



Nestlé

Good Food, Good Life

Création de valeur partagée

Nestlé en quelques mots

Leader en matière **de nutrition, de santé et de bien-être**, Nestlé est le **premier groupe alimentaire mondial**. La devise **'Good Food, Good Life'** résume parfaitement sa mission : offrir en permanence les meilleurs produits alimentaires aux consommateurs. Le CEO actuel est le Belge **Paul Bulcke** et le siège central de Nestlé est établi à Vevey, en Suisse, où Henri Nestlé a fondé l'entreprise **en 1866**.



Plus de **333.000 collaborateurs** de par le monde.



Ventes de Nestlé au niveau mondial en 2013 : **92,2 milliards CHF (+ 2,7%)**.



Des collaborateurs travaillent pour Nestlé dans 121 pays. Des produits disponibles partout dans le monde.



5.500 tasses de NES-CAFÉ sont bues chaque seconde dans le monde.



Au niveau mondial, le budget de plus d'1 milliard d'euros investis chaque année par Nestlé en matière de **Recherche et Développement**, est le plus important des industries agro-alimentaires. Plus de **5.200 spécialistes** oeuvrent constamment à l'innovation et à l'amélioration des produits. Ils réduisent, par exemple, la teneur en sel ou trouvent des alternatives au sucre et aux matières grasses.

Nestlé fabrique des milliers de produits différents dans le monde entier. Parmi **les marques les plus connues en Belgique et au Luxembourg**, citons **HERTA, NESCAFÉ, GALAK, MAGGI, NESPRESSO, KITKAT, NESQUIK, PERRIER, VITTEL**, etc. Mais Nestlé, c'est aussi de **l'alimentation pour nourrissons, de la nourriture pour animaux et de l'alimentation diététique à usage médical**.



Un Belge à la tête de Nestlé

PAUL BULCKE, CEO Nestlé S.A.

Paul Bulcke a entamé sa carrière en 1977 en tant qu'analyste financier pour Scott Graphics International en Belgique. Deux ans plus tard, il a rejoint Groupe Nestlé en Suisse, Espagne et Belgique comme stagiaire dans la division marketing.

Entre 1980 et 2004, il a exercé diverses fonctions chez Nestlé Pérou, Nestlé Équateur et Nestlé Chili. Ensuite, il est revenu en Europe au titre de Chef de Marché de Nestlé Portugal, Nestlé République tchèque, Nestlé Slovaquie et Nestlé Allemagne. En 2004, il fut nommé Executive Vice President pour la zone Amérique (États-Unis, Canada, Amérique Latine et

Caraïbes). En avril 2008, Paul Bulcke a été choisi pour exercer la fonction de Chief Executive Officer (CEO) de Nestlé S.A. Il officie en outre comme représentant de Nestlé auprès du comité de direction de L'Oréal S.A. France et comme co-président du Conseil des commissaires de Cereal Partners Worldwide en Suisse. Par ailleurs, Paul Bulcke est membre du Conseil de Roche Holding Ltd, Suisse, co-président du Conseil d'administration du Consumer Goods Forum et membre du Governance Committee. Il est également Administrateur délégué de Nestlé Health Science S.A. et Vice-Président de Nestlé Skin Health S.A. en Suisse.

Nestlé en Belgique et au Luxembourg

Nestlé est présente en Belgique depuis 1925. Les bureaux sont établis à Bruxelles. Nestlé a pour activités principales la production, l'importation, l'exportation et la vente de produits alimentaires en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg. Nestlé exploite aussi une usine en Belgique à **Étalle**, en Province du Luxembourg. C'est là que se fait l'embouteillage des eaux minérales **PURE LIFE** et **VALVERT**.



Plus de **700 collaborateurs** travaillent dans les différents sites de Nestlé en Belgique et au Luxembourg.



Chiffre d'affaires de Nestlé en Belgique et au Luxembourg en 2013 : **450 millions d'euros**.



Le CEO de Nestlé Belgilux SA est Alexander von Maillot de la Treille.

En savoir davantage ?

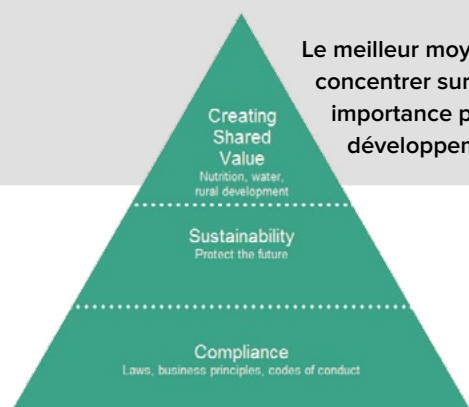
Respect des règles et durabilité

Nous proposons une large gamme de produits pour chaque moment de la journée, pour chaque période de la vie, pour tous les budgets et où que l'on soit dans le monde. Notre objectif est d'offrir aux consommateurs des boissons et des aliments savoureux, sains et nutritifs tout en les fabriquant de manière durable et responsable pour les générations à venir. **Nestlé** respecte les lois

et les réglementations. Mais nous sommes aussi guidés par un certain nombre de valeurs et de principes solides dans tous les pays où nous exerçons nos activités. Notre objectif est de veiller à ce que nos investissements profitent autant aux actionnaires qu'aux économies locales des pays où nous sommes implantés. Cette approche, nous l'appelons **Création de valeur partagée**.

