleure nutrition.</b></p>	<p>Les parties prenantes souhaitent voir Nestlé faire pression sur les gouvernements et influencer positivement la législation du secteur concernant les programmes de santé et de nutrition. Elles aimeraient qu'elle soit leader du secteur dans la prévention du diabète et la promotion de politiques de nutrition plus saines. Elles l'encouragent aussi à lutter contre la faim et la malnutrition, en se concentrant sur les retards de croissance.</p>
<p><b>Contribuer à ce que tout le secteur sache comment «bien faire ET faire des profits» et influencer les comportements des entreprises et des consommateurs.</b></p>	<p>Les parties prenantes aimeraient que Nestlé soit transparente sur ses défis dans sa quête d'équilibre entre profits et changement à court et long terme, surtout dans les environnements concurrentiels où d'autres ne cherchent pas à être les premiers, p. ex. dans des régions comme la Chine. Elles souhaiteraient que Nestlé encourage la recherche et les données susceptibles d'inciter les entreprises à agir ou les consommateurs à changer de comportement alimentaire, comme le coût économique du gaspillage alimentaire ou la façon d'influencer des décisions alimentaires plus saines.</p>
<p><b>Exploiter les systèmes existants tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour encourager et lancer des activités dans le domaine de l'éducation au niveau local élémentaire afin d'accroître la compréhension et la sensibilisation aux questions de santé et de nutrition (y compris la sécurité alimentaire et les maladies non transmissibles) des cultivateurs, fournisseurs, employés, communautés, consommateurs, entreprises et étudiants.</b></p>	<p>Les parties prenantes reconnaissent que la nutrition est une problématique complexe avec une dynamique intégrée qui touche toute la chaîne d'approvisionnement (de l'exploitation à l'assiette: cultivateurs en bonne santé – récoltes saines – nutrition saine – personnes en bonne santé). Elles souhaitent que Nestlé sensibilise à ce thème et améliore la formation, en particulier dans le domaine de la santé publique, de la nutrition (valeurs seuil pour le sucre et le sel) et de la sécurité alimentaire, afin d'encourager la lutte contre les maladies non transmissibles et le «double fardeau» de la malnutrition. On lui recommande de s'engager au niveau local élémentaire, p. ex. dans des groupes mère-enfant dans les villages.</p>
<p><b>Partager des données de recherche, des informations et des bonnes pratiques.</b></p>	<p>Les parties prenantes sont d'accord pour dire que les actions collectives pourraient contribuer à combler les lacunes d'information et à harmoniser la communication des messages clés au public. Nestlé est appelée à partager ses données et ses bonnes pratiques issues d'autres marchés à des fins de reproductibilité et de mise à l'échelle (p. ex. sur le travail sur les droits de l'Homme, les données de santé et de nutrition ou encore le modèle «greening supply chain» du Pakistan).</p>
<p><b>Dépasser la seule notion de conformité dans la pyramide de la Création de valeur partagée et les engagements, et être plus ambitieuse.</b></p>	<p>Les parties prenantes veulent que Nestlé s'exprime plus clairement sur ses objectifs plus ambitieux afin d'avoir un impact sur les bonnes pratiques du secteur.</p>

# Pertinence

## Qu'est-ce qu'une question pertinente?

Selon les directives G4 de la Global Reporting Initiative (GRI), les questions pertinentes (ou aspects pertinents) sont celles qui « reflètent les impacts économiques, environnementaux et sociaux majeurs de l'organisation, ou influent de manière importante sur les évaluations et décisions des parties prenantes. »

Plus simplement, il s'agit des questions les plus importantes pour notre activité et nos parties prenantes. Nous déterminons les questions économiques, sociales et environnementales les plus préoccupantes pour nos parties prenantes externes en fonction des risques ou opportunités qu'elles présentent pour Nestlé, notamment pour notre réputation, nos activités et nos finances. Cela nous aide à atteindre plusieurs objectifs:

- nous tenir informés des changements et nouveaux défis de notre secteur;
- créer une solide base de décision sur les thèmes traités dans notre rapport sur la Création de valeur partagée, lequel doit répondre à tous les besoins d'information des parties prenantes;
- satisfaire aux exigences G4 du GRI en termes de pertinence.

