



CHIFFRES-CLÉS ET FAITS MARQUANTS 2010

30 000

cacaoculteurs formés d'ici 2016 dans le cadre du Plan Cacao.

28

Centres de Recherche dans le monde, dont 5 en France.

Nestlé France a réduit sa consommation d'emballages de

9 000 t

lors des 10 dernières années.

Nestlé, l'un des premiers signataires de la Charte d'engagement pour une communication responsable de l'Union des Annonceurs (www.uda.fr).

240 000

heures de formation pour nos collaborateurs en 2010.

-8,5 %

d'eau consommée par tonne produite (total Nestlé en France, 2010 par rapport à 2009).

100 %

de nos 29 sites de production certifiés ISO 14001.

En 2015,
180 000 t

de café achetées directement aux producteurs pour Nescafé (total Monde).

4

chartes d'engagement PNNS signées : Herta, Maggi, Davigel et CPF Nestlé Céréales.

15 922

collaborateurs (au 31.12.2010).

-25 %

d'émissions de CO₂ liées aux transports de Nestlé France au cours des 10 dernières années.

1,3

million de visites par mois sur le site www.croquonslavie.fr

SOMMAIRE

Nestlé en France	02
Édito	03
Notre démarche	04
 Eau	06
 Développement rural	08
 Nutrition	12
 Environnement	15
Énergie	16
Transport	17
Emballage	18
Recyclage	19
 Communication responsable	20
 Nos collaborateurs	22
KPI's	25

NESTLÉ EN FRANCE

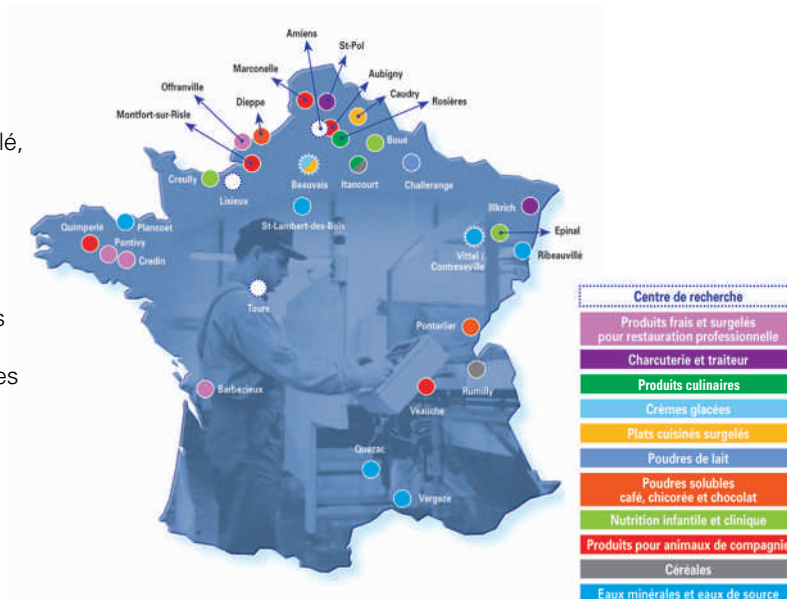


Un an à peine après sa création en Suisse par Henri Nestlé, l'entreprise s'implantait en France. C'était en 1868.

En 2010, la France est le premier marché européen du Groupe Nestlé et le second au niveau mondial.

Le chiffre d'affaires des activités s'y élève à 5,4 milliards d'euros, soit 7 % de celui du Groupe.

En 1916, la première usine Nestlé ouvrait ses portes dans l'Hexagone. Aujourd'hui, 16 000 collaborateurs sont employés dans une centaine d'implantations, dont 29 sites industriels. Lesquels se situent le plus souvent dans des zones rurales, souvent productrices de nos matières premières. La majorité de nos employés vit et travaille ainsi en dehors des grandes métropoles.



Une relation durable basée sur la proximité et la qualité

Fort de cet ancrage territorial, Nestlé a construit depuis lors une relation de proximité avec les Français et s'est imposé comme le leader de l'industrie agroalimentaire. Certaines de nos marques comme Perrier, Menier, Ricoré ou Nestlé Dessert font partie de notre patrimoine collectif. Et plus largement, avec des milliers de produits disponibles en grandes surfaces, dans la restauration, dans les circuits spécialisés ou dans la rue, et compte tenu de leur présence dans 99 % des foyers français, les marques Nestlé font partie du quotidien des Français.

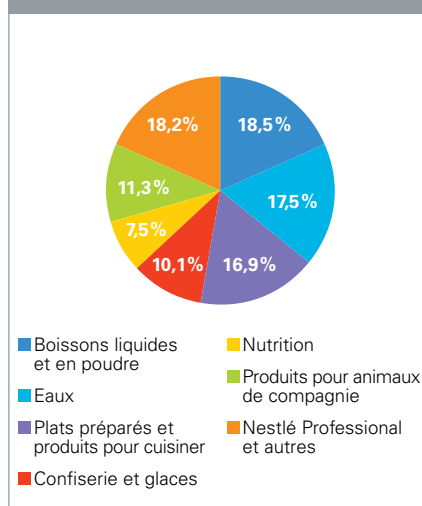
Nestlé, acteur de la société

Au-delà des marques, Nestlé entend également prendre part à la vie et à l'évolution de la société. Dans ses domaines d'expertise, la société a mis en place de nombreuses initiatives pour aller à la rencontre du grand public. La Fondation d'entreprise Nestlé France s'inscrit pleinement dans cette logique. Son objectif : agir auprès des familles pour éduquer, transmettre et partager les bonnes pratiques du modèle alimentaire. Par exemple, avec le programme EPODE (Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants), la Fondation mobilise durablement l'ensemble des acteurs locaux à l'échelle de la ville pour prévenir l'obésité et le surpoids.

La Création de Valeur Partagée au cœur du Développement Durable

C'est à travers toutes ses dimensions sociétales que s'exprime aussi la vision du Développement Durable de Nestlé. En France, comme dans le monde, nous travaillons à accroître l'accès à une alimentation de qualité en contribuant au développement social et économique à long terme et en préservant l'environnement pour les générations futures. Cette volonté est incarnée par une approche fondamentale des affaires : la Création de Valeur Partagée, c'est-à-dire une volonté délibérée, dans nos décisions, d'arbitrer en faveur de choix qui permettent de créer de la valeur simultanément pour nos actionnaires et pour la communauté dans son ensemble.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE NESTLÉ EN FRANCE





MARTIAL ROLLAND
PDG Nestlé France

Implanté en France depuis plus de 140 ans avec une large gamme de produits, Nestlé est aujourd'hui présent dans la quasi-totalité des foyers français, et tout au long de la journée.

Nos engagements doivent donc être à la hauteur de cette présence, et s'expriment à trois niveaux : tout d'abord, la conformité aux normes et aux lois, et le respect de nos codes de conduite. Ensuite, l'adhésion aux principes de développement durable, selon 4 axes principaux : l'engagement pour la Nutrition, la Santé et le Bien-être, la maîtrise de notre empreinte écologique, la valorisation des ressources naturelles, et notre implication citoyenne.

Nous avons, face aux évolutions en France et dans le monde, une ambition fondamentale : favoriser, par nos choix d'entreprise, tout ce qui permet de créer de la valeur simultanément pour nos actionnaires et pour la société dans son ensemble, tant sur les aspects environnementaux que sociaux. C'est ce que nous définissons comme la Création de Valeur Partagée, centrée prioritairement sur l'eau, le développement rural et la nutrition.

Ces enjeux sont globaux et complexes, nous ne les relevons donc pas seuls. En France, au jour le jour, nos partenaires sont aussi bien des associations de producteurs que nos clients, des ONG nationales que nos fournisseurs, nos salariés que des associations de consommateurs.

Nos actions sont multiples, certaines engagées de longue date, d'autres encore en plein développement. Les équipes en charge de nos marques et produits reprennent les initiatives et les portent jusqu'à nos consommateurs. L'amélioration des recettes, la sensibilisation aux fondamentaux du bien-être, l'optimisation des emballages, la réduction de la consommation de ressources naturelles, la limitation de l'usage des pesticides et des engrais, le recyclage de nos emballages, l'intégration du handicap dans notre stratégie de recrutement... Sans prétendre être exhaustif, ce document dévoile quelques-unes de ces actions, souvent peu visibles, parfois très locales. Il démontre que nous sommes toujours en mouvement.

Depuis notre précédent rapport en 2009, et grâce aux efforts des 16 000 collaborateurs de Nestlé en France, nous pensons avoir progressé dans de nombreux domaines comme nos engagements publics en matière nutritionnelle – chartes PNNS – ou le renforcement de nos liens avec le monde rural.

Chaque jour, chez Nestlé France, nous apprenons tous ensemble à réinterroger nos pratiques, nos innovations, nos relations avec notre environnement professionnel et la société toute entière. Nous allons poursuivre sur cette voie, je m'y engage. Car c'est à ce prix que Nestlé en France continuera à créer une valeur vraiment partagée entre tous et pour longtemps.

Martial Rolland
PDG Nestlé France

NOTRE DÉMARCHE



Un changement du modèle d'entreprise et des mentalités

À la faveur des différentes crises financières qui secouent le monde depuis 2008, des critiques s'élèvent sur un modèle d'entreprise tourné vers l'unique création de valeur pour les actionnaires sans y intégrer totalement le prix – social ou environnemental – pour la société.

Michael Porter, professeur à l'Université de Harvard et promoteur du concept de Création de Valeur Partagée* adopté par Nestlé, défend une nouvelle voie qui coordonne la création de valeur pour l'actionnaire à celle pour l'ensemble de la société.

Cette transition représente un bouleversement important pour nos dirigeants et pour toutes les équipes : elle implique la prise en compte de nouvelles valeurs, de nouvelles compétences, de mécanismes de rémunération adaptés, d'indicateurs de performance élargis, mais aussi une communication basée sur des preuves, efficace en interne vers les salariés et à l'extérieur vers les clients et les consommateurs.

Une approche globale et partagée avec tous

Dès 1991, le Groupe Nestlé a commencé à optimiser la performance environnementale de ses sites. En 1995, ce programme a été formalisé par le Système Nestlé de Management de l'Environnement, qui permet d'en contrôler les résultats et d'en améliorer l'efficacité.

Progressivement, le Groupe a intégré des dimensions plus sociétales comme les questions liées à la corruption, au travail des enfants ou à la parité hommes-femmes.

Avec la « Création de Valeur Partagée », le Groupe Nestlé souhaite s'appuyer sur ses premiers résultats pour promouvoir un dialogue entre toutes les parties prenantes et valoriser l'environnement social et économique de tous : agriculteurs ou collaborateurs, communautés locales ou consommateurs, fournisseurs et clients... Après analyse de ses activités, le Groupe a décidé de se concentrer sur les domaines présentant le plus fort potentiel de Création de Valeur Partagée : l'eau, le développement rural et la nutrition.

Ces trois domaines sont au cœur de nos activités et essentiels au bien-être des citoyens des pays où nous sommes présents.

Un ensemble de valeurs globales, une déclinaison locale

La démarche CSV et développement durable s'appuie au niveau mondial sur un système de gouvernance renforcé qui conjugue stratégie et mise en œuvre, reporting et contrôle, avec des experts internes et externes⁽¹⁾.



JEAN-MANUEL BLUET
Directeur Développement
Durable Nestlé France



Pour Nestlé en France, il est essentiel de pouvoir asseoir la crédibilité de ses engagements en matière de durabilité sur des preuves scientifiques. Le risque du « green washing » est toujours fort si toutes les actions entreprises ne sont pas

supportées par des études sérieuses et crédibles au sein de la communauté scientifique.

L'analyse de cycle de vie, par exemple, est aujourd'hui une des méthodes reconnues chez Nestlé France comme un des points de départ de toute stratégie de Développement Durable. Elle permet de mesurer les impacts sur l'environnement de toutes les étapes du cycle de vie d'un produit : matières premières, transformation, distribution, consommation et fin de vie. Cette méthode permet également d'analyser les impacts environnementaux sur de nombreux critères et pas seulement sur l'effet de serre comme on peut souvent le lire.

