

# Nestlé et la société

Création de valeur partagée et respect  
de nos engagements 2016



Nestlé

15 Years

of Good Food, Good Life



# Table des matières

- 
- |           |   |           |  |
|-----------|---|-----------|--|
| <b>2</b>  | <b>Message de notre Président et de notre Administrateur délégué</b>  | <b>27</b> | <b>Eau</b><br>Découvrez notre engagement sur la préservation responsable de cette précieuse ressource.   |
| <b>4</b>  | <b>Notre impact positif sur la société</b>  | <b>32</b> | <b>Durabilité environnementale</b><br>Découvrez comment nous entendons améliorer la performance environnementale de nos produits.  |
| <b>6</b>  | <b>Tirer parti de la Création de valeur partagée</b>  | <b>37</b> | <b>Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité</b><br>Découvrez la manière dont nous développons des communautés prospères et nos travaux sur les évaluations de l'impact sur les droits de l'Homme. |
| <b>7</b>  | <b>Importance de la CSV pour les investisseurs</b>  | <b>44</b> | <b>Nos questions pertinentes</b>   |
| <b>8</b>  | <b>Notre contribution à l'Agenda mondial</b>  | <b>46</b> | <b>Dialogue avec les parties prenantes</b>   |
| <b>10</b> | <b>Présentation de nos engagements</b>  |           |  |
| <b>12</b> | <b>Nutrition, santé et bien-être</b><br>Découvrez comment les efforts de Nestlé en matière de nutrition aident à améliorer la qualité de vie des individus et des familles. |           |  |
| <b>23</b> | <b>Développement rural</b><br>Découvrez nos travaux auprès des agriculteurs et des communautés productrices.  |           |  |
- 

## Rapports complémentaires



Rapport annuel 2016



Rapport sur le Gouvernement d'entreprise 2016  
Rapport de rémunération 2016  
Rapports financiers 2016

## Page de couverture

Grâce à la gamme d'aliments et de boissons enrichis de Nestlé, tels que *Nido Fortigrow*, nous atteignons les enfants et familles qui en ont le plus besoin et pouvons ainsi exercer un impact positif sur leur santé.



# Résumé de la performance

Nestlé s'est dotée d'indicateurs de performance clés (KPI) pour mesurer et documenter la Création de valeur partagée, la durabilité et la conformité. Le résumé de la performance ci-dessous retrace les progrès réalisés dans l'application des principes du Pacte Mondial des Nations Unies. Sauf indication contraire, les indicateurs de performance portent sur l'année civile qui se termine le 31 décembre 2016. A des fins de transparence, le tableau ci-dessous précise le lien entre nos KPI, nos engagements et les indicateurs de la Global Reporting

Initiative (GRI). Les références de la colonne GRI renvoient à l'indicateur applicable dans les directives G4 de la Global Reporting Initiative. Nous nous basons sur les directives G4 et indicateurs de la GRI, conformément aux questions pertinentes abordées. Ces questions sont définies dans le cadre de notre processus de dialogue avec les parties prenantes et façonnent nos engagements publics.

**Rendez-vous sur le site [www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary](http://www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary)**