Création de valeur partagée

La Création de valeur partagée (Creating Shared Value - CSV), est à la base de notre stratégie d'entreprise depuis 2006. L'ambition du Groupe Nestlé est de contribuer à l'amélioration des conditions économiques et sociales des collaborateurs et des communautés tout au long de sa chaîne de création de valeur tout en proposant des produits de grande qualité. Cette ambition s'applique autant aux agriculteurs qui nous fournissent, qu'aux communautés proches de nos sites d'implantation ainsi qu'à nos différents partenaires.



Le meilleur moyen de créer cette valeur, c'est de nous concentrer sur les domaines clés qui sont d'une grande importance pour notre entreprise : la nutrition, l'eau et le développement rural.

tation nutritive, Nestlé a développé des produits à haute valeur nutritionnelle pour un prix réduit. Ces produits ont été baptisés **Produits à positionnement populaire (PPP)**. Plus de 4.800 PPP sont vendus dans des portions adaptées dans le monde entier.



La nutrition

La **nutrition** est la raison d'être de notre entreprise. Nous voulons offrir aux consommateurs des produits nutritifs qui présentent de véritables atouts pour la santé, dans une gamme de prix abordable et accessibles à tous, grâce à l'innovation et aux liens de collaboration.

Innovation et contrôle

- Le **Nestlé Nutrition Profiling System** nous permet de répondre continuellement aux derniers concepts et développements en matière de nutrition, de santé et de bien-être. Les valeurs nutritionnelles des produits sont adaptées pour limiter le sucre (maximum 9 g de sucre par portion de céréales petit-déjeuner pour les enfants et les adolescents), le sel (25% de sel en moins dans le jambon et les lardons HERTA) et les matières grasses.
- Afin d'améliorer le goût et la valeur nutritionnelle de nos produits, ces derniers sont évalués régulièrement par des panels de consommateurs via notre **programme** breveté **60/40+**. Chaque année, plus d'un tiers de nos produits est ainsi contrôlé par le biais du programme 60/40+.

Amélioration de la qualité de vie

Pour les consommateurs à bas revenus ou ayant un accès limité à une alimen-

Une communication claire et transparente

- Nestlé s'engage à adopter une communication claire vers les consommateurs. C'est ainsi que nous avons créé en 2005 le **Nestlé Nutritional Compass®**, qui garantit la transparence de l'étiquetage de tous les produits alimentaires de notre gamme. Un coup d'œil suffit pour trouver toutes les informations sur les valeurs nutritionnelles utiles aux consommateurs.
- Nestlé a également signé le **Belgian Pledge**, renforçant ainsi son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables vis-à-vis des enfants. Selon les termes de ce Belgian Pledge, les enfants ne peuvent être soumis à la publicité, sauf pour des produits répondant à des critères nutritionnels spécifiques.

- Nous avons adapté **7.789 produits** pour en améliorer les aspects nutrition et santé.

L'eau

Deux tiers de l'eau disponible sur la planète étant utilisée pour l'agriculture, une crise mondiale de l'eau menace la sécurité alimentaire. On estime qu'à l'horizon 2030, la demande en eau augmentera de 50%, ce qui rendrait inévitable un scénario de pénurie pour des milliards de personnes.

C'est la raison pour laquelle nous nous engageons à améliorer en permanence l'utilisation de l'eau dans nos processus de production, de distribution et d'éducation.

- Le volume total d'eau prélevé par Nestlé Waters représente **moins de 0,0009% du volume total utilisé par l'homme**.
- Plus de 9.000 m³ d'eau ont été économisés en 2013 dans l'**usine Nestlé Waters d'Étalle (Province du Luxembourg)**.
- Nestlé soutient le Projet WET** (Water Education for Teachers), un programme international qui distribue dans le monde entier des outils pédagogiques visant à conscientiser les enfants scolarisés à la problématique de l'eau.

Nestlé Waters en est le sponsor principal depuis 1992 et développe des programmes d'information sur l'eau propre, l'hydratation, l'hygiène et la prévention des maladies. De telles activités sont également organisées dans les écoles belges.

- Le **Water Challenge Blog** est une initiative de notre président Peter Brabeck-Letmathe, dont l'objectif est d'initier un débat sur l'importance de la disponibilité de l'eau partout dans le monde.