Elle permet d'éviter de faire de mauvais choix : par exemple réduire les émissions de gaz à effet de serre, sans s'apercevoir que l'impact sur la toxicité humaine ou sur les écosystèmes augmente.

Il y a trois ans, avec le support du cabinet Science et Environnement, spécialiste de l'analyse de cycle de vie, nous avons ainsi mené pour les Glaces Laitières une étude complète qui a conduit au lancement d'un packaging en carton (en remplacement du précédent en plastique). Toutes les phases du cycle de vie du produit ont été intégrées pour adopter au final le meilleur compromis. ”

*Creating Shared Value (CSV) en anglais. Pour des raisons de concision, l'abréviation CSV sera aussi utilisée dans ce rapport.

(1) Voir le détail sur <http://www.nestle.com/CSV/CreatingSharedValueAtNestle/Governance/Pages/Governance.aspx>

Ce système vaut aussi pour la France qui s'appuie également sur deux comités nationaux : un Comité Exécutif présidé par M. Martial Rolland et un Comité Opérationnel dans lequel toutes les fonctions clés de l'entreprise sont représentées. En 2009, une direction du Développement Durable a été créée, qui participe à ces deux comités et fédère toutes les initiatives à engager ou déjà engagées (comme celles de Nespresso ou de Nestlé Waters France), pour mieux créer une dynamique entre l'ensemble des divisions. La France a également mis en place ses propres supports de communication vis-à-vis du grand public. Avec Internet bien sûr, via le site www.nestle.fr⁽¹⁾. En 2009 et 2011, paraissaient aussi les premiers rapports sur les engagements les plus significatifs pour le marché français en matière de Création de Valeur Partagée.

La France en première ligne

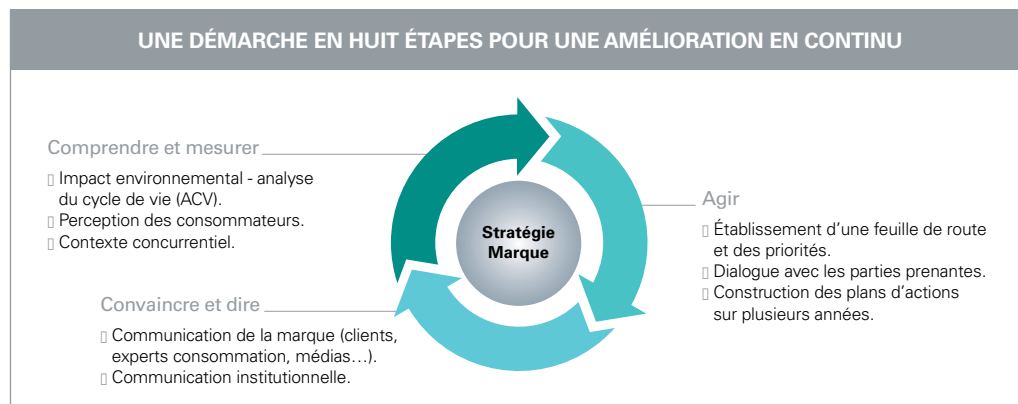
Désormais, Nestlé France travaille au niveau central sur les enjeux communs à tous les produits comme l'empreinte environnementale des usines, la traçabilité des matières premières, le packaging et le recyclage, les ressources humaines, ou l'information environnementale aux consommateurs.

Mais chaque division de produits est encouragée à développer ses propres projets et à proposer au consommateur des engagements lisibles et concrets. Ainsi, pour les plans à long terme 2011, les directions stratégiques, les investissements et les plans d'actions ont été définis par chaque division. Par exemple, « Mieux cultiver le plaisir » pour la division Chocolats ou « Herta s'engage » pour Herta, traduisent d'ores et déjà des actions autour de l'agriculture, du packaging ou des valeurs nutritionnelles.

Nous croyons que c'est la convergence de ces axes transversaux au niveau Nestlé France et des engagements de chacune des marques, sur de nombreuses catégories, qui peu à peu va nous aider à construire un positionnement cohérent pour nos parties prenantes, nos clients et nos consommateurs. Ces deux approches se nourrissent l'une l'autre.

Une méthode en forme de cercle « vertueux »

Pour éviter le piège du « green washing », nos actions en matière de Développement Durable et de Création de Valeur Partagée sont développées selon une méthode en huit étapes qui permet une communication par la preuve, très alignée avec les principes de l'entreprise. Ce processus est une « boucle » dynamique, porteuse d'une amélioration continue.



Les grands chantiers de ces prochaines années

Dans les années à venir, la mise en place et l'accélération des actions que vous allez découvrir dans les pages suivantes vont dépendre de plusieurs facteurs de réussite. Sans être exhaustifs, nous avons identifié 3 chantiers importants :

- Continuer l'intégration systématique de la démarche Développement Durable et Création de Valeur Partagée dans les processus d'élaboration des stratégies à long terme de nos marques.
- Davantage de formation dès 2012. Trois nouveaux niveaux de formation vont être mis en place sur les thèmes propres à la CSV :
 - Sensibilisation pour tous les employés Nestlé en France, à l'image du travail réalisé autour de la connaissance des enjeux sur la nutrition.
 - Formation pour les experts (équipes achats, experts techniques et équipes marketing).
 - Module d'intégration stratégique pour préparer les stratégies à long terme des marques en fonction des huit étapes de la démarche CSV.
- Enfin, pour renforcer la bonne gouvernance, nous souhaitons dans les deux prochaines années, mettre en place un Conseil des experts nationaux auprès du Comité Exécutif. Ce Conseil mobilisera des experts indépendants de haut niveau dans les domaines de l'eau, du développement rural et de la nutrition ainsi que de la RSE – Responsabilité Sociale de l'Entreprise. Son rôle ? Nourrir notre action en informations, idées et recommandations.

(1) <http://www.nestle.fr/csv/Pages/csv.aspx>



PHILIPPE PIERRE
Directeur d'Agrivair

□ Pourquoi l'action d'Agrivair est-elle si importante ?

L'exploitation de l'eau est inséparable de la préservation de son environnement immédiat : ainsi, la protection de la qualité des ressources en eau et de l'écosystème qui les entoure se place au cœur de notre métier de minéralier.

□ Quelle est la spécificité du modèle Agrivair ?

Agrivair concilie développement économique local et pérennité des sources de Vittel, Contrex et Hépar. Ce modèle basé sur le changement durable, viable économiquement pour l'ensemble des acteurs concernés, a permis d'apporter une contribution décisive au développement durable des régions d'émergence des sources.



À l'échelle du monde, et au vu de l'accroissement attendu de la population, les ressources en eau douce et la qualité de cette eau vont devenir un enjeu crucial. D'autant plus que l'agriculture, qui devra s'intensifier pour nourrir des milliards d'hommes supplémentaires, mobilise déjà 70 % de l'eau douce consommée. On estime à 3000 litres la quantité nécessaire pour produire un kilogramme de denrées agricoles. Pour transformer ce kilo de matière brute en produits alimentaires, trois litres d'eau sont encore nécessaires.

Ce qui semble peu, mais se révèle significatif à l'échelle d'un Groupe comme Nestlé.

En France comme ailleurs, Nestlé prélève et consomme de l'eau, se fournit en matières premières auprès des agriculteurs, et génère des rejets dans ses processus industriels. À ce titre, nous avons mis en place une politique globale de la gestion de la ressource eau, dans nos activités, auprès de nos fournisseurs et des consommateurs.

Quatre axes prioritaires mobilisent nos équipes et partenaires : l'exemplarité dans nos activités d'eau embouteillée ; la mise en place d'une gestion durable de l'eau utilisée en usine pour les opérations de transformation ; la promotion d'une agriculture raisonnable dans l'utilisation de l'eau ; la sensibilisation de nos collaborateurs et des consommateurs aux enjeux de l'eau et de l'hydratation.

L'eau embouteillée à la croisée de défis humains et environnementaux

Indispensable à la vie, naturelle, non calorique, l'eau est la meilleure réponse à un besoin primaire de l'homme : s'hydrater. Un impératif : elle doit toujours répondre à un enjeu de qualité.

Nestlé Waters France embouteille des eaux minérales naturelles et de source. Son activité repose sur la préservation de ses sources contre toute pollution. En effet, l'eau minérale naturelle et l'eau de source sont des produits dont la qualité, la pureté originelle et le caractère renouvelable ne peuvent être garantis qu'à la condition d'adopter une politique de protection préventive et concertée de l'environnement immédiat de chaque source bien avant le processus d'embouteillage.

Mis en place en 1992, le programme Agrivair est en charge de la protection d'environ 10000 ha sur 11 communes autour des sources de Vittel, Contrex et Hépar. Le principe : un partenariat volontariste « sur mesure » avec les acteurs du territoire – collectivités locales, agriculteurs, industriels – pour transformer les pratiques humaine et économique en les orientant vers le « zéro pesticides » avec un maintien des revenus. À travers cette politique de prévention, c'est donc un modèle économique alternatif (agricole, industriel et touristique) qui est promu et qui témoigne du succès d'une démarche très concrète de développement durable local.



Nestlé Waters auprès des plus jeunes



Lors de la Semaine du Développement Durable, Nestlé Waters France en partenariat avec École et Nature a organisé la 4^e édition des journées WET (Water Education for Teachers) avec des animations sur ses six sites d'embouteillage. En 2011, près de 700 enfants venus d'une quinzaine d'écoles voisines ont appris le respect de l'eau et les gestes essentiels à sa préservation. Avec le Vitality Tour lancé en 2007, l'enjeu est de sensibiliser les enfants à une bonne hygiène de vie. En 2011, en partenariat avec le Secours Populaire, plus de 900 jeunes issus des quartiers défavorisés de trois villes se sont vus offrir une journée de sport, assortie d'ateliers pédagogiques autour de l'hydratation, la nutrition et l'activité physique. Au final, 30 jeunes ont été sélectionnés pour une semaine de formation au centre sportif international de Vittel. Entraînement physique, ateliers sur le football et l'hydratation : un programme « comme les pros »...

En signe d'exemplarité, dans un contexte où l'eau en bouteille génère parfois des polémiques, Nestlé Waters France est par ailleurs au cœur d'initiatives de développement durable du Groupe comme l'allègement des emballages, l'incitation des consommateurs au tri et au recyclage, une politique de transport en faveur du rail ou l'expérimentation nationale sur l'information environnementale des produits.

Sur nos sites, un investissement direct dans la gestion durable de l'eau

Dans nos vingt-neuf sites de production, nous travaillons à limiter les consommations d'eau. Les efforts entrepris dans les processus de transformation de nos produits ont permis de réduire les prélèvements d'eau de 8,5 % par tonne produite en 2010 par rapport à 2009. Ces résultats sont des moyennes, car ils dépendent des efforts entrepris auparavant et des processus mis en œuvre, qui déterminent les feuilles de route de chaque unité. Ainsi, Purina a économisé 35 % depuis 2006. Dans les trois prochaines années, les usines de Rosières (Mousline), Beauvais (Maggi), Dieppe (Nescafé) et Saint-Pol (Herta) devraient diminuer leurs prélèvements d'eau de 10 à 25 % selon les sites. Autre enjeu majeur : maîtriser l'impact des rejets. Dans le strict respect de la réglementation, des prélèvements en amont et en aval de nos stations d'épuration permettent de surveiller un éventuel impact sur l'écosystème et de protéger la biodiversité.

Auprès de nos fournisseurs, un encouragement à une utilisation raisonnée de la ressource

Auprès des agriculteurs, le Groupe mène à l'échelle mondiale un travail de soutien et d'assistance pour la préservation des ressources en eau. Le centre de recherche de Tours travaille actuellement à la mise au point de nouvelles variétés de cacaoyers et de caféiers moins consommatrices d'eau : elles seront distribuées aux agriculteurs d'Afrique et d'Amérique Latine dans le cadre des plan Cacao et plan Nescafé en cours de déploiement. En Picardie, région d'implantation de l'usine Mousline, nous faisons cultiver des variétés de pommes de terre plus résistantes au manque d'eau. Une diminution de 20 % des prélèvements d'eau a été constatée, pouvant atteindre 50 % les années de sécheresse.