## Indicateurs de performance clés: Nestlé et la société, Création de valeur partagée

	GRI	2015	2016	Page
<b>Economie</b>				
Chiffre d'affaires du Groupe (en millions de CHF) <sup>(a)</sup>	G4-EC1	88 785	89 469	n/a
Bénéfice net (en millions de CHF) <sup>(b)</sup>	G4-EC1	9 066	8 531	n/a
<b>Nutrition</b>				
Produits atteignant ou dépassant les critères de profil de la <i>Fondation pour la Nutrition</i> de Nestlé (en % du chiffre d'affaires total) <sup>(c)</sup>	G4-EC1	81,6	83,7	13
Produits rénovés pour des considérations de nutrition ou de santé <sup>(d)</sup>	G4-FP7	8 041	8 856	13
Produits à la teneur en ingrédients nutritifs ou nutriments essentiels revue à la hausse <sup>(d)</sup>	G4-FP7	4 643	4 095	13, 14
Produits à la teneur en sodium, sucre, graisses trans, graisses totales, calories ou colorants artificiels revue à la baisse <sup>(d)</sup>	G4-FP6	5 471	5 777	13, 16
Produits analysés et améliorés ou confirmés via le programme 60/40+ (chiffre d'affaires en millions de CHF) <sup>(e)</sup>	G4-PR1	33 657	34 426	13
Produits contenant des Branded Active Benefits (chiffre d'affaires en millions de CHF)	G4-FP7	6 193	6 174	13, 14
Produits couverts par la <i>Boussole Nutritionnelle Nestlé</i> (en % du chiffre d'affaires mondial) <sup>(f)</sup>	G4-PR3	92,8	96,4	19
Produits avec étiquetage RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers) (en % du chiffre d'affaires) <sup>(g)</sup>	G4-PR3	89,2	92,3	19
Produits avec recommandations spécifiques concernant les portions (chiffre d'affaires en millions de CHF)	G4-PR3	35 562	45 333	20
UGS de Produits à Positionnement Populaire	G4-EC1	4 845	4 845	13
Produits à Positionnement Populaire (chiffre d'affaires en millions de CHF)	G4-EC1	11 599	12 341	13
Publicité télévisée de Nestlé s'adressant aux enfants de -12 ans en conformité avec les politiques de marketing responsable (en %)	G4-PR7	97	98,7	17
Infractions au document <i>Politique et Instructions Nestlé pour la Mise en Œuvre du Code International de l'OMS pour la Commercialisation des Substituts du Lait Maternel</i> <sup>(h)</sup>	G4-PR7	36	19	16
Employés en charge du marketing des préparations pour nourrissons dans les pays à haut risque ayant reçu une formation au Code de l'OMS (en % du personnel) <sup>(i)</sup>	G4-PR6	100	100	16
<b>Développement rural</b>				
Producteurs formés au travers de programmes de formation		400 000	363 000	24
Marchés couverts par les programmes de la <i>Sustainable Agriculture Initiative Nestlé</i> (SAIN)		52	53	24, 31
Marchés d'achat direct couverts par les programmes SAIN (en %)		97	97	24, 31
Pourcentage du volume acheté conforme à 100% au <i>Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé</i> <sup>(n)</sup>	G4-FP1	82	61	25
<b>Eau</b> <sup>(j)</sup>				
Total du captage d'eau (en millions de m <sup>3</sup> )	G4-EN8	141	138	28
Total du captage d'eau (en m <sup>3</sup> par tonne de produit)	G4-EN8	2,57	2,48	28
<b>Durabilité environnementale</b>				
<b>Production</b>				
Production totale (en millions de tonnes)		54,6	55,8	n/a
<b>Matériaux</b>				
Matières premières utilisées (en millions de tonnes)	G4-EN1	24,7	24,9	n/a
Matériaux destinés aux emballages (en millions de tonnes)	G4-EN1	5,3	5	35
Optimisation des emballages (milliers de tonnes économisés)		58,2	22,5	35
<b>Energie</b>				
Consommation d'énergie totale utilisée sur place (en pétajoules)		93,8	92,9	33
Consommation d'énergie totale utilisée sur place (en gigajoules par tonne de produit)		1,72	1,67	33
Consommation d'énergie totale utilisée sur place issue de sources renouvelables (en % du total)	G4-EN3	15,4	16,9	33, 34
Consommation d'énergie totale directe (en pétajoules)	G4-EN3	63,8	63,2	33

## Indicateurs de performance clés: Nestlé et la société, Création de valeur partagée

	GRI	2015	2016	Page
Consommation d'énergie totale directe issue de sources renouvelables (en % du total de la consommation d'énergie directe)	G4-EN3	11,8	12,1	33
Consommation d'énergie totale indirecte (en pétajoules)	G4-EN4	80,9	78,4	33
<b>Biodiversité</b>				
Taille totale des sites de production dans des zones protégées (en hectares)	G4-EN11	18,8	18,8	36
<b>Emissions, effluents et déchets</b>				
Emissions directes de GES (en millions de tonnes d'eCO <sub>2</sub> )	G4-EN15	3,7	3,6	33
Emissions directes de GES (en kg d'eCO <sub>2</sub> par tonne de produit)	G4-EN15	68	65	33
Emissions indirectes de GES (en millions de tonnes d'eCO <sub>2</sub> )	G4-EN16	3,7	3,5	33
Emissions indirectes de GES (en kg d'eCO <