## Révision de notre test de pertinence

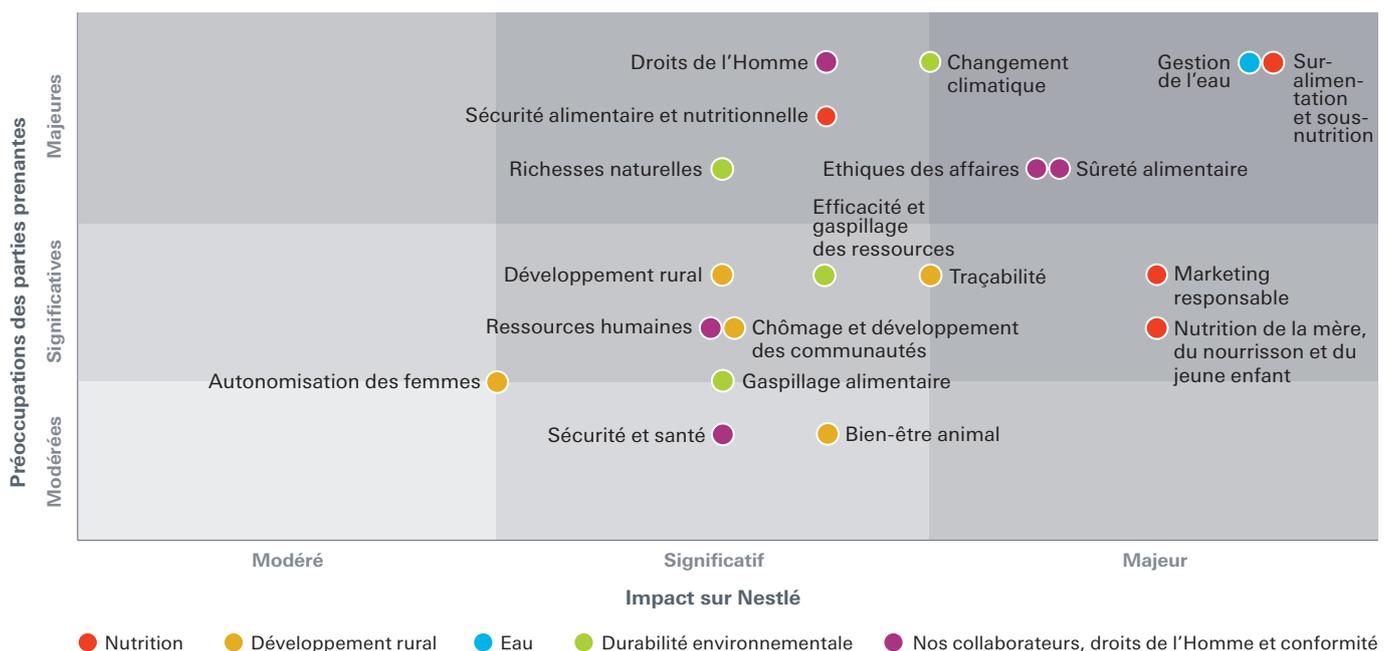
En 2014, nous avons chargé SustainAbility, groupe indépendant de réflexion et de conseil stratégique, de réévaluer les questions pertinentes de Nestlé. Sa méthodologie rigoureuse a permis une notation et un classement de ces questions plus précis que les années précédentes: après l'identification des questions et nombreuses parties prenantes externes concernées par chacune d'elles, le degré de préoccupation des parties prenantes et l'impact commercial de chaque question ont été évalués, puis les questions ont été représentées graphiquement sur une matrice de pertinence.

Cette année, nous avons prêté une attention particulière aux intérêts et priorités de la communauté d'investissement socialement responsable, via des sources de suivi comme l'indice Access to Nutrition, l'indice de durabilité Dow Jones, les résolutions des actionnaires et les rapports d'analystes sur le secteur agroalimentaire.

## Evaluation des impacts dans la chaîne de valeur

Pour la première fois en 2014, des questions pertinentes ont été prises en compte et cartographiées sur la chaîne de valeur. Cela a été réalisé en fonction de l'endroit et du moment des impacts de chacune d'elles dans la chaîne de valeur en termes de finance, d'activité et de réputation, p. ex. pendant la production agricole, dans la chaîne d'approvisionnement, pendant le traitement et la production par Nestlé, au point de vente ou au moment où un produit parvient au consommateur. Ainsi, notre surveillance et nos rapports sur une question sont axés sur les endroits de notre chaîne de valeur où l'impact est le plus fort.

Matrice de la pertinence Nestlé 2014



## Questions pertinentes de Nestlé

Notre matrice de la pertinence 2013 reposait sur une mise à jour de celle de 2012, conçue pour approfondir et actualiser l'analyse. La matrice 2014 est basée sur une toute nouvelle évaluation de la pertinence.

Les questions suivantes sont **nouvelles** ou ont été **redéfinies** à partir de l'analyse de 2013:

- Ethiques des affaires
- Nutrition de la mère, du nourrisson et du jeune enfant
- Efficacité et gaspillage des ressources
- Traçabilité
- Marketing responsable
- Ressources humaines
- Chômage et développement des communautés
- Autonomisation des femmes

Nos 19 questions pertinentes ont été regroupées dans nos huit catégories de Création de valeur partagée:

Nutrition	
<b>Sécurité alimentaire et nutritionnelle</b>	Contribuer à la disponibilité et l'accessibilité d'aliments sains et nutritifs en quantité suffisante.
<b>Suralimentation et sous-nutrition</b>	Encourager Nutrition, Santé et Bien-être tout au long de la vie. Aider à lutter contre la suralimentation, la sous-nutrition, les carences en micronutriments, le surpoids et l'obésité, et les maladies non transmissibles en modifiant le portefeuille, développant et rénovant les produits et services et à travers les Produits à Positionnement Populaire.
<b>Nutrition de la mère, du nourrisson et du jeune enfant</b>	Améliorer la nutrition des mères, nourrissons et enfants pour de meilleurs résultats en termes de santé et bien-être.
<b>Marketing responsable</b>	Garantir une commercialisation adaptée aux consommateurs visés et façonner leurs comportements pour encourager de meilleurs résultats en termes de santé et d'environnement.
Développement rural	
<b>Bien-être animal</b>	Protéger le bien-être des animaux dans la chaîne d'approvisionnement et les tests de produits, promouvoir leur santé et leur bien-être.
<b>Développement rural</b>	Soutenir, directement et indirectement, l'activité économique et améliorer les revenus des agriculteurs dans la chaîne d'approvisionnement pour favoriser des communautés agricoles durables.
<b>Autonomisation des femmes</b>	Faire en sorte que les femmes participent pleinement à la société et l'économie dans toute la chaîne de valeur.

## Développement des communautés

<b>Chômage et développement des communautés</b>	Améliorer la vie des gens en les faisant participer à la société et la communauté, et améliorer l'accès à l'emploi, l'éducation et le développement de compétences.
---	---

## Approvisionnement responsable

<b>Traçabilité</b>	Garantir que les ingrédients clés ont été cultivés et traités de manière responsable et que leur origine peut être retracée.
--------------------	--

## Eau

<b>Gestion de l'eau</b>	Mettre en œuvre, individuellement et/ou collectivement, les actions nécessaires à la gestion durable des ressources en eau partagées, notamment garantir l'accès à l'eau, l'assainissement et l'hygiène.
-------------------------	--

## Durabilité environnementale

<b>Changement climatique</b>	Réduire les émissions de GES et contribuer à l'atténuation des effets négatifs du changement climatique et à l'adaptation à ces derniers.
<b>Gaspillage alimentaire</b>	Eviter les pertes de matières premières et le gaspillage des aliments, y compris par le consommateur, dans la distribution, la fabrication et la culture.
<b>Richesses naturelles</b>	Identifier et préserver les éléments des services écosystémiques qui génèrent de la valeur, directement et indirectement.
<b>Efficacité et gaspillage des ressources</b>	Réduire l'utilisation directe et indirecte des ressources et le gaspillage, optimiser les possibilités de récupération, réutilisation ou recyclage des sous-produits, et éliminer les déchets de manière adaptée.