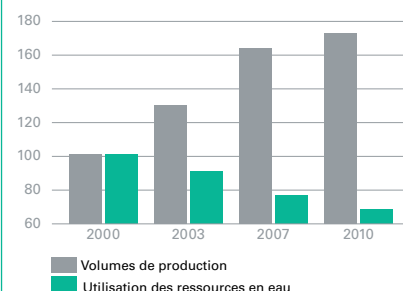
Un dialogue pour l'avenir et un devoir de sensibilisation auprès du grand public

La question de l'eau concerne aujourd'hui tout le monde. D'où notre implication dans un échange constructif avec les décideurs. Nestlé Waters France à travers la Chambre syndicale des Eaux Minérales a contribué en 2010 au lancement du Cercle des Eaux Minérales Naturelles (CEMIN) à l'Assemblée Nationale. Ce groupe de réflexion sur ce patrimoine naturel d'exception que sont les sources d'eaux minérales naturelles se penche ainsi sur des questions comme l'eau minérale naturelle et la santé ou encore les liens favorables entre leur protection et la qualité de l'environnement et de la biodiversité.

Toujours à l'échelle nationale, Nestlé Waters France renforce ses démarches pédagogiques auprès du grand public. La quatrième édition des Journées Pédagogiques WET et le Vitality Tour (voir encadré) sont, par exemple, des événements qui fédèrent collaborateurs et participants autour de problématiques aussi vastes que le développement durable ou les bienfaits de l'hydratation.

La mention spéciale dans la catégorie Biodiversité et Entreprises remise par le Ministère du Développement durable à Nestlé Waters France et Vittel en 2010, à l'occasion des prix « Entreprises & Environnement », témoigne de la qualité et de l'impact de ces actions.

UTILISATION DES RESSOURCES EN EAU AU REGARD DE LA PRODUCTION*



□ Valeur pour Nestlé

Préserver une ressource vitale pour la production de matières premières de haute qualité, proches et lointaines, et essentielle à notre activité.

□ Valeur pour la société

Bénéficier d'une gestion de l'eau respectueuse de cette ressource menacée et capitale pour la commu-nauté, locale et mondiale.

8,5 %

d'eau consommée en moins, par tonne produite (total Nestlé en France, 2010 par rapport à 2009).

+ de 700

enfants

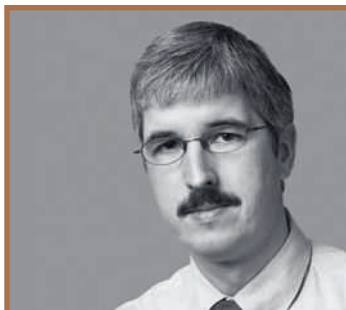
présents lors de la dernière édition des Journées Pédagogiques WET, organisées sur les 6 sites de Nestlé Waters en France.

En 2 ans,

- 10,5 %

d'eau supplémentaire utilisée par Nestlé Waters France pour l'embouteillage.

DÉVELOPPEMENT RURAL



PIERRE BROUN

Directeur du Centre
de Recherche de Tours

“ Nestlé est engagé depuis de nombreuses années sur les problématiques liées au monde agricole, en France bien sûr, mais aussi dans des zones tropicales où nous nous approvisionnons en café et cacao par exemple. Le centre de recherche Nestlé que je dirige est spécialisé dans l'amélioration des matières premières végétales, par la connaissance et la sélection des différentes variétés et la mise au point de méthodes modernes de production de plants de cacaoyers ou de caféiers. Nous travaillons aussi sur des pratiques agricoles innovantes qui peuvent améliorer la qualité des matières premières. Ces méthodes, une fois mises au point, sont diffusées au travers de partenariats dans les pays producteurs, en soutien du plan Nescafé et du Plan Cacao. La force de notre approche est dans la combinaison de notre expertise scientifique avec une forte présence sur le terrain, grâce à nos fermes expérimentales et à nos agronomes dans les pays producteurs (par exemple, Côte d'Ivoire, Équateur – pour le cacao). ”



L'agriculture pourra-t-elle continuer à nourrir le monde ? La réponse ne va pas de soi quand la volatilité des cours des denrées agricoles, le développement urbain ou les modèles de production intensifs fragilisent à la fois une profession et son environnement.

Aujourd'hui en France, un agriculteur sur quatre vit en dessous du seuil de pauvreté contre une personne sur sept en moyenne nationale. Dans le monde, d'après une étude de la Banque mondiale, 2,6 milliards de personnes vivent avec moins de deux dollars par jour : trois sur quatre tirent leurs revenus d'activités agricoles.

Partout, l'agriculture est à la recherche de nouveaux modèles : des logiques économiques divergentes s'affrontent dans un contexte où les enjeux environnementaux deviennent par ailleurs centraux.

La préservation de la forêt et des terres arables, l'impact des traitements phytosanitaires, l'utilisation de semences transgéniques ou la préservation des ressources en eaux sont au cœur des arbitrages et des débats.

Acteur majeur de la chaîne agroalimentaire, notre Groupe doit continuer à jouer un rôle significatif face à un défi à la fois social, économique et environnemental. Cet engagement responsable conditionne l'avenir de ses approvisionnements, la stabilité des prix et la qualité de ses produits finis. De plus, une très large part de notre impact environnemental peut être significativement améliorée en favorisant des modes de cultures plus responsables.

À son échelle, et en tenant compte de l'existence d'indispensables intermédiaires, le Groupe a donc développé une politique d'achats responsables, garante de la stabilité et de la qualité de ses ressources en produits agricoles, en France et au-delà des frontières. L'enjeu : permettre un développement rural plus harmonieux et plus durable.



La démarche *Préférence* autour de la pomme de terre picarde

Depuis plus de 10 ans, Nestlé et les producteurs de pommes de terre de Picardie sont engagés dans la

démarche *Préférence*. Ils ont ainsi bâti un véritable partenariat destiné à assurer la confiance du consommateur.

Conçu comme un guide de diffusion des bonnes pratiques agricoles, *Préférence* engage les producteurs de pommes de terre de la purée Mousline dans une démarche d'amélioration continue de leur exploitation agricole et de ses impacts sur l'environnement : préservation des ressources en eau et de la qualité des sols, réduction des consommations énergétiques et des émissions de gaz à effet de serre, maintien de la biodiversité...

Avant la fin 2011, la démarche *Préférence* va s'étendre pour intégrer les enjeux sociaux, économiques et environnementaux du développement durable.

Une approche complète pour sécuriser nos achats

Socle de notre politique d'achats responsables, le *Code de conduite pour les fournisseurs Nestlé* a aujourd'hui été communiqué à l'ensemble de nos 165 000 fournisseurs dans le Monde. Intégrité, développement durable, respect de l'environnement, santé et sécurité au travail sont les thèmes qui fondent ce Code, lequel représente un premier niveau d'engagement. Mais cela ne suffit plus et depuis plus de 2 ans, nous avons enrichi ce premier niveau de deux éléments majeurs.

Le premier concerne la traçabilité de nos achats. Douze catégories de produits ont été identifiées comme prioritaires, en raison de leur volume ou des risques associés. Elles représentent aujourd'hui 50 % de nos achats globaux dans le monde. Pour chaque catégorie, nous remontons la filière d'approvisionnement jusqu'au producteur, nous listons les risques sociaux ou environnementaux, et nous validons les bonnes pratiques à mettre en œuvre, avec, le cas échéant, une reconnaissance indépendante (de type label ou certification).

En 2010-2011, deux premières catégories ont été revues : les chaînes d'approvisionnement de l'huile de palme et de la pâte à papier. Cet exercice très complexe va, par exemple, contribuer à tenir notre engagement de fourniture de 100 % d'huile de palme certifiée RSPO⁽¹⁾ au plus tard en 2015.

En 2011, seront revues les filières sucre, soja, produits de la mer, vanille et noisette. Ce sera le tour du cacao, du café, de la viande, des produits laitiers et du karité en 2012.

Ce travail va être très largement complété par une seconde initiative d'audit externe : cette campagne d'audit, préparée avec Maplecroft⁽²⁾ pour identifier les filières et les lieux de production les plus à risques et avec SEDEX⁽³⁾ pour la définition des cahiers des charges va nous permettre de nous assurer que nos fournisseurs respectent leurs engagements. Les audits sont réalisés par des organismes indépendants : dans le monde, 1 500 fournisseurs ont été audités en 2010. Ainsi en France, 80 % des dépenses d'achat (sur ces catégories dites sensibles) sont couvertes par ces audits.

Les informations ainsi obtenues participent à l'optimisation de nos achats et nous aident à structurer les filières, avec des partenaires locaux ou internationaux.

Des actions à la source pour répondre aux enjeux sociaux et économiques

Quelques exemples dans le monde

■ Depuis 2003, Nespresso développe le Programme AAA de Qualité Durable™ avec la Rainforest Alliance, appliquant les critères et standards du Réseau d'Agriculture Durable (SAN)⁽⁴⁾ qui inclut la responsabilité sociale et environnementale. Le standard comprend un module sur le « traitement équitable et les bonnes conditions de travail pour les travailleurs ». À ce jour, 40 000 fermiers participant au Programme bénéficient déjà d'un complément de prix d'environ 30 % à 40 % au-dessus du prix standard de marché du café, un prix bien supérieur au prix minimum défini par les normes du commerce équitable. En 2010, 60 % de notre café vert provenait du Programme AAA de Qualité Durable™ et nous prévoyons d'atteindre 80 % en 2013. Au final, plus de 12 300 hectares sont désormais gérés de manière durable.

■ Pour garantir le futur de l'approvisionnement de café de qualité, il est nécessaire d'optimiser et de stabiliser le revenu des producteurs de café. En août 2010, Nescafé, première marque de café au monde, a lancé le plan Nescafé, en coopération avec Rainforest Alliance, le Réseau d'Agriculture Durable (SAN) et l'association du Code Commun pour la Communauté du Café (4C). L'objectif : doubler la quantité de café faisant l'objet d'un approvisionnement direct d'ici 2015, soit 180 000 tonnes de café vert acquis auprès de 170 000 producteurs ou de leurs associations, et la formation aux bonnes pratiques de 100 000 producteurs d'ici à 2020. Le plan prévoit aussi la distribution de 220 millions de plants de caféiers plus résistants et à meilleur rendement à l'horizon 2020. À l'heure actuelle, 16 millions de plants ont déjà été distribués.

■ Pour assurer l'avenir de la filière agricole du cacao, des actions sont menées auprès des cacaoculteurs, en Côte d'Ivoire et en Équateur. Nestlé leur remettra 12 millions de plants durant les 12 prochaines années. Parallèlement, d'ici 2016, 30 000 d'entre eux recevront une formation afin d'optimiser leurs pratiques agricoles. Nestlé s'engage à acheter le cacao à ces producteurs par l'intermédiaire de coopératives, à un tarif supérieur au cours moyen, compte tenu de la qualité et du caractère durable de leur production.



« Un Bébé, un Arbre », une histoire très nature

Inspirés par la tradition ancestrale qui veut que l'on plante un arbre à

la naissance d'un enfant, Guigoz et l'Office National des Forêts ont lancé en 1991 l'opération « Un Bébé, un Arbre ». Au cours des vingt dernières années, 1 625 000 arbres ont été plantés, participant ainsi à la préservation de 119 forêts françaises. Pour le vingtième anniversaire de l'opération, Guigoz enrichit le programme « Un Bébé, un Arbre » avec l'opération « une MimiQuE pour la Terre » sur internet. Chaque parent est invité à envoyer une photo de son enfant de moins de trois ans sur le site de Guigoz. Pour chaque photo reçue, un arbre est planté dans les forêts des Hautes Terres de Madagascar, une région menacée par la surexploitation du bois

Et en France

▣ Pour éviter la course aux rendements et garantir la qualité de ses approvisionnements, Davigel achète des produits de pêche et d'aquaculture issus de filières responsables. La société s'appuie ainsi sur des organisations indépendantes reconnues internationalement au travers de leurs écolabels (MSC, FOS, Global GAP, BAP)*. Actuellement, 30 % de nos produits de la mer sont certifiés « pêche et/ou aquaculture responsable », et nous visons l'objectif de 50 % d'ici 3 ans.