Le développement rural

La croissance de la démographie mondiale et les déplacements des populations vers les zones urbaines, intensifient le défi qui consiste à produire suffisamment de matières premières agricoles de manière durable et responsable. En nous consacrant au développement rural par la création d'emplois locaux, l'incitation à des pratiques de production durables et l'achat direct auprès de petits fournisseurs et intermédiaires, nous ne garantissons pas seulement l'approvisionnement et la qualité de nos matières premières, mais nous stimulons également l'économie locale tout en améliorant les conditions de vie des populations rurales.

Trois exemples issus de nos initiatives :

1. Le NESCAFÉ PLAN

Lancé en 2011, le **NESCAFÉ PLAN** est un programme visant à durabiliser le café. Au niveau mondial, Nestlé investit **249 millions d'euros** dans le NESCAFÉ PLAN, au moins jusqu'en 2020.

Aperçu des piliers qui soutiennent le NESCAFÉ PLAN :

- **Une meilleure qualité des plants de café :** dans les dix années qui viennent, nous livrerons aux cultivateurs de café 220 millions de plants de qualité supérieure.
- **Formation au microcrédit pour les cultivateurs.**
- **Intensification des achats directs auprès des cultivateurs :** la quantité de café achetée en direct, doublera dans les cinq ans pour atteindre 170.000 tonnes de café auprès de 180.000 cultivateurs.
- **Réduction de la consommation d'eau et d'énergie :** durabiliser nos processus de production pour pouvoir réduire la consommation énergétique de 20% et les déchets de 30% par tonne de produit d'ici à 2020.

2. Le Nestlé Cocoa Plan

Nestlé a entrepris une série d'initiatives visant à améliorer la qualité du cacao, la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement du cacao et la rentabilité des exploitations en Afrique et en Amérique latine. En 2009, nous les avons rassemblées dans un seul programme : **le Cocoa Plan**.

Aperçu des piliers qui soutiennent le Cocoa Plan :

- **Des plants de cacao de qualité supérieure :** Nestlé fournit aux cultivateurs locaux 1 million de plants de qualité supérieure par an.
- **Formation :** Nestlé forme environ 5.000 cultivateurs par an pour leur apprendre à augmenter leur rendement.
- **Une logistique plus efficace :** Nestlé améliore la chaîne logistique en étroite collaboration avec les coopératives locales.

3. La suppression du travail des enfants

Pour combattre le **travail des enfants** dans la chaîne d'approvisionnement, Nestlé travaille en collaboration avec la Fair Labour Association (FLA). Cette association mène des enquêtes indépendantes, sur la base desquelles nous avons mis sur pied un plan d'actions visant à contrer les abus et les situations intolérables dans la chaîne. Depuis 2013, nous nous consacrons également aux **conditions de travail des femmes**.



Nestlé needs YOUth : une initiative en faveur de l'emploi des jeunes en Europe

En raison de la crise économique actuelle, les chiffres du chômage des jeunes se sont accrus en Europe. Nestlé estime que la résolution de ce problème ne relève pas uniquement de la responsabilité des autorités, mais que les entreprises doivent aussi apporter leur pierre à l'édifice. Nestlé a annoncé en 2013 un projet baptisé **Nestlé needs YOUth**, dont l'objectif est de créer entre 2013 et 2016 des milliers d'emplois et/ou de stages pour les jeunes de moins de 30 ans en Europe. En Belgique, Nestlé aide environ **200 jeunes** à trouver un emploi ou un lieu de stage.





Initiatives complémentaires

En discussion avec les leaders d'opinion

Chaque année, Nestlé organise le **Forum sur la Création de valeur partagée**. Cet événement rassemble des leaders d'opinion pour discuter de thèmes fondamentaux et du rôle des entreprises dans la nutrition, l'eau et le développement rural.

Rapports

Nestlé dresse chaque année un rapport sur ses avancées en matière de Création de valeur partagée. **Le rapport Nestlé in Society** montre les engagements de la société dans les différents domaines jusqu'en 2020 inclus.



Bon à savoir

- En 2015, Nestlé souhaite économiser 40% d'eau par tonne de produit, comparativement à 2005.
- En 2013, nous avons rénové **7.789 produits** pour des considérations de nutrition ou de santé.
- Dans le monde entier, plus de **1.200 agronomes et 12.000 collaborateurs adhérents** donnent des conseils, des formations et du soutien technique aux cultivateurs.
- Nous avons réduit la consommation globale d'énergie par tonne de produits de **23% depuis 2005** (2012 : 21%).
- En 2013, nous avons acheté 62.299 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*, plus de 33.800 cultivateurs ont reçu une formation et entretemps, nous avons distribué plus d'**1,1 million de plants de cacao de qualité supérieure et résistant aux maladies**.
- En ce moment, le cacao utilisé pour les marques **GALAK, KITKAT, SMARTIES et LION** provient de cultivateurs qui participent au *Nestlé Cocoa Plan*.
- En 2013, nous avons acheté plus de 148.000 tonnes de café via le **programme Farmer Connect**. Plus de **48.000 agriculteurs** ont été formés et **21,4 millions de plantules de café** ont été distribuées.