## Droits de l'Homme et conformité

<b>Ethiques des affaires</b>	Soutenir les principes éthiques dans l'entreprise et sur le lieu de travail.
<b>Sûreté alimentaire</b>	Garantir un produit de grande qualité et prévenir les risques pour la santé liés à la manipulation, la préparation et le stockage dans la chaîne de valeur.
<b>Droits de l'Homme</b>	Respecter les droits de l'Homme dans nos activités commerciales, opérations et chaînes d'approvisionnement.

## Nos collaborateurs

<b>Ressources humaines</b>	Entretien de bonnes relations avec les employés et favoriser de bonnes conditions de travail.
<b>Sécurité et santé</b>	Cibler zéro accident sur le lieu de travail et encourager les comportements sûrs et propices à la santé des collaborateurs.

# Récapitulatif de nos engagements



Engagements	Objectifs	Moyens
Asseoir notre leadership en matière de savoir sur la nutrition des enfants	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Lancer de vastes projets de recherche dans au moins dix pays, dont les États-Unis, le Mexique, la Chine et la Russie, pour approfondir la compréhension sur la nutrition des enfants et informer sur notre propre développement de produits et services.<sup>1</sup></li> </ul>	<p>Dans le cadre de la feuille de route sur la Nutrition, Santé et Bien-être, lancer de vastes études et recherches pour identifier les carences en nutriments clés et les habitudes alimentaires et modes de vie des femmes enceintes, bébés et enfants jusqu'à douze ans, y compris:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feeding Infants and Toddlers Study (FITS)</li> <li>• Kids Nutrition and Health Study (KNHS)</li> <li>• Etudes du Nestlé Nutrition Institute (NNI)</li> </ul>
Etre à la tête du secteur dans la recherche sur la nutrition et la santé via des collaborations	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Poursuivre le développement et l'intégration des capacités en nutrition moléculaire et des stratégies cliniques du Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) et de l'Unité de développement clinique Nestlé en vue d'améliorer la prise en charge des maladies via des solutions nutritionnelles.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Recentrer les activités du Centre de Recherche Nestlé (CRN) autour de cinq plateformes clés où nous pouvons faire la différence: vieillir en bonne santé, plaisir sain, 1000 premiers jours de la vie et «Nestlé Healthy Kids», nutrition durable, sûreté alimentaire et intégrité.</li> </ul>	<p>Créée en 2011, Nestlé Health Science est une filiale détenue intégralement par Nestlé. Sur la base des connaissances générées par le Nestlé Institute of Health Sciences, elle développe des solutions nutritionnelles innovantes pour les personnes souffrant de maladies chroniques. Nestlé Health Science se concentre sur cinq domaines: soins vitaux, santé des consommateurs, santé cérébrale, santé métabolique et santé gastro-intestinale.</p>
Offrir des produits équilibrés au plan nutritionnel pour les enfants	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>2</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup> applicables aux enfants, basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires, notamment celles de l'OMS et de l'IOM.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>2</sup> continuent de remplir tous les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup> applicables aux enfants.</li> </ul>	<p>Système des profils nutritionnels de Nestlé, révisé en permanence pour refléter les dernières données scientifiques</p> <p>Tous les produits pour enfants évalués selon les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup></p> <p>Rénovation des produits.</p> <p>Stratégie Nestlé pour une croissance saine des enfants</p>
Aider à réduire le risque de sous-nutrition par l'enrichissement en micronutriments	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Atteindre les 200 milliards de portions d'aliments et de boissons enrichis en micronutriments servis annuellement dans le monde, en vue de résoudre le problème des carences en micronutriments, notamment chez les enfants et les femmes en âge de procréer.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Développer des cultures biofortifiées et lancer de nouveaux produits sur les marchés clés afin d'élargir notre portefeuille de produits enrichis et d'en faire profiter les communautés productrices locales.</li> </ul>	<p>Politique Nestlé d'enrichissement en micronutriments – définit des objectifs d'enrichissement significatif et des seuils de sécurité (2000, mise à jour en 2011).</p> <p>Programme Nestlé de biofortification: achat, dans des pays en développement, d'aliments de base cultivés de manière conventionnelle et biofortifiés pour favoriser leur culture et leur consommation.</p>
Réduire le sodium (sel) dans nos produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>2</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup> pour le sodium afin d'encourager une réduction du sel dans l'alimentation des enfants.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Réduire encore de 10% la teneur en sel de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup>, pour une réduction progressive du sel même dans les produits les plus complexes de notre portefeuille.</li> </ul>	<p>Politique Nestlé sur le sel (2005, mise à jour en 2014) sur la base des recommandations de l'OMS</p>