▣ Poursuivant les mêmes objectifs, Herta a mis en place une filière « fermier » qui privilégie le développement des fermes régionales où les animaux sont élevés majoritairement sur paille et à l'air libre et où leur alimentation est riche en céréales.

▣ Pour développer un savoir-faire agricole nouveau en matière de production de fruits destinés aux bébés, Naturnes a engagé un partenariat à long terme avec plusieurs producteurs de pommes fraîches. Afin de répondre aux normes sévères concernant la nutrition infantile, un agronome se rend plusieurs fois par an sur les exploitations de nos agriculteurs partenaires pour s'assurer de l'application du cahier des charges et optimiser la traçabilité et le contrôle de la qualité des matières premières.

La forêt, un investissement central en matière environnementale

La forêt constitue en elle-même un formidable enjeu sur la préservation de la biodiversité, sur la limitation des émissions de gaz à effet de serre et sur le cycle de l'eau. Nestlé a donc décidé de s'engager sur des actions directement liées à la préservation de la forêt afin de contribuer positivement à l'équilibre des écosystèmes.

À ce titre, le Groupe s'est associé à l'organisation *The Forest Trust* pour les deux premiers projets de traçabilité (Huile de palme et Pâte à papier) pour veiller à ce qu'aucun de nos producteurs ne participe à la déforestation, partout dans le monde, et pour identifier tous les intermédiaires. Il a récemment intensifié sa coopération avec des organisations internationales pour encourager les pratiques de préservation du patrimoine forestier et transmettre les bonnes pratiques de gestion durable des forêts. En 2010, Nestlé Waters France via la marque VITTEL a replanté 350 000 arbres sur les terres du Pérou et de Bolivie en s'associant avec Pur Projet, collectif de lutte contre la déforestation et le réchauffement climatique. En 2011, l'opération continue et vise la plantation d'1 million d'arbres à l'horizon 2012.

Des initiatives locales portent également cet engagement. Les Laboratoires Guigoz soutiennent par exemple l'action de l'Office National des Forêts (ONF) pour reboiser et protéger les forêts françaises avec l'opération « Un Bébé, un Arbre » qui vient de fêter son vingtième anniversaire (voir encadré).



▣ Valeur pour Nestlé

À travers une collaboration croissante avec le monde agricole, bénéficier d'un approvisionnement régulier et adapté en matières premières de qualité, garantissant des produits finis à la hauteur des exigences de nos consommateurs.

▣ Valeur pour la société

Au niveau mondial, européen et français, favoriser une agriculture efficace, mais plus respectueuse de l'environnement, source de progrès économique et social pour les agriculteurs, et au service d'une alimentation de qualité.

(1) Roundtable on Sustainable Palm Oil. Plus de détails sur <http://www.rspo.org>.

(2) Plus de détails sur <http://www.maplecroft.com>.

(3) Sedex : Supplier Ethical Data Exchange, une organisation indépendante gérant une banque de données internationale sur les pratiques éthiques.

(4) Pour plus de détails : <http://www.rainforest-alliance.org/fr/agriculture/standards/san>.

* MSC : Marine Stewardship Council ; FOS : Friend of the Sea ; Global G.A.P. : Global Good Aquacultural Practices ; B.A.P. : Best Aquaculture Practices.

En 2015,

180 000 t

de café achetées directement
aux producteurs pour Nescafé
(total Monde).

À l'échelle mondiale,

556 000

agriculteurs ont fourni
des matières premières
à Nestlé en 2010.

144 000

agriculteurs ont reçu
une formation par Nestlé
en 2010 dans le monde.

30 000

cacaoculteurs formés d'ici 2016
dans le cadre du Plan Cacao.



Bertrand Rault, agronome chez Nestlé France, et Pierre Buisset, producteur de pommes de terre en Picardie.



BRIGITTE LAURENT
Directrice Nutrition et Évaluation
sensorielle chez Nestlé France

Comment Nestlé France répond-il aux recommandations de santé publique sur l'alimentation ?

D'abord en faisant progresser les qualités nutritionnelles et gustatives de nos produits. Cette démarche est entamée depuis plus de 10 ans et nous nous sommes engagés auprès des pouvoirs publics à la poursuivre, avec les signatures de chartes dans le cadre du PNNS**. Ensuite nous apportons des informations et des conseils aux consommateurs à travers nos emballages, notre site « Croquons La Vie », et notre service consommateurs pour les aider dans leurs choix vers une alimentation équilibrée.

Qu'est-ce qu'une alimentation équilibrée selon vous ?

Notre conviction est qu'il faut se baser sur des notions simples mais trop souvent oubliées : la diversité qui facilite la satisfaction de nos besoins nutritionnels, la quantité qui doit être adaptée à chacun, le plaisir et la convivialité qui sont aussi indispensables.

Quelles sont les évolutions à venir sur vos produits ?

L'attente des consommateurs de produits plus naturels nous conduit vers des recettes plus simples, des listes d'ingrédients plus faciles à comprendre, avec des qualités nutritionnelles et un goût toujours préservés.



Une recherche orientée vers l'action concrète

Le Centre de Recherche Nestlé (CRN) mobilise plus de 700 personnes, dont 300 scientifiques spécialistes de la biologie, la sociologie, la nutrition, la psychologie ou la chimie. Ces scientifiques de plus de 50 nationalités émettent plus de 200 publications par an. Leurs domaines de recherche, orientés vers l'action concrète, concernent les allergies, les sciences cognitives, la santé digestive, l'énergie et le métabolisme, la microbiologie de l'alimentation et de la santé, l'immunologie, la performance physique et la mobilité.



Entre Nestlé et les enjeux nutritionnels, les liens se tissent depuis plus de 140 ans, date de la création de la première farine lactée pour bébés. Aujourd'hui, dans chaque pays, chaque individu, quels que soient son mode et son niveau de vie, est confronté à des questions sur son alimentation et celle de sa famille : quoi manger ? À quelle fréquence ? Dans quelle quantité ? Comment l'acheter ? Ces questions touchent aussi la France. Aujourd'hui, 89 % des Français sont pleinement conscients des relations entre leur alimentation et leur santé*. De plus, l'épidémie d'obésité touche aussi la France, même si notre pays est relativement moins affecté. Selon l'étude Obépi 2009, 14,5 % des adultes français sont obèses, contre 8,5 % en 1997. Conjugué à la perte de repères alimentaires, aux injonctions parfois contradictoires des porte-parole de la nutrition, et à la perte des pratiques culinaires, assurer une alimentation équilibrée est devenu un enjeu de santé publique qui concerne directement Nestlé.

Le Groupe Nestlé a donc mis la question de la nutrition, de la santé et du bien-être au cœur de sa stratégie et s'est engagé à apporter sa contribution au progrès nutritionnel partagé. Nous avons à cœur d'offrir à nos consommateurs, quelle que soit la catégorie de produits concernée, une qualité nutritionnelle et gustative sans cesse optimisée. Ce travail d'amélioration continue, entamé depuis plus de 10 ans, a fait l'objet en 2010 d'une reconnaissance par les pouvoirs publics avec les signatures de chartes d'engagements volontaires du PNNS**.

Mais ce travail en profondeur sur notre offre ne suffit pas. Nous nous devons aussi d'accompagner les consommateurs et de prendre en compte le bon usage des produits. Nous avons mis en place une politique volontaire d'information du consommateur, pour lui permettre de faire ses choix.

Des engagements tangibles et reconnus par les pouvoirs publics

Parallèlement à une prise de conscience citoyenne des enjeux de l'alimentation, la nutrition a pris une place prépondérante dans les politiques de santé publique au cours de la dernière décennie. En témoignent les programmes mis en place par le gouvernement comme le PNNS depuis 2001 et, plus récemment, le Programme National pour l'Alimentation (PNA) ou le Plan Obésité.

C'est dans ce cadre que nous avons été pionniers dans l'amélioration de la qualité nutritionnelle des produits, tout en préservant leurs qualités gustatives. En 10 ans, nous avons optimisé plus de 80 % de nos recettes. Cet engagement a été illustré en 2010 par la signature de 4 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel dans le cadre du PNNS pour les marques Herta, Maggi, Davigel et CPF-Nestlé Céréales. La signature de ces chartes avec les pouvoirs publics vient consacrer les efforts réalisés et ceux à venir, des efforts concrets pour contribuer à l'amélioration de l'alimentation des Français.

*CREDOC 2007.

**Programme National Nutrition Santé.

Les chartes d'engagement PNNS de quatre marques Nestlé en 2010 :

Marque culinaire du Groupe Nestlé, avec des produits prêts à consommer ou à reconstituer (soupes, sauces, plats instantanés), des aides culinaires (bouillons, gelées, fonds et fumets...) et des plats cuisinés surgelés, **Maggi** s'engage :

- ▢ À réduire la teneur en sodium de 5 % à 22 % selon les produits sur plus des deux tiers de ses produits.
- ▢ À réduire la teneur en matières grasses de 6 % à 43 % sur plus de la moitié de ses produits.
- ▢ Pour au moins 65 % de ses produits innovants, à respecter un cahier des charges intégrant des critères nutritionnels précis et spécifiques à Maggi.

Dans la continuité de sa démarche d'optimisation nutritionnelle initiée en 2000, **Herta** 1^{re} marque de charcuterie à signer une charte PNNS, s'engage :

- ▢ À réduire la teneur en sel de 6 % en moyenne sur 74 % de ses produits d'ici 2012.
- ▢ À réduire la teneur en matières grasses de 8 % en moyenne dans les saucisses Knacki, d'ici 2012.
- ▢ À maintenir la teneur en acides gras trans en dessous de 1 g/100 g pour ses pâtes à tarte et à pizza.
- ▢ À suivre un cahier des charges intégrant des critères nutritionnels précis et spécifiques à Herta pour élaborer ses produits innovants.

Dans le cadre de sa démarche d'amélioration continue des recettes, **Cereal Partners France** est la seule marque à avoir mis des céréales complètes dans 100 % de ses céréales du petit-déjeuner pour enfants. **Cereal Partners France** s'engage :

- ▢ À réduire de 12 % en moyenne la teneur en sucres simples, sans ajout de matières grasses, pour les céréales pour enfants et adolescents d'ici 2012.
- ▢ À augmenter la teneur en céréales complètes de 5 % dans les céréales pour enfants et adolescents d'ici 2012, tout en augmentant leur teneur en fibres.
- ▢ À réduire la teneur en sodium de 17 % en moyenne.

Premier producteur et distributeur de produits surgelés et réfrigérés, et seule entreprise de restauration hors foyer à avoir signé une charte PNNS à ce jour, **Davigel** s'engage :

- ▢ À réduire de 7,4 % en moyenne la teneur en sel pour 59 % des produits salés.
- ▢ À réduire de 5 % en moyenne la teneur en sucres ajoutés dans 77 % des desserts.
- ▢ À réduire la teneur en matières grasses selon les exigences du GEMRCN (Groupe d'Étude des Marchés de Restauration Collective et Nutrition).
- ▢ À maintenir la teneur en acides gras trans à moins de 3 g/100 g des lipides totaux.
- ▢ À élaborer de nouveaux produits selon le cahier des charges Davigel et les exigences du GEMRCN.

Une organisation interne centrée sur notre engagement nutritionnel

Pour améliorer les qualités nutritionnelles de nos produits sans dégrader la qualité organoleptique pour les consommateurs, nous avons mis en place des outils et des organisations dédiés.

▢ Un département dédié à la nutrition et à l'évaluation sensorielle

Pour améliorer les qualités nutritionnelles de chacun de nos produits, nous avons été parmi les premiers en France à nous doter d'un département dédié à la nutrition. Dès 1995, il s'est attaché à l'étude de la composition nutritionnelle des produits afin de fixer les priorités d'actions. En 2008, les 2 départements Nutrition et Évaluation sensorielle se sont rapprochés pour mener conjointement le travail d'amélioration des produits sur le plan nutritionnel et organoleptique.

Aujourd'hui, le Département Nutrition et Évaluation sensorielle travaille en étroite collaboration avec les équipes opérationnelles dans toute l'organisation.

Ce sont principalement le sel, les sucres, les matières grasses qui sont l'enjeu de ces optimisations, conformément aux recommandations de santé publique. Mais l'amélioration passe aussi par la valorisation d'aliments et de nutriments recommandés : plus de céréales



Fondation Nestlé France
Manger bien pour vivre mieux

« Manger bien pour vivre mieux » : la première fondation d'entreprise dédiée aux comportements alimentaires

Pour aller plus loin dans notre engagement sociétal et pérenniser les soutiens développés avec le monde de la recherche et les pouvoirs publics depuis de nombreuses années, nous avons créé en 2008 la première Fondation d'entreprise dédiée à l'alimentation et aux comportements alimentaires : la Fondation Nestlé France « manger bien pour vivre mieux ». Elle a pour vocation d'encourager les familles à observer de manière durable des comportements alimentaires bénéfiques pour leur santé et leur bien-être.

La Fondation repose sur deux piliers. Le premier, scientifique, aide à comprendre les comportements alimentaires, en conduisant et en soutenant des projets de recherche dans le domaine des sciences sociales et humaines. Un comité d'experts de sept membres préside au financement, à l'orientation et à la construction des projets de recherche. L'autre, plus pratique, permet d'agir sur le terrain de façon pédagogique auprès des familles via l'éducation, la transmission et la solidarité.

complètes (augmentation de 43 % dans les céréales de petit-déjeuner depuis 2005), de légumes, de vitamines, de minéraux... ou encore par des portions adaptées (– 20 % pour les barres Crunch snack, – 16 % pour les barres Nuts).

■ Une méthode d'évaluation unique

Pour soutenir cette ambition, Nestlé a créé une méthode unique : le 60/40 +, qui permet d'évaluer en parallèle et selon une méthode stricte les qualités gustatives et nutritionnelles de nos produits face à leurs concurrents :

- Le 60/40 : au sein d'un panel consommateur statistiquement représentatif, au moins 60 % d'entre eux doivent préférer le produit Nestlé à son concurrent dans le cadre d'une dégustation à l'aveugle.
- Le « + » : le produit doit répondre à des critères nutritionnels exigeants fixés en interne sur la base des recommandations internationales (critères appelés NF ou Nutritional Foundation), ou présenter un élément de supériorité nutritionnelle par rapport à son principal concurrent.

Aujourd'hui, cette méthode a été appliquée sur les produits piliers de notre gamme (soit 44 % de notre portefeuille en valeur). Parmi ces produits piliers, 89 % ont gagné le 60/40 et 74 % répondent aux critères « NF ».

■ Des moyens de recherche au service de l'innovation

Pour remplir sa mission, notre département Nutrition puise dans les ressources scientifiques du Groupe. Doté d'un budget annuel consacré à la science et à la recherche de 1,35 milliard d'euros – le plus important dans le domaine des industries agroalimentaires –, Nestlé dispose d'un centre de recherche fondamentale, le CRN (Centre de Recherche Nestlé), situé à Lausanne, et peut s'appuyer sur un réseau de 28 centres de recherche dans le monde, dont 5 en France, chacun d'entre eux étant spécialisé dans une catégorie de produits.

Tous ces moyens sont mis au service d'un objectif concret : orienter les innovations et intégrer le progrès des sciences de la nutrition dans les produits de toutes nos marques.

Informier et guider les Français au quotidien

Comment aider les Français à équilibrer leur alimentation, à choisir leurs aliments, à les consommer en juste portion ? Nestlé travaille à l'accompagnement des consommateurs pour un bon usage de ses produits. D'où la mise en place d'une politique volontaire de marketing responsable et d'engagements en matière de publicité, (voir chapitre « Communication Responsable ») et le développement d'un système d'étiquetage et d'information du consommateur pédagogique : la boussole nutritionnelle.

Présente sur 100 % des emballages, cette boussole donne le tableau des valeurs nutritionnelles du produit aux 100 g (ou 100 ml), à la portion et en % des besoins journaliers recommandés, des informations et des conseils pour une alimentation équilibrée et les coordonnées du service consommateurs pour des informations plus précises. Sur la face principale des emballages, un pictogramme informe en outre sur l'apport calorique de la portion ainsi que le pourcentage représenté par cette portion par rapport aux RNJ (repères nutritionnels journaliers).



■ Valeur pour Nestlé

Renforcer nos marques en offrant aux consommateurs des produits à la qualité nutritionnelle et gustative sans cesse optimisée, grâce à une compétence scientifique orientée vers la nutrition, la santé et le bien-être.

■ Valeur pour la société

Permettre à chacun de faire des choix éclairés en faveur d'une alimentation sûre, nutritionnellement équilibrée, saine et savoureuse.

LA « BOUSSOLE NUTRITIONNELLE »



Chaque foyer français achète, en moyenne, un produit Nestlé toutes les deux semaines.

En France,
80 %

de nos produits ont été optimisés d'un point de vue nutritionnel durant les 10 dernières années.

Depuis 2003,
– 10 %

de sucres sur les céréales du petit-déjeuner pour les enfants.

Depuis 2002,
– 27 %

de sodium sur les lardons, poitrines, bacon Herta.



VIRGINIE DANCEL
Ingénieur Environnement
chez Nestlé depuis plus de 10 ans

□ Comment Nestlé France a-t-il évolué pour mieux prendre en compte les problématiques environnementales ?

Ces dernières années, nous avons systématisé les analyses environnementales de nos produits et professionnalisé notre approche, avec l'obtention des certifications ISO 14001 pour l'ensemble de nos sites industriels. Résultat : une vision plus claire sur les priorités qui doivent guider nos actions et des problématiques environnementales gérées par des spécialistes, qui diffusent leurs compétences et leurs convictions dans toute l'organisation.

□ Quels sont pour vous les défis du moment ?

Nous travaillons actuellement sur des programmes de réduction des consommations d'eau et de production de déchets et sur la substitution de combustibles fossiles par des énergies renouvelables.

□ Quelles sont les perspectives ?

Immenses. Par l'éco-conception de nos produits par exemple, pour tendre vers l'objectif « zéro déchet ». Et la prise en compte de la biodiversité reste un enjeu clé pour les décennies à venir.



Accroissement de la population, démultiplication des modes de vie de type occidental... : les raisons et les conséquences de l'épuisement de la planète ainsi que les questions posées sur sa viabilité à long terme sont désormais bien connues. La filière alimentaire est un acteur majeur de la consommation d'eau, de la biodiversité, de la qualité des sols et de l'air. Elle est par ailleurs largement dépendante de tous ces éléments pour continuer à produire et à se développer dans de bonnes conditions, et permettre à terme de nourrir 9 milliards d'êtres humains.

En tant que groupe industriel responsable, Nestlé s'engage sur les questions environnementales liées à ses activités. La production et le transport ont des conséquences directes (énergie, utilisation de ressources naturelles, déchets, eau) et indirectes (réchauffement climatique, eutrophisation, biodiversité) sur l'environnement. Notre objectif est de réduire en continu notre impact sur l'environnement, via une approche systématique et une mesure permanente et précise des progrès réalisés. Lancée depuis une vingtaine d'années, notre démarche évolue régulièrement en fonction des avancées technologiques et des normes nationales ou internes.

Trois piliers très opérationnels ont été définis : une gestion au plus près des ressources énergétiques à tous les niveaux, une optimisation des flux de transport de nos marchandises et une éco-conception des produits, intégrant le recyclage et la gestion des déchets, aussi bien en interne que chez le consommateur. Après analyse, chaque étape du cycle de vie (voir « notre démarche ») de nos produits est donc revue et corrigée pour poursuivre la réduction de notre empreinte environnementale, de la ferme à la fourchette.

En France, depuis 2009 pour les derniers, chacun de nos sites de production est par ailleurs certifié selon la norme ISO 14001. En matière d'énergie et d'eau, des experts - internes et externes - sont mobilisés dans le cadre de notre programme ETS (Energy Target Setting). Ils évaluent les performances des équipements, puis définissent et quantifient des objectifs sur trois ans en termes de réduction de consommation énergétique et de consommation d'eau sur les différents sites. Les deux sites qui ont réalisé un ETS ont défini leurs objectifs permettant une économie de 0,5 Mio d'euros. Ce sera le tour de cinq autres sites en 2011.



□ Valeur pour Nestlé

Par nos actions en faveur de la réduction des impacts environnementaux, participer à la préservation globale des ressources naturelles et de nos matières premières, et créer les bases d'une croissance pérenne et rentable pour l'entreprise.

□ Valeur pour la société

Bénéficier de produits sains et de qualité, dont l'ensemble du cycle de vie respecte notre environnement de façon durable.

Même si la production de biens alimentaires ne figure pas parmi les plus consommatrices d'énergie, nous pensons que nous devons là aussi améliorer notre performance. Notamment, en consommant moins et en consommant autrement pour anticiper la raréfaction des énergies fossiles.

Le contrôle des émissions de gaz à effet de serre (GES), qui participent au changement climatique, est une priorité pour Nestlé. En 10 ans, au niveau mondial, nous avons réduit de 51 % nos émissions de GES par tonne de produit fabriqué dans l'ensemble de nos usines.

En France, Nestlé Purina a diminué sa consommation d'énergie de 6 % environ entre 2007 et 2010 grâce à la mise en place de projets tels que, par exemple, le changement du système de refroidissement de la chambre froide sur le site de Veaudhe ou un meilleur contrôle de la température de séchage des croquettes sur le site de Marconnelle. Sur les cinq dernières années, dans son usine de Rumilly, Cereal Partners France a aussi réduit sa consommation d'énergie de 25 %. Les efforts continuent puisque d'ici trois ans, grâce aux ETS, les usines de Rosières (Mousline), Beauvais (Maggi), Dieppe (Nescafé) et Saint-Pol (Herta) auront réduit leur consommation en énergie de 10 à 24 % selon les sites.

Autre axe de progrès : les énergies renouvelables. En 1983, Nestlé innovait en installant à Dieppe une chaudière mixte utilisant le marc de café issu de la production de Nescafé et Ricoré, valorisant ainsi l'équivalent de 17 000 tonnes annuelles de marc de café sec. Plus récente, l'installation d'un parc de chaudières à bois permettra à Nestlé France de faire passer la part des énergies renouvelables de 5,8 % en 2010 à 13,6 % en 2014 (voir encadré).



Challerange, Saint-Pol-sur-Ternoise et Rosières adoptent la chaudière à bois

À la suite du Grenelle de l'Environnement, le gouvernement

français a décidé d'accroître la part d'énergies renouvelables utilisées afin que celles-ci atteignent 23 % de la consommation totale d'énergie en France à l'horizon 2020. L'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) a créé un « Fonds Chaleur Renouvelable » pour aider à financer le remplacement d'installations et la mise en place de nouveaux équipements. Dans ce cadre, les projets de mise en place de chaudières à bois, en remplacement de chaudières à fuel ou à gaz, ont été retenus pour les usines de Challerange (fabrication de poudre de lait), Saint-Pol-sur-Ternoise (fabrication de jambon) et Rosières (fabrication de purée). Ces installations vont permettre de réduire les émissions de CO₂ de l'ensemble des activités de Nestlé en France de 30 000 tonnes par an (soit plus de 14 % de l'ensemble des émissions industrielles) en utilisant 75 000 tonnes de bois. C'est aussi une garantie face à la constante augmentation du coût de l'énergie d'origine fossile et l'assurance d'un débouché pérenne pour les producteurs locaux de bois.