**Légende:** ● Atteint ○ En bonne voie ○ Commencé récemment ⊕ Nouvel objectif

## Nutrition

Engagements	Objectifs	Moyens
Réduire le sucre dans nos produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Réduire à 9g ou moins la teneur en sucre de chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>2</sup> ou adolescents<sup>4</sup> afin de promouvoir la réduction du sucre dans l'alimentation des enfants.</li> <li>❶ <b>D'ici 2016</b> – Réduire encore de 10% la teneur en sucre de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup>, pour une amélioration continue même au niveau des produits les plus complexes de notre portefeuille.</li> </ul>	Politique Nestlé sur le sucre (2007, mise à jour en 2014) sur la base des recommandations de l'OMS
Réduire les graisses saturées et supprimer les graisses trans dans nos produits <sup>5</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2014</b> – Garantir que 100% des produits pour enfants<sup>2</sup> remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup> pour les graisses saturées afin de promouvoir une réduction des graisses saturées dans l'alimentation des enfants.</li> <li>❶ <b>D'ici 2016</b> – Réduire encore de 10% la teneur en graisses saturées de tous les produits concernés ne remplissant pas les critères de la Nestlé Nutritional Foundation<sup>3</sup> et supprimer les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées (HPH), pour une amélioration continue même au niveau des produits les plus complexes de notre portefeuille.</li> </ul>	<p>Politique Nestlé sur les graisses saturées (2009, mise à jour en 2014) sur la base des recommandations de l'OMS</p> <p>Politique Nestlé sur les graisses trans (2003, mise à jour en 2014) sur la base des recommandations de l'OMS</p>
Encourager la consommation de céréales complètes et de légumes	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Garantir un meilleur contenu nutritionnel, faire en sorte qu'il y ait plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants<sup>2</sup> ou adolescents<sup>4</sup>.</li> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Déployer le programme de cours de cuisine <i>Maggi</i> dans 30 pays pour promouvoir la cuisine à base de céréales complètes et de légumes.</li> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Faire en sorte que 90% du portefeuille de produits <i>Maggi</i> dans le monde encouragent la cuisine maison et les repas contenant des légumes.</li> </ul>	<p>Engagement public visant à ajouter des céréales complètes dans les céréales pour petit-déjeuner</p> <p>Promotion de la consommation de légumes par des cours de cuisine maison et des repas sains</p>
Fournir des informations et conseils nutritionnels sur toutes nos étiquettes	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2016</b> – Faire en sorte que, dans le monde, tous nos produits alimentaires et boissons concernés<sup>6</sup> portent un étiquetage sur les Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ) sur la face avant de l'emballage, afin d'informer les consommateurs sur le contenu nutritionnel.</li> <li>❶ <b>D'ici 2016</b> – Appliquer l'étiquetage RNJ basé sur des valeurs de référence pour enfants à tous les produits conçus pour les enfants<sup>2</sup>, lorsque la réglementation l'autorise, pour permettre aux parents de faire de meilleurs choix nutritionnels pour leurs enfants.</li> <li>❶ <b>D'ici 2016</b> – Faciliter l'accès aux informations en fournissant de plus amples renseignements sur les produits et des conseils nutritionnels sur les emballages, par le biais de codes QR (Quick Response) pour smartphones.</li> </ul>	<p>Norme Nestlé sur l'étiquetage du <i>Compas Nutritionnel Nestlé</i> (2005, mise à jour en 2011)</p> <p>Norme Nestlé sur l'étiquetage nutritionnel/ Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ) (2006, mise à jour en 2013)</p>
Fournir des recommandations concernant les portions	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Fournir des recommandations concernant les portions pour tous les produits enfants<sup>2</sup> et familles afin d'encourager la consommation de portions saines.</li> </ul>	<p>Initiative Nestlé sur les recommandations concernant les portions</p> <p>«Livres sur les portions» de Nestlé, publiés pour les catégories de produits par Zone</p> <p>Rendre l'estimation de la portion et de la fréquence de consommation appropriée la plus intuitive possible (projet lancé en 2011)</p>

Engagements	Objectifs	Moyens
Promouvoir des régimes alimentaires et modes de vie sains, dont l'activité physique	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Mener notre programme mondial «Nestlé Healthy Kids» dans 80 pays, ainsi que le programme «Kids' Athletics» de l'Association Internationale des Fédérations d'Athlétisme (IAAF) pour améliorer la nutrition, la santé et le bien-être des enfants dans le monde.</li> </ul>	Programme «Nestlé Healthy Kids» (lancé en 2009): apprendre aux écoliers à adopter des régimes alimentaires sains et des modes de vie actifs, en partenariat avec les parties prenantes spécialisées, notamment l'Association Internationale des Fédérations d'Athlétisme en 2013.
Promouvoir une bonne hydratation dans le cadre d'une saine hygiène de vie	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Poursuivre le déploiement de notre programme de sensibilisation à une bonne hydratation, basé sur des faits et destiné aux professionnels de la santé, soignants et parents dans le monde, afin de mieux faire comprendre les bénéfices de l'eau comme élément clé d'une bonne hydratation.</li> </ul>	<p>Collecte de données médicales et sensibilisation, surtout des enfants, à l'importance de l'hydratation pour la santé (projet lancé en 2010)</p> <p>Modules sur une bonne hydratation du projet WET (Water Education for Teachers)</p> <p>Programme mondial «Nestlé Healthy Kids»</p>
Proposer des programmes de formation pour de bonnes pratiques alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>⌚ <b>En cours</b> – Offrir des programmes et services de formation sur la nutrition aux professionnels traitant les problèmes de sous-nutrition et de suralimentation dans le monde (Nestlé Nutrition Institute).</li> <li>⌚ <b>En cours</b> – Offrir aux parents et soignants des formations scientifiques pratiques sur la nutrition mettant l'accent sur l'importance des 1000 premiers jours (de la conception au deuxième anniversaire de l'enfant), y compris la nutrition maternelle pendant la grossesse et la promotion de l'allaitement comme meilleure méthode pour un bon départ dans la vie (<i>Start Healthy Stay Healthy</i>).</li> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Atteindre plus d'un million de professionnels de la santé via les services éducatifs en ligne du Nestlé Nutrition Institute en neuf langues.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Toucher plus de cinq millions de mères et soignants dans le monde via les services éducatifs multilingues en ligne sur la nutrition du programme <i>Start Healthy Stay Healthy</i>.</li> </ul>	<p>Le Nestlé Nutrition Institute (NNI) dirige des programmes et services destinés aux professionnels de la santé, portant sur les 1000 premiers jours de la vie, de la conception au deuxième anniversaire.</p> <p>Offrir aux parents et soignants une formation nutritionnelle sur l'importance des 1000 premiers jours (de la conception à l'âge de deux ans). Cela inclut la nutrition maternelle pendant la grossesse et la promotion de l'allaitement comme meilleure méthode pour un bon départ dans la vie.</p> <p><i>Start Healthy Stay Healthy</i> – notre programme interactif de formation scientifique</p>
Garantir une communication marketing responsable pour les enfants	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Instaurer une politique renforcée pour la communication marketing adressée aux enfants.</li> </ul>	Politique de communication marketing adressée aux enfants
Commercialiser les substituts du lait maternel de manière responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>⌚ <b>En cours</b> – Dans le cadre de nos efforts pour promouvoir une bonne nutrition dans les 1000 premiers jours de la vie et encourager l'allaitement, communiquer publiquement sur nos progrès concernant la commercialisation responsable des substituts du lait maternel.</li> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Faire en sorte que l'activité de nutrition infantile de Wyeth, récemment acquise, remplisse les critères de l'indice FTSE4Good.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Continuer à renforcer nos pratiques afin que Nestlé Nutrition Infantile et Wyeth Nutrition Infantile remplissent toujours les critères de l'indice FTSE4Good.</li> </ul>	<p>Conformité au Code de l'OMS mis en œuvre par les gouvernements et à la Politique et aux Instructions Nestlé pour la Mise en Œuvre du Code de l'OMS</p> <p>Recours à des tiers indépendants pour vérifier et valider nos politiques et pratiques</p>