Les investissements réalisés par Nestlé en France sur ces trois usines seront de l'ordre de 16 Mios d'euros dont une partie compensée par l'ADEME. La mise en production de la chaudière à bois de l'usine de Challerange a eu lieu en septembre 2011 ; celles de Rosières et Saint-Pol-sur-Ternoise sont programmées pour le quatrième trimestre 2012.

(1) La combustion de la biomasse pour produire de l'énergie émet, comme la combustion de ressources fossiles (charbon, pétrole, gaz naturel), des gaz à effet de serre. Pour autant, cette émission est compensée par le carbone fixé par l'arbre lors de sa croissance. La combustion de biomasse n'augmente donc pas le taux de carbone dans l'atmosphère (on parle de bilan carbone neutre), mais le diminue en évitant les émissions issues de ressources fossiles.

L'installation en 2012 de la chaudière à bois de l'usine Herta de Saint-Pol va permettre de réduire les émissions de CO₂ du site de

80 %⁽¹⁾

Depuis 2005,

– 8 %

de quantité d'énergie utilisée par tonne de café produit à l'usine Nescafé de Dieppe.

→ TRANSPORT

Chaque jour, des matières premières arrivent dans nos usines, des produits quittent nos sites, des collaborateurs se déplacent. Pour réduire nos émissions de CO₂, nous avons mis en place depuis plusieurs années un programme systématique d'analyse et de rationalisation des flux d'hommes et de marchandises avec nos partenaires. Au niveau européen, notre programme « Sustainable fleet » concerne 13 000 véhicules, voitures et fourgonnettes. Entre 2007 et 2010, nous avons ainsi réduit nos émissions de CO₂ de 14 %.

Un partenariat de longue haleine avec les chauffeurs routiers

Depuis 2006, un programme de formation à l'éco-conduite a été initié pour les chauffeurs de nos transporteurs. Ces derniers se sont engagés à former 80 % des conducteurs avant fin 2011 et 100 % avant fin 2012. D'autre part, les transporteurs ont pris l'engagement de remplacer leur parc de camions par des véhicules moins polluants. Aujourd'hui, 95 % des camions utilisés pour les flux de Nestlé France ont été mis en service après 2000 et répondent aux normes antipollution EUR 3, 4 ou 5.

L'optimisation du taux de remplissage des palettes et remorques à destination des centres de distribution et des points de vente, ou la mise en place de boucles ou de synergies, contribuent aussi à diminuer notre impact sur l'environnement. En France, le taux de remplissage des remorques est de 97 % entre nos usines et les centres de distribution et de 90 % entre ces centres et les grandes surfaces.

Ce partenariat se poursuit et se renforce, année après année. En accord avec nos transporteurs, tous les camions seront bridés à 85 km/h avant fin 2012. L'utilisation de véhicules électriques pour les courtes distances, déjà testée par Nespresso, ou le transport par barges seront développés.

L'ensemble de ces actions a permis de réduire de 25 % les émissions de CO₂ liées au transport de marchandises durant les dix dernières années. Nous visons une diminution de ces mêmes émissions de 4 % puis 5 %, pour les années 2011 et 2012.

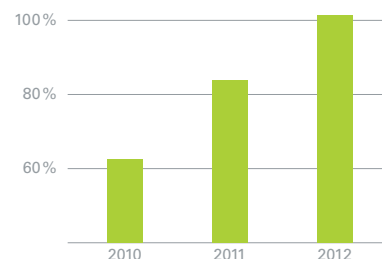
De nouvelles modalités pour acheminer les flux de marchandises

Même si le transport routier reste irremplaçable, le transport fluvial ou ferroviaire est une alternative prometteuse pour réduire les émissions de CO₂. Là encore, Nestlé travaille en France avec les partenaires majeurs du transport.

La convention signée par Nestlé Waters et Réseau Ferré de France (RFF) permet de développer le transport ferroviaire des eaux minérales naturelles. Nestlé Waters achemine via le train environ un tiers de sa production, un chiffre plus de deux fois supérieur à la moyenne française pour le transport de marchandises. RFF s'est engagé de son côté à faciliter les transports de ces marchandises en raccordant notamment le réseau industriel au réseau public.

Ce basculement de la route vers le rail a également été réalisé pour 75 % des capsules Nescafé Dolce Gusto, qui rejoignent l'usine de Gérone (Espagne) à Fontenay-Tresigny en caisses mobiles, réduisant ainsi les émissions de CO₂ de 94 tonnes par an.

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE DE CHAUFFEURS FORMÉS À L'ÉCO-CONDUITE :



Fitness parcours 150 000 km en moins

Pour les céréales pour petit-déjeuner Fitness, fabriquées dans notre usine d'Itancourt, les flakes nécessitant un enrobage au chocolat ou au yogourt étaient envoyés chez un sous-traitant anglais pour la phase d'enrobage. Nous avons développé un outil industriel permettant de réaliser la totalité du process dans notre usine. Cet investissement a permis de supprimer chaque année 150 000 km de transport routier.

Objectif de

4 %

de réduction des émissions de CO₂ liées au transport en 2011.

Objectif de

5 %

de réduction des émissions de CO₂ liées au transport en 2012.

2,5 millions de km

(+ de 5 fois le trajet Terre/Lune)
« économisés » par Davigel, grâce à l'utilisation d'un système GPS optimisant les trajets de livraison.

- 25 %

d'émissions de CO₂ liées aux transports de Nestlé France en 10 ans.

→ EMBALLAGE

Sans emballages, les produits s'abîment lors du transport et du stockage. L'emballage est aussi le garant de la fraîcheur et de la qualité du produit, et le vecteur indispensable pour informer et séduire le consommateur. Il est néanmoins responsable de près d'un quart de l'impact CO₂ des produits alimentaires et les Français s'inquiètent de plus en plus de son effet sur l'environnement. Conscient de ces enjeux, Nestlé France a réduit sa consommation d'emballages de 9 000 tonnes lors des 10 dernières années et organisé ses actions autour de thèmes majeurs : réduction du poids et du volume, utilisation de matériaux renouvelables ou recyclés, recyclage en fin de vie.

Une méthodologie partagée pour éco-concevoir en amont

Nous intégrons désormais l'éco-conception dans l'ensemble de nos actions, pour mettre au point de nouveaux types d'emballages ou pour réduire l'impact des emballages existants. Un diagnostic environnemental permet d'analyser et de mesurer l'impact de tous nos emballages sur l'environnement et guide l'ensemble de nos processus d'innovation dans ce secteur. Cette démarche est désormais l'affaire de tous : l'outil PIQET (« Packaging Impact Quick Evaluation Tool »), qui focalise l'analyse du cycle de vie sur l'emballage, est dédié au packaging. Il facilite la prise de décision et permet de déterminer très vite les bonnes options de design. En 2010, tous nos experts packaging ont été formés à l'outil PIQET.

Des innovations sur mesure

Moins de transport, moins de poids, de nouveaux matériaux... Pour chacun de nos produits, les solutions mises en œuvre diffèrent. Voici quelques exemples d'optimisation réalisés en France.

- ▣ Lancé en 2009, le nouvel emballage des glaces La Laitière est constitué en majorité de carton, matériau renouvelable issu de forêts gérées durablement (certifiées FSC). La prouesse technique s'est doublée d'un défi industriel : pour en finir avec le transport de bacs formés vides, l'usine de Beauvais a intégré cette nouvelle compétence et s'est équipée d'un matériel de conditionnement unique en France pour les bacs glaces.
- ▣ Maggi Surgelés a réduit l'épaisseur des matériaux utilisés. Cette intervention s'est traduite par une diminution de 10 % du poids de ses emballages entre 2006 et 2010. De son côté, Davigel a récemment lancé un éco-emballage optimisé (voir encadré).
- ▣ Depuis octobre 2011, Herta est la première marque de jambon à bénéficier d'un emballage conçu avec des matériaux recyclés.



Davigel, un modèle d'éco-emballage

Présenté au salon Sandwich & Snack Show 2011, la barquette de plat surgelé Minute Cocotte a surpris les professionnels. À la différence des barquettes « classiques », celle de Minute Cocotte ne pèse que 17 grammes et se recycle dans la filière carton. Le secret de cette réussite tient notamment au matériau utilisé, de la pulpe de bois issue de forêts labellisées PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières). La création de ce conditionnement optimisé a nécessité trois ans de recherche et développement avec le concours d'Eco-Emballage et du Comité d'évaluation de la recyclabilité des emballages papier-carton (Cerec).

L'emballage représente

23 %

de l'impact CO₂
des produits alimentaires.

Nestlé France a réduit de

9 000 t

l'emballage de ses produits au
cours des 10 dernières années.

En 2010, les différentes initiatives
en matière de réduction
d'emballages ont permis
de réduire de

482 t

la quantité de matériaux utilisés
chez Nestlé Purina en Europe.

En 5 ans, les bouteilles de Nestlé
Waters ont perdu

19 %

de leur poids
(51g en 2005 contre 41g en 2010).

→ RECYCLAGE

Réduire les déchets et recycler, c'est pour nous, producteur, comme pour le consommateur une façon de tenir notre engagement à consommer moins de ressources naturelles. Dans nos sites de production, nous inscrivons nos actions dans une philosophie à long terme du « zéro déchet ». Pour cela, nous avons pris les mesures nécessaires : prévention de la génération de déchets, préparation pour la réutilisation en interne ou en externe, recyclage, valorisation notamment énergétique et, en dernier recours, élimination sans risque et compatible avec l'environnement.

Notre rôle ne s'arrête pas là : le recyclage et le traitement des déchets, après consommation de nos produits, font aussi partie de nos missions. Avec le support de partenaires pertinents, nous souhaitons aider les consommateurs à devenir acteurs du recyclage. Une approche qui s'inscrit pleinement dans notre démarche de création de valeur partagée.

Sur les sites, moins de déchets, plus de valorisation

En termes de déchets de production, Nestlé s'est fixé le double objectif de diminuer leur tonnage, déjà en baisse de 14 % depuis 2006, et de réduire la part non valorisée. Quatre usines de Nestlé France ont atteint 100 % de déchets valorisés, trois autres suivront en 2011.

Nous avons également porté une attention particulière au recyclage de notre parc informatique. Depuis 2007, 85 tonnes de matériels ont été retirées d'une vingtaine de sites Nestlé en France. Une bonne partie a pu avoir une seconde vie, ce qui a permis « d'économiser » près de 1000 tonnes d'équivalent CO₂, nécessaires à la fabrication du même volume de matériels informatiques.

Une approche systémique du recyclage après consommation

En 2010, Nestlé France a porté ses efforts sur la mise en place de systèmes favorisant le recyclage des emballages actuellement insuffisamment collectés ou peu recyclés.

▣ Ainsi, Nespresso France a développé son propre système de collecte des capsules usagées. Résultat : plus de 2000 tonnes de capsules auront été recyclées en France à la fin de l'année 2011. Par ailleurs, la marque travaille à des systèmes permettant d'intégrer les capsules usagées au système national de tri sélectif. À travers le Club du Recyclage de l'Emballage Léger en Aluminium et en Acier (CELAA), co-fondé par la marque, Nespresso a financé l'installation de machines de tri à courant de Foucault dans trois centres pilotes. L'expérience a évité l'enfouissement de 25 tonnes d'aluminium, qui ont pu être recyclées. Nespresso s'est aussi engagé à mettre en place des systèmes de collecte en mesure d'augmenter les capacités de recyclage des capsules usagées à hauteur de 75 % d'ici 2013.

▣ Nestlé Nutrition Infantile et les Laboratoires Guigoz mettent au service des maternités un système de collecte et de recyclage des petits biberons en verre prêts à l'emploi et à usage unique qui contiennent du lait pour nourrissons⁽¹⁾. Ce partenariat aide les maternités à obtenir leur certification en matière de gestion de la qualité de l'environnement et à répondre aux orientations fixées par la Haute Autorité de Santé (HAS) sur la mise en place de démarches de tri sélectif.