**Légende:** ● Atteint ⌚ En bonne voie ○ Commencé récemment ⊕ Nouvel objectif



## Développement rural

Engagements	Objectifs	Moyens
Déployer le Cadre de développement rural pour comprendre les besoins des producteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Poursuivre les évaluations de base dans les pays essentiels à notre activité et présentant des besoins sociaux importants afin de nous aider à concilier nos activités et les priorités des communautés locales.</li> </ul>	Notre Cadre de développement rural <sup>7</sup> nous aide à adopter une approche cohérente du développement rural, garantissant que nos activités traitent les vrais problèmes sur le terrain. Nous définissons des priorités mondiales tout en restant flexibles dans l'adaptation aux défis locaux spécifiques. Le Cadre associe les approches de développement et de droits de l'Homme aux défis rencontrés par les producteurs, travailleurs et communautés dans les zones rurales.
Etablir une chaîne d'approvisionnement responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Améliorer et prouver la conformité au Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé et réaliser 10 000 audits sur l'approvisionnement responsable, avec une conformité totale de 70%.</li> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Garantir la traçabilité de 40% des volumes des douze catégories de matières premières prioritaires (huile de palme, soja, sucre, pâte et papier, café, cacao, laitages, poissons et fruits de mer, karité, vanille, noisettes, ainsi que viande, volaille et œufs).</li> </ul>	<p>Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé</p> <p>Programme d'approvisionnement responsable et de traçabilité de Nestlé</p> <p>Partenariats avec des tiers</p>
Déployer le <i>Nestlé Cocoa Plan</i> auprès des producteurs de cacao	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Acheter 100 000 tonnes de cacao via le <i>Nestlé Cocoa Plan</i>.</li> <li>+ <b>D'ici 2016</b> – Acheter 120 000 tonnes de cacao via le <i>Nestlé Cocoa Plan</i> et achever le déploiement de notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants afin d'identifier les cas concrets dans toutes les coopératives du <i>Nestlé Cocoa Plan</i> en Côte d'Ivoire.</li> <li>+ <b>D'ici 2017</b> – Acheter 150 000 tonnes de cacao via le <i>Nestlé Cocoa Plan</i>.</li> </ul>	<p>Soutien aux producteurs pour rentabiliser leur exploitation, éradication du travail des enfants et développement d'une chaîne d'approvisionnement durable pour le cacao de Nestlé.</p> <p>Le <i>Nestlé Cocoa Plan</i> est en place en Côte d'Ivoire, au Ghana, en Equateur, au Venezuela, au Mexique, au Brésil et en Indonésie.</p>
Déployer le <i>Nescafé Plan</i> auprès des producteurs de café	<ul style="list-style-type: none"> <li>❶ <b>D'ici 2015</b> – Améliorer la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement du café; acheter 180 000 tonnes de café via Farmer Connect<sup>8</sup>, 100% conformes aux normes minimales de durabilité de 4C.<sup>9</sup></li> <li>❶ <b>D'ici 2020</b> – Améliorer la qualité, la quantité et la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement du café; distribuer 220 millions de plantules de café<sup>10</sup> et acheter 90 000 tonnes de café conforme aux principes du Réseau Agriculture Durable.<sup>11</sup></li> </ul>	<p>Accent mis sur la consommation, la production et la fabrication durables</p> <p>Adhésion à la Common Code for the Coffee Community (4C) Association</p> <p>Partenariat avec Rainforest Alliance</p>