▣ Nestlé Waters France poursuit ses actions pour améliorer le taux de recyclage de ses bouteilles qui devrait passer de 51 % aujourd'hui à 75 % à l'horizon 2012. Pour ce faire, la société renforce ses dispositifs de sensibilisation, sa communication autour du tri sélectif et mise sur l'affichage environnemental sur ses bouteilles (voir chapitre « Communication Responsable »).

(1) Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, le meilleur aliment pour bébé de 0 à 6 mois est le lait maternel. Nestlé Nutrition Infantile et les Laboratoires Guigoz suivent les recommandations de l'OMS. L'allaitement maternel est pour chaque nourrisson l'aliment idéal et naturel.



Nespresso, un modèle de collecte participatif

Avec le programme Ecolaboration, Nespresso permet à ses consommateurs d'optimiser la collecte et le recyclage des capsules usagées. Outre ses vingt boutiques, la marque a créé 2500 points de collecte des capsules dans toute la France. Dans la région parisienne et dans l'agglomération de Marseille, des coursiers peuvent même venir récupérer les capsules directement chez les consommateurs.

1 000 t

de CO₂ économisées grâce au recyclage du matériel informatique en fin de vie.

100 %

des bouteilles Vittel sont recyclables.

Seulement
50 %

des bouteilles en plastique sont recyclées en France.

En France, création de

2500

points de collecte des capsules Nespresso usagées.



GÉRARD NOËL

Vice-Président Directeur Général
de l'Union des Annonceurs (UDA)

“

Nestlé est l'un des adhérents majeurs de l'Union des Annonceurs (UDA) : non seulement parce que c'est l'un des plus grands groupes multinationaux, mais surtout par la présence active, la qualité des contributions et l'engagement constant de ses collaborateurs au sein des différentes instances de l'UDA. Membre du conseil d'administration et du comité de direction, représenté dans toutes ses commissions de travail transversales (jusqu'à en occuper parfois la présidence), Nestlé est un acteur à part entière des démarches de progrès mises en place par l'UDA : parmi les premiers signataires de la Charte des annonceurs pour une communication responsable, le Groupe a également participé à la production des films « Trop la pêche » avec l'ANIA.

”



La démarche mise en place par Nestlé pour proposer au public des produits irréprochables en termes de qualité, de goût, d'équilibre et plus généralement de responsabilité (environnement, social) n'est aboutie que si elle débouche sur une communication qui intègre pleinement la responsabilité qu'a Nestlé vis-à-vis des Français. Une communication qui diffuse une information qualifiée pour permettre aux consommateurs d'effectuer un choix documenté.

Une communication responsable basée sur l'autodiscipline

Nestlé est l'un des plus grands annonceurs en France. Cette place nous confère une responsabilité particulièrement importante qui nous a conduit à nous engager sur la voie d'une communication qui aide les consommateurs à exercer leur droit à un choix informé. Cette communication responsable fait partie intégrante de notre politique de création de valeur partagée et de développement durable. Pour assumer cette responsabilité particulière auprès des citoyens, Nestlé suit des Principes de Communication Consommateur fixés par le Groupe et a un processus de développement et d'approbation de ses publicités rigoureux, incluant le partage de ces Principes avec ses partenaires de communication. De plus, toutes les allégations nutritionnelles sont validées par les Services Nutrition et Affaires Réglementaires. Ce dispositif a été renforcé quand Nestlé est devenu l'un des premiers signataires de la Charte d'engagement pour une communication responsable de l'Union des Annonceurs⁽¹⁾ (UDA), notamment avec la publication annuelle d'un état des lieux, bilan d'indicateurs et actions de progrès en cours. Aussi, Nestlé fait-il partie des entreprises présentes à l'Autorité de Régulation Professionnelle de la publicité⁽²⁾ (ARPP). Enfin, Nestlé suit le Guide des bonnes pratiques de communication nutritionnelle de l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA). Par ces chartes internes et externes, nous nous inscrivons dans le cadre de règles définies qui sont inscrites au cœur de toutes les communications du Groupe.

L'affichage environnemental : l'exemple Nescafé

Concrètement, l'affichage environnemental se traduit pour les consommateurs par un nouveau système d'étiquetage fiable et simplifié présentant les indicateurs les plus pertinents de l'impact environnemental du produit. Dans le cas de Nescafé, les indicateurs retenus, et illustrés par des pictogrammes, présentent les valeurs suivantes, pour une tasse moyenne :



Émissions de gaz à effet de serre :
28 g équivalent CO₂



Quantité d'eau consommée (relative) :
0,1 équivalent litre d'eau



Surface cultivée utilisée (relative) :
0,03 équivalent m²

L'analyse de cycle de vie de Nescafé, y compris la fin de vie des emballages, révèle que les indicateurs sont en premier lieu impactés par la culture du café, qui est la phase qui génère le plus d'impacts environnementaux.

Ce dispositif d'information des consommateurs, commun à plusieurs entreprises de produits de grande consommation, est disponible depuis le 1^{er} juillet 2011 sur l'application pour smartphone ProxiProduit, sur le site www.croquonslavie.fr, mais aussi sur <http://www.nestle.fr/media/pressreleases/Pages/Nestléparticipeàl'expérimentationenvironnementale.aspx>, et enfin sur www.nespresso.com/ecolaboration

Cet engagement s'est également traduit en interne. Un vaste programme de formation a ainsi permis à plus de 4 000 salariés de Nestlé France d'acquérir les bases de la nutrition et de l'équilibre alimentaire. Véritables ambassadeurs des ambitions de Nestlé France en matière de nutrition, santé et bien-être, ils disposent de toutes les clés nécessaires pour conseiller leur entourage.

Permettre à nos consommateurs de faire des choix éclairés

Cette responsabilité se traduit aussi par une politique volontaire en matière de marketing responsable. Grâce à la mise en place d'un cadre rigoureux, l'ensemble des contenus Nestlé France est régi par des principes de communication qui ne visent qu'un objectif : apporter un service abouti aux Français pour qu'ils puissent faire des choix éclairés. Ce cadre comporte par exemple :

- L'interdiction de la publicité à destination des enfants sur les produits de gourmandise depuis plus de 5 ans.
- L'adaptation des portions à nos cibles pour inciter à une consommation raisonnable.
- La promotion d'un mode de vie actif dans nos publicités.
- Le développement d'une « boussole nutritionnelle » (voir chapitre Nutrition).
- Enfin, avec plus de 70 000 appels au service consommateurs en 2010 et 1,3 million de visites par mois sur le site www.croquonslavie.fr, notre politique d'information et de conseil a su rencontrer son public.

Pour prolonger cette démarche responsable et maintenir le plus haut niveau d'exigence dans nos communications, Nestlé France a répondu à l'appel du Ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement en proposant que Nescafé et Nespresso* expérimentent l'affichage environnemental.

Lancée le 1^{er} juillet 2011, cette expérimentation nationale doit permettre de tester pendant un an une nouvelle manière d'afficher les caractéristiques environnementales, sur un panel de 1 000 produits. Les principes généraux, définis par l'ADEME et l'AFNOR au sortir du Grenelle de l'Environnement, peuvent se résumer en une idée phare : fournir aux consommateurs une information complète basée sur une approche multicritère des impacts environnementaux, et couvrant l'ensemble du cycle de vie des produits. Au cours du second semestre 2012, le Ministère fournira une évaluation globale de l'expérimentation au gouvernement qui pourra décider de rendre l'étiquetage environnemental obligatoire et de l'inscrire dans le Code de la consommation (voir encadré).

*Nestlé Waters France agissant pour la CSEM (Chambre Syndicale des Eaux Minérales) testera aussi l'affichage environnemental sur VITTEL format 1,5 l.

(1) <http://www.uda.fr/>

(2) <http://www.arpp-pub.org/>



□ Valeur pour Nestlé

Construire et renforcer le lien de confiance établi avec les consommateurs, à travers une communication transparente, informative et responsable.

□ Valeur pour la société

Bénéficier d'une communication aidant les consommateurs à exercer leur droit à un choix informé et éclairé.

En 2010,

70 000

contacts (majorité par appels téléphoniques) ont été reçus par le service consommateurs.

Nestlé France fait partie des

15

plus grands annonceurs français.

Depuis 2007,

4 020 salariés

Nestlé France ont été formés aux enjeux de la nutrition, au siège et dans différents sites notamment industriels.

NOS COLLABORATEURS



PHILIPPE VOSSEN

Directeur Général des Ressources Humaines, Nestlé en France

“
LE SUCCÈS DU GROUPE TIENT
AVANT TOUT À LA PASSION
ET À L'ENGAGEMENT DES
FEMMES ET DES HOMMES
DE L'ENTREPRISE.
”



Le succès du Groupe et la réussite de nos projets tiennent avant tout à la passion et à l'engagement des hommes et des femmes qui composent l'entreprise. Partant de ce principe, Nestlé France se tourne aujourd'hui vers une approche sociale et sociétale de l'entreprise qui souhaite dépasser les obligations légales et les dispositions réglementaires. Qu'il s'agisse de diversité, d'organisation du travail ou de prise en compte des évolutions de la société, le Groupe s'efforce d'offrir un environnement de travail sûr, juste et motivant à ses employés, de les accompagner dans la réalisation de leur potentiel et d'encourager la diversité.

La sécurité

Nestlé a une ambition : devenir un des leaders mondiaux en terme de sécurité au travail. En France, Nestlé a réussi à réduire de près de 40 % les accidents du travail entre 2009 et 2010. Ce succès a pu être atteint grâce à un effort global fortement soutenu par la Direction Générale : de nombreux séminaires ont été organisés dans l'entreprise pour promouvoir une approche volontaire du sujet. Au-delà des séminaires, la certification de la totalité des usines françaises à la norme OHSAS 18001*, dès 2010, a également été une clé de notre réussite. Le respect de notre politique et des réglementations en termes de sécurité et de santé au travail a également été vérifié par l'audit CARE, un programme indépendant qui couvre les aspects de ressources humaines, de santé et de sécurité, d'intégrité et de respect de l'environnement. En 2009 et 2010, l'ensemble des sites de Nestlé France a été audité. Ils n'ont présenté aucune anomalie majeure ou critique au regard de ce référentiel.

*Une norme internationale qui certifie « le Système de Management de la Santé et de la Sécurité au travail ».



Promouvoir l'allaitement maternel à destination de ses collaboratrices

Le Projet « Espace Mamans » a vocation à renforcer l'engagement de Nestlé en faveur de l'allaitement maternel et d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Il s'agit d'un espace sur le site de Noisiel, siège de Nestlé France, destiné aux collaboratrices enceintes qui doivent se reposer ainsi qu'aux mamans souhaitant disposer d'un espace intime pour tirer leur lait ou allaiter leur bébé au retour de leur congé maternité.

L'« Espace Mamans » est situé au sein du service médical, dans un lieu intime strictement dédié à cet usage. Cet espace ainsi que son équipement ont été approuvés par le Collège National des Sages-Femmes.

« Nestlé et Moi »

Initiée en 2004 en Suisse puis progressivement étendue à d'autres marchés, l'enquête « Nestlé et Moi » vise à permettre à tous les collaborateurs d'exprimer leur point de vue sur les valeurs et la culture d'entreprise de Nestlé et sur leur façon de les vivre au quotidien. Elle implique aujourd'hui la majorité des employés de Nestlé à travers le monde. Cette enquête a été organisée en France pour la première fois en 2007. En 2010, l'enquête a connu un excellent taux de participation (72 %), et l'analyse de ses résultats a abouti à la création de groupes de travail se traduisant par de premières actions en 2011.

La parité Hommes-Femmes

La parité Hommes-Femmes en entreprise est un véritable levier de performance et fait partie des valeurs du Groupe Nestlé. Pour cette raison, une initiative en faveur de la parité a été lancée au niveau mondial par Paul Bulcke, Administrateur Délégué de Nestlé S.A., en s'appuyant sur trois constats :

- ▣ 60 % des diplômés sont des femmes, notamment en Europe et aux USA, et un groupe comme Nestlé ne peut se priver de plus de la moitié des talents.
- ▣ 80 % des actes d'achats concernant l'alimentation dans le monde sont effectués par des femmes.
- ▣ Des études récentes ont montré que les entreprises ayant au moins 3 femmes dans leur comité de direction améliorent leur performance économique, car la complémentarité de vision stratégique entre hommes et femmes permet d'optimiser la prise de décision.