Engagements	Objectifs	Moyens
Améliorer l'efficacité et la durabilité de l'eau dans toutes nos activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Réduire nos captages d'eau directs par tonne de produit dans chaque catégorie de produits pour atteindre une réduction globale de 40% par rapport à 2005.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Etablir et appliquer des directives détaillées sur le droit humain à l'eau et à l'assainissement.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Définir des initiatives de gestion de l'eau et les lancer sur cinq sites hautement prioritaires.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Mettre en œuvre des projets d'économie d'eau sur tous les sites de production hautement prioritaires.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Réaliser 45 nouveaux bilans des ressources en eau sur certains sites de production et dans toutes les nouvelles implantations.</li> </ul>	Engagement Nestlé sur la gestion de l'eau
Prôner des politiques et une gestion de l'eau efficaces	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Continuer d'établir le partenariat public-privé du 2030 Water Resources Group en ajoutant deux pays par an et de développer et diffuser le Catalogue mondial des bonnes pratiques.<sup>12</sup></li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Soutenir le lancement du Guide de bonnes pratiques commerciales pour le droit humain à l'eau et à l'assainissement du «CEO Water Mandate» et tester le Guide dans le cadre de notre diligence raisonnable de l'eau dans certains pays.<sup>13</sup></li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Soutenir le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dans sa recherche de 50 signataires du WASH Pledge.<sup>14</sup></li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Lancer le déploiement de l'International Water Stewardship Standard de l'Alliance for Water Stewardship en l'appliquant sur au moins cinq sites.<sup>12</sup></li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Collaborer avec la plateforme Sustainable Agriculture Initiative (SAI) et le Sustainable Food Lab (SFL) pour mettre en œuvre l'initiative collaborative d'évaluation et d'atténuation des risques liés à l'eau dans au moins une zone d'approvisionnement en matières premières agricoles.<sup>15</sup></li> </ul>	Engagement Nestlé sur la gestion de l'eau
Assurer un traitement efficace des eaux usées	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Appliquer les nouvelles exigences environnementales renforcées de Nestlé pour la qualité de l'eau et les rejets d'effluents dans toutes les fabriques afin d'aider à protéger l'environnement.</li> </ul>	Engagement Nestlé sur la gestion de l'eau Exigences environnementales de Nestlé
Dialoguer avec les fournisseurs, en particulier dans le secteur agricole	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Définir et commencer à mettre en œuvre des plans d'action pour économiser l'eau en amont de notre chaîne d'approvisionnement pour le café, le sucre, le riz et les céréales sur les sites hautement prioritaires.</li> </ul>	Engagement Nestlé sur la gestion de l'eau Initiative mondiale sur l'agriculture durable
Sensibiliser à l'importance de la préservation de l'eau et améliorer l'accès à l'eau et l'assainissement dans notre chaîne de valeur	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Garantir à chaque collaborateur de Nestlé un accès approprié à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène sur son lieu de travail.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Donner à 350 000 personnes des communautés locales accès à des projets liés à l'eau, l'assainissement et l'hygiène autour de nos sites de production et dans les zones Farmer Connect.</li> </ul>	Engagement Nestlé sur la gestion de l'eau Engagement pour l'accès à l'eau potable, à l'assainissement et à l'hygiène sur le lieu de travail (WASH Pledge) du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

**Légende:** ● Atteint   ● En bonne voie   ○ Commencé récemment   ⊕ Nouvel objectif

Engagements	Objectifs	Moyens
Améliorer l'efficacité des ressources dans nos activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Atteindre zéro déchets pour élimination définitive dans 10% de nos fabriques.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Réduire notre consommation d'énergie par tonne de produit dans chaque catégorie de produits pour atteindre une réduction globale de 25% par rapport à 2005.</li> </ul>	<p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Nestlé Environmental Management System</p> <p>Engagement Nestlé contre le gaspillage alimentaire</p>
Améliorer la performance environnementale de nos emballages	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ <b>D'ici 2017</b> – Continuer à analyser et optimiser systématiquement notre portefeuille d'emballages et éviter l'utilisation d'au moins 100000 tonnes de matériaux d'emballage.</li> </ul>	<p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Nestlé Environmental Management System</p> <p>Packaging Impact Quick Evaluation Tool (PIQET)/Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction (EcodEX)</p>
Evaluer et optimiser l'impact environnemental de nos produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Etendre l'outil EcodEX à tous les sites de recherche et développement.<sup>16</sup></li> <li>① <b>D'ici 2017</b> – Elargir encore la portée de nos bases de données sur les matières premières agricoles utilisées dans EcodEX.</li> <li>① <b>D'ici 2017</b> – Identifier ou actualiser et traiter les points sensibles en termes de durabilité pour quinze catégories de produits.</li> </ul>	<p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Programme Sustainability by Design</p> <p>Réseau Sustainability by Design</p> <p>Outil d'écodesign EcodEX couvrant toute la chaîne de valeur</p> <p>Analyse du cycle de vie (ACV)</p> <p>Profils des catégories de durabilité Nestlé</p>
Faire preuve de leadership dans la lutte contre le changement climatique	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Etendre l'utilisation des réfrigérants naturels, qui ne détruisent pas la couche d'ozone et ont un impact négligeable sur le changement climatique, dans nos systèmes de réfrigération industriels.</li> <li>① <b>D'ici 2015</b> – Utiliser des réfrigérants naturels pour tous nos nouveaux congélateurs-bahuts pour glaces.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Réduire de 35% les émissions directes de gaz à effet de serre (GES) par tonne de produit par rapport à 2005, soit une réduction absolue des émissions de GES.</li> </ul>	<p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Engagement Nestlé sur le changement climatique</p>
Préserver les richesses naturelles, notamment les forêts	<ul style="list-style-type: none"> <li>① <b>D'ici 2015</b> – Garantir que 30% du volume de nos douze catégories de matières premières prioritaires sont évalués et conformes à nos Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable, ou que des plans d'amélioration sont en cours pour préserver les richesses naturelles.</li> <li>① <b>D'ici 2015</b> – Réaliser des programmes d'amélioration dans toutes les fabriques proches de zones aquifères importantes<sup>17</sup> pour améliorer notre impact sur les environs.</li> </ul>	<p>Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable de Nestlé</p> <p>Engagement Nestlé sur l'utilisation responsable des matières d'origine agricole</p> <p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Programme Sustainability by Design</p> <p>Réseau Sustainability by Design</p> <p>Nouvel outil d'écodesign EcodEX couvrant toute la chaîne de valeur</p> <p>Analyse du cycle de vie (ACV)</p>
Fournir des informations significatives et exactes sur l'environnement, et dialoguer	<ul style="list-style-type: none"> <li>① <b>D'ici 2016</b> – Donner accès à des informations environnementales factuelles aux consommateurs dans tous les pays pour leur permettre de faire des choix éclairés et d'améliorer leur impact environnemental.</li> </ul>	<p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale</p> <p>Stratégie de communication relative aux marques et à la Création de valeur partagée de Nestlé</p>



## Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

Engagements	Objectifs	Moyens
Evaluer l'impact sur les droits de l'Homme dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Couvrir tous les pays FTSE4Good<sup>18</sup> concernés où nous opérons et former nos collaborateurs pour réduire les risques liés aux droits de l'Homme dans nos activités.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Inclure les droits de l'Homme dans les douze catégories de matières premières couvertes par les Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable de Nestlé.</li> </ul>	<p>Principes de conduite des affaires du groupe Nestlé</p> <p>Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé</p> <p>Lignes Directrices pour un Approvisionnement Responsable de Nestlé</p> <p>Programme de diligence raisonnable en matière de droits de l'Homme</p> <p>Principes du Pacte mondial des Nations Unies</p> <p>Partenariat avec le «Danish Institute of Human Rights»</p>
Eradiquer le travail des enfants lié aux matières premières clés	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Finaliser des plans d'action pour réduire le travail des enfants dans nos chaînes d'approvisionnement vanille, noisettes et cacao, former 60 000 producteurs sur le travail des enfants, construire ou rénover 60 écoles et couvrir 80% des coopératives avec un système de surveillance et d'éradication du travail des enfants (100% d'ici 2016).</li> </ul>	<p>Programme d'approvisionnement responsable de Nestlé</p> <p>Rapport Nestlé sur les progrès en matière d'approvisionnement responsable en vanille à Madagascar</p> <p>Rapport Nestlé sur les progrès en matière d'approvisionnement responsable en noisettes en Turquie</p> <p>Plan d'action de Nestlé sur l'approvisionnement responsable en cacao en Côte d'Ivoire</p> <p>Adhésion à la Fair Labor Association</p>
Garantir que tous les collaborateurs et parties prenantes puissent facilement signaler d'éventuelles infractions de conformité	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Faire en sorte que le système de signalement en matière d'intégrité Nestlé (mécanisme de plaintes interne) ou autre soit opérationnel sur tous les marchés Nestlé et que les informations sur les mesures prises par le Groupe pour gérer les inquiétudes et les plaintes soient à la disposition des employés.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Elargir notre communication sur le système de plaintes externe «Tell us» à 5000 fournisseurs et 1000 partenaires commerciaux en aval (distributeurs p. ex.) de produits de Nestlé Nutrition, ainsi que dans les pays de la première phase identifiés par l'Entreprise afin de favoriser le signalement des incidents de non-conformité par toutes les parties prenantes.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Renforcer la sensibilisation à l'existence de canaux de signalement confidentiels dans toute l'organisation.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Continuer de développer la communication sur «Tell us» auprès des fournisseurs et partenaires commerciaux en aval.</li> </ul>	<p>Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé</p> <p>Code de conduite professionnelle de Nestlé</p> <p>Politique anti-corruption</p> <p>Principes de conduite des affaires du groupe Nestlé</p>
Lutter contre la corruption et les pots-de-vin	<ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ <b>D'ici 2015</b> – Renforcer le Programme anti-corruption et le faire connaître sur tous les marchés et dans toutes les entreprises. Déployer une nouvelle formation en ligne sur la conformité pour que les collaborateurs comprennent ce que l'on attend d'eux.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2016</b> – Adopter des procédures locales de mise en application de la Politique anti-corruption dans les marchés et entreprises où cela est nécessaire.</li> <li>⊕ <b>D'ici 2017</b> – Veiller à ce que tous les collaborateurs ayant un ordinateur aient suivi la formation en ligne sur la conformité.</li> </ul>	<p>Principes de conduite des affaires du groupe Nestlé</p> <p>Code de conduite professionnelle de Nestlé</p>

**Légende:** ● Atteint ○ En bonne voie ○ Commencé récemment ⊕ Nouvel objectif



## Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité

Engagements	Objectifs	Moyens
Garantir que toutes les unités de Nestlé disposent des systèmes de base de protection de la sécurité et de la santé pour tous les collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Garantir que des systèmes solides de gestion de la sécurité et de la santé sont en place pour tous les employés, de sorte que l'on retrouve le même niveau de sécurité et de protection dans toutes les activités.</li> </ul>	<p>Elargissement de la portée des systèmes de gestion existants pour garantir que tous les collaborateurs sont couverts, notamment dans la production, la chaîne d'approvisionnement, la R&amp;D, les bureaux et la vente.</p> <p>Recours à des auditeurs tiers pour vérifier la mise en application et certifier les systèmes selon la norme OHSAS 18001.</p>
Améliorer la parité hommes-femmes au sein de nos effectifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2018</b> – Etre une entreprise offrant une parité hommes-femmes en créant les conditions propices pour augmenter chaque année le pourcentage de femmes cadres et cadres supérieurs (membres de la direction des marchés et rôles clés au siège).</li> </ul>	Principes de gestion et de leadership de Nestlé et Principes de conduite des affaires du groupe Nestlé
Offrir 20000 opportunités d'emploi à des jeunes de moins de 30 ans chez Nestlé en Europe	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Recruter 10000 jeunes et 10000 stagiaires ou apprentis de moins de 30 ans en Europe pour aider à lutter contre le chômage de cette tranche d'âge.</li> </ul>	<p>Amélioration du recrutement direct</p> <p>Renforcement de l'apprentissage et des stages sur tous les marchés européens</p> <p>Programme «Nestlé needs YOUth»</p> <p>«Alliance for YOUth»</p>
Garantir la formation de nos collaborateurs en matière de Création de valeur partagée, nutrition (Nutrition Quotient NQ) et durabilité environnementale	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>D'ici 2014</b> – Intégrer la Création de valeur partagée dans les cours de notre Centre de formation international en Suisse (quelque 3000 cadres actuels et futurs concernés chaque année), concevoir des formations en ligne et les mettre à disposition de tous les collaborateurs, et tester un nouveau cours de formation à la direction.</li> <li>● <b>D'ici 2015</b> – Pour la formation Nutrition Quotient (NQ)<sup>19</sup>, faire en sorte que tous les collaborateurs de Nestlé suivent au moins une fois le module NQ Foundation d'ici fin 2015, dont un module en ligne.</li> <li>● <b>D'ici 2016</b> – Renforcer notre capacité à tenir nos engagements en sensibilisant nos collaborateurs à l'environnement. Organiser la formation de sensibilisation à l'environnement dans tous les pays.</li> </ul>	<p>Intégration de la Création de valeur partagée dans les programmes mondiaux de formation et de développement</p> <p>Programme de formation NQ (Nutrition Quotient)<sup>19</sup>; feuille de route Nutrition, Santé et Bien-être; United for Healthier Kids</p> <p>Politique de Nestlé en matière de durabilité environnementale, suivie par le Plan directeur de durabilité environnementale</p>