Mais aujourd'hui, il y a encore peu de femmes dans les différents comités exécutifs du Groupe. En France, elles y sont représentées à hauteur de 17 %.

Devant ce constat, des sessions de sensibilisation ont été organisées au niveau de la Direction Générale de Nestlé en France et seront déclinées progressivement à tous les autres niveaux. Un tableau de bord a été mis en place pour permettre de suivre l'évolution des indicateurs liés à la parité. Enfin, une attention particulière est portée au développement des carrières afin de veiller à une progression équitable des hommes et des femmes de l'entreprise.

Le télétravail

Au cours de l'année 2010, le siège de Nestlé Waters a testé un nouveau mode de travail à distance. Cette initiative est partie d'un constat : les besoins et les attentes des salariés changent. Ils attendent à la fois une plus grande satisfaction dans leur travail et une plus grande autonomie dans l'exercice de leurs missions. Pour répondre à ces aspirations, le projet s'est construit sur 2 principes fondamentaux :

- ▣ La recherche d'un meilleur équilibre vie personnelle / vie professionnelle.
- ▣ Le maintien et l'amélioration de la performance collective et individuelle.

Les premiers résultats sont encourageants. La plus grande liberté accordée aux salariés se traduit par de meilleures conditions de concentration. Ce mode de travail induit également une meilleure organisation individuelle basée sur l'anticipation. Au final, les incidences sont positives aussi bien pour l'ambiance que pour l'efficacité générale du service. Le déploiement de ce mode d'organisation du travail, fondé sur le double volontariat des salariés et de l'entreprise, est toujours en cours chez Nestlé Waters. D'ici la fin de l'année, un nouveau pilote devrait démarrer chez Nestlé France, portant sur une cinquantaine de postes. Il sera étendu en fonction des résultats.

Le plan seniors

Depuis fin 2009, Nestlé France SAS a mis au point un ensemble de dispositions favorables à l'emploi des seniors. Nestlé en France s'est donné pour objectif d'augmenter de trois mois, chaque année, l'âge moyen de départ des plus de 55 ans.



Coaching au Jour le Jour

En 2010, pour répondre aux demandes exprimées par les salariés dans l'enquête « Nestlé et Moi » et aux options de management réaffirmées par Paul Bulcke dans *Les principes de gestion et de leadership chez Nestlé*, le Centre d'Expertise Formation de Nestlé France a lancé « Coaching au Jour le Jour ». Ouverte à l'ensemble des managers de Nestlé en France, cette formation de 4,5 jours comprend deux modules : l'un traite du coaching individuel, l'autre du coaching d'équipe. En 2010, 320 managers ont suivi cette session. La majorité des Comités de Direction étant alors formée, nous proposerons cette formation à plus de 400 salariés d'ici fin 2011. Cette formation devrait attirer plusieurs centaines de stagiaires l'an prochain.



▣ **Valeur pour Nestlé**
Le développement de nos collaborateurs est un facteur déterminant de la performance de l'entreprise.

▣ **Valeur pour la société**
Implantés dans des sites industriels ou tertiaires répartis sur l'ensemble du territoire, nous générons des emplois et des activités économiques qui contribuent à la vie des communautés locales.

Ces dispositions visent à garantir la non-discrimination à l'embauche, à anticiper l'évolution des carrières, à améliorer les conditions de travail et à développer l'accès à la formation. Elles proposent aussi d'aménager des fins de carrière via, entre autres, l'instauration de temps partiels à partir de 55 ans pour les employés volontaires.

Le handicap

Nestlé en France s'engage dans une politique active au profit des personnes en situation de handicap. Nous avons signé une convention de partenariat de deux ans (2011 et 2012) avec l'Association pour la GEstion des Fonds pour l'Insertion Professionnelle des personnes Handicapées (AGEFIPH) pour promouvoir l'intégration, l'évolution professionnelle et le maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap.

Nous déployons activement, dans toutes les entreprises de Nestlé en France⁽¹⁾, une politique Handicap qui repose sur 6 axes majeurs :

1. Informer et sensibiliser l'ensemble des acteurs sur l'emploi des personnes handicapées.
2. Inscrire au catalogue du Centre de Formation d'Expertise une offre de formation sur le sujet du handicap.
3. Développer le recrutement et l'intégration de personnes handicapées.
Pour cela, Nestlé se fixe l'objectif de recruter 35 collaborateurs pendant la durée de la convention, ainsi que 22 stagiaires ou apprentis.
4. Mettre en place une politique et des procédures de gestion de l'inaptitude, de maintien dans l'emploi et de reclassement des collaborateurs handicapés.
5. Développer le recours au secteur protégé et adapté mais aussi initier des partenariats.
6. Construire un cadre de dialogue social régulier sur l'emploi des personnes handicapées.

En 2010, 604 personnes en situation de handicap étaient déclarées au sein de Nestlé France.

La formation

Le développement des compétences est essentiel tant pour les collaborateurs que pour l'entreprise qui doivent l'un comme l'autre s'adapter à un environnement en perpétuelle évolution. La formation est l'un des moyens mis en œuvre pour y parvenir. Compte tenu des orientations stratégiques du Groupe, l'effort de formation chez Nestlé en France, en 2010, a porté sur 3 axes :

- L'intégration de la maîtrise des référentiels internes de l'entreprise.
- Une pratique quotidienne du management pour permettre de motiver les équipes, les impliquer dans les projets, piloter les résultats et les traduire en orientation stratégique.
- L'accompagnement du changement.

Au cours de l'année 2010, les collaborateurs du Groupe Nestlé en France ont bénéficié de plus de 240 000 heures de formation.



(1) Toutes les entreprises du Groupe Nestlé en France sont engagées dans la convention de partenariat, à l'exception d'Herta qui bénéficie d'un accord de branche sur la problématique du handicap.

En 2010, plus de
240 000

heures de formation ont été dispensées
aux collaborateurs Nestlé France.

– 40 %

d'accidents du travail
entre 2009 et 2010.

100 %

de nos usines sont certifiées
à la norme OHSAS 18001.

RÉSUMÉ DE LA PERFORMANCE 2010

Nestlé s'est doté d'indicateurs de performance pour mesurer et documenter la création de valeur partagée, la durabilité et la conformité.

Le résumé ci-après retrace les progrès réalisés.

Les codes GRI renvoient aux définitions de *Global Reporting Initiative*.

(Plus de détails sur <http://www.globalreporting.org/home/languagebar/frenchlanguagepage.htm>)

	GRI	2009	2010
Économie			
Total ventes (millions d'euros)	EC1	5 171	5 438
Nutrition			
Produits atteignant ou dépassant les critères de profil de la Fondation Nutritionnelle (en % du chiffre d'affaires total)		67 %	74 %
Produits analysés et améliorés ou confirmés via le programme 60/40+ (en % du chiffre d'affaires total)		38 %	44 %
Produits couverts par la Boussole Nutritionnelle Nestlé (en % des ventes)	PR3	99 %	100 %
Produits avec étiquetage RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers) (en % des ventes)	PR3	99 %	100 %
Employés ayant reçu une formation sur la nutrition (cumul)		3 230	4 020
Eau et environnement			
Volumes produits			
Total production volume (millions de tonnes)		3,28	3,50
Matériaux			
Total des matières premières utilisées (en millions de tonnes)	EN1	1,12	1,16
Déchets et sous-produits valorisés (kg par tonne de produit)		26,75	25,44
Déchets éliminés (kg par tonne de produit)		4,99	4,29
Énergie			
Consommation totale d'énergie sur site (en pétajoules)		5,95	6,19
Consommation spécifique d'énergie sur site (en gigajoules par tonne de produit)		1,82	1,77
Énergie utilisée sur place produite à partir de sources renouvelables (% du total)		5,7	5,8
Gaz à effet de serre (GES)			
Émissions directes de GES (en millions de tonnes de CO ₂)	EN16	0,21	0,22
Émissions directes de GES (en kg de CO ₂ par tonne de produit)		64	62
Émissions indirectes de GES (en millions de tonnes de CO ₂)	EN16	0,04	0,04
Émissions indirectes de GES (en kg de CO ₂ par tonne de produit)		13,2	12,8

	GRI	2009	2010
Eau			
Prélèvement total d'eau (en millions de m³)	EN8	14,83	14,46
Prélèvement spécifique d'eau (en m³ par tonne de produit)		4,52	4,13
Total des eaux usées rejetées (en millions de m³)	EN21	6,32	6,36
Gouvernance en matière de sécurité, de santé et d'environnement			
Sites industriels certifiés ISO 14001/OHSAS 18001 (en % des sites)		90	100
Emballages			
Total des matériaux d'emballage (en millions de tonnes)	EN1	0,343	0,346
Fournisseurs			
Fournisseurs ayant fait l'objet de contrôles de sécurité, de qualité et de production des aliments ⁽¹⁾		396	573
Fournisseurs ayant reçu et reconnu le Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé ⁽²⁾		100 %	100 %
Nombre de fournisseurs clés concernés par le programme d'audit relatif à l'approvisionnement responsable ⁽²⁾		NA	1 481
Fournisseurs clés couverts par un audit relatif à l'approvisionnement responsable (%) ⁽²⁾		NA	66 %
Fournisseurs clés soumis à un audit et appliquant le Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé (%) ⁽²⁾		NA	56 %
Fournisseurs clés approuvés dans le cadre du processus d'approbation des fournisseurs ⁽²⁾		NA	61 %
Nos collaborateurs			
Total des effectifs (nombre de collaborateurs)	(LA1)	15 648	15 922
Lacunes CARE identifiées concernant l'intégrité dans les relations d'affaires et les RH (sur 2 795 observations dans 25 sites)			18
– mineures			18
– majeures			0
– critiques			0
Accidents avec arrêt de travail parmi les employés et les sous-traitants (par million d'heures travaillées)	LA7	8,4	5,9
Taux d'accidents parmi les employés et les sous-traitants (par million d'heures travaillées)	LA7	16,7	9,9
Accidents mortels parmi les employés et les sous-traitants	LA7	0	0
Postes de cadres occupés par des femmes (%)		NA	27

Sauf mention contraire, les chiffres portent sur le périmètre Nestlé en France.

(1) Nestlé-France SAS + Davigel.

(2) Groupe Nestlé (Monde).



Pour en savoir plus sur la Création de Valeur Partagée du Groupe Nestlé :
www.nestle.com/csv/Pages/CSV.aspx

Retrouvez les rapports du Groupe Nestlé sur www.nestle.com

Pour en savoir plus sur la Fondation d'entreprise Nestlé France
« Manger bien pour vivre mieux » : <http://fondation.nestle.fr>

Pour en savoir plus sur les engagements de Nestlé en France :

■ Nestlé Waters France et Belgique : www.nestle-waters.fr

■ Nescafé : <http://sustainability.nescafe.com/developpement-durable-fr/Pages/index.aspx>

■ Chocolats : www.mieuxcultiverleplaisir.fr

■ Herta : www.croquonslavie.fr/corner-marque/herta/Engagements/Engagements.aspx

■ Nespresso : www.nespresso.com/#/fr/fr

■ Purina : www.purina.fr

■ Nestlé France: www.nestle.fr

■ Le site Nestlé « Croquons la Vie » : www.croquonslavie.fr et en particulier
www.croquonslavie.fr/produits-et-marques-nestle/nos-engagements/





La conception et la rédaction de ce document ont été coordonnées par le comité de pilotage CSV de Nestlé France.
Nestlé France – 7, boulevard Pierre-Carle – BP 900 Noisiel – 77446 Marne-la-Vallée Cedex 02 – France – © 2011, Nestlé France S.A.
Concept : Nestlé S.A., Gouvernance de Groupe - Conseil : Utopies
Réalisation : Ogilvy&Mather - Pré-presse : Redworks Paris
Impression : Sopedi, imprimeur certifié imprim'vert, sur papier certifié FSC.