- 1 La Russie a remplacé la France dans les pays concernés par cet objectif.
- 2 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 12 ans, ou conçus pour ou perçus comme étant conçus pour cette tranche d'âge.
- 3 Les critères de la Nestlé Nutritional Foundation sont basés sur des données nutritionnelles scientifiques et des recommandations alimentaires de santé publique, telles que celles de l'Organisation mondiale de la Santé, de l'Institute of Medicine et d'autres instances mondiales ou locales. Nos produits sont évalués à l'aune de ces critères sur la base du Système des profils nutritionnels de Nestlé qui détermine leur valeur nutritionnelle et s'ils remplissent les critères de la Nestlé Nutritional Foundation.
- 4 Produits consommés à 50% au moins par des jeunes de moins de 18 ans, dont une majorité d'adolescents.
- 5 Cet engagement porte sur les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées dans nos produits.
- 6 Produits consommés chaque jour en quantité significative par les humains (pas les animaux de compagnie), qui apportent des calories et dont l'emballage présente une surface suffisante pour y mentionner les RNJ.
- 7 Créé pour regrouper toutes nos activités de développement rural, ce Cadre – renforcé par notre engagement en faveur du développement rural – est composé de trois piliers reposant sur la conformité, collaboration et défense des intérêts: des producteurs accomplis, des travailleurs productifs et respectés, des communautés prospères.
- 8 Notre programme d'achat direct par lequel nous engageons à nous approvisionner localement en matières premières, à offrir une assistance technique et à coopérer pour répondre aux normes d'approvisionnement les plus strictes.
- 9 La Common Code for the Coffee Community (4C) Association est un groupe multipartite dont les membres sont issus du commerce et de l'industrie, des producteurs, de la société civile et des entreprises actives dans la chaîne d'approvisionnement du café.
- 10 Montant total entre 2010 et 2020.
- 11 Coalition internationale de groupes écologistes de premier plan, actifs dans l'agriculture durable, proposant des normes pour la protection de l'environnement, la responsabilité sociale et la vitalité économique.
- 12 Il s'agit d'une extension en cours de notre objectif pour 2014.
- 13 Notre objectif 2014 «Contribuer à la publication de lignes directrices» a été atteint.
- 14 Notre objectif 2014 «Contribuer à l'obtention de la certification ISO 14046: Empreinte eau – Principes, exigences et lignes directrices» a été atteint.
- 15 Notre objectif 2014 «Utiliser les principes de l'AWS Standard comme guide d'auto-évaluation sur certains sites hautement prioritaires» a été atteint.
- 16 Centres de R&D et Centres de Technologie Produits.
- 17 Zones liées à l'eau protégées par la loi ou faisant l'objet d'un accord de préservation qui, si elles sont détériorées ou disparaissent, pourraient avoir des répercussions négatives significatives ou disproportionnées sur les bénéfices environnementaux, sociaux, culturels ou économiques découlant de la région dans laquelle elles se trouvent.
- 18 FTSE4Good est une série d'indices d'investissement éthique de la Bourse de Londres. Il est conçu de manière à mesurer objectivement la performance des entreprises qui répondent à des normes de responsabilité d'entreprise mondialement reconnues.
- 19 Le programme de formation Nutrition Quotient de Nestlé aide nos collaborateurs à faire des choix nutritionnels, à titre privé et professionnel, sur la base des données scientifiques les plus récentes.

© Mars 2015, Nestlé S.A., Public Affairs

Nestlé S.A.  
Avenue Nestlé 55  
CH-1800 Vevey  
Suisse  
[www.nestle.com/csv](http://www.nestle.com/csv)

En cas de doute ou de différences d'interprétation, la version anglaise prévaut contre les versions française, allemande et espagnole.

Les marques en italique sont des marques déposées du groupe Nestlé.

**Conception et rédaction**

Nestlé S.A., Public Affairs, avec Flag Communication et SustainAbility

**Conception visuelle et graphisme**

Nestec S.A., Corporate Identity & Design, avec Flag Communication

**Photographie**

Nana Kofi Acquah, Markus Bühler-Rasom, Frederic Courbet/Panos Pictures, Kieran Dodds/Panos Pictures, Sam Faulkner/NB Pictures, Shiho Fukada/Panos Pictures, Nicolas Genta, Piotr Malecki/Panos Pictures, Eduardo Martino/Panos Pictures, Qilai Shen/Panos Pictures, Kristian Skeie, Alicia Vera, Nestlé S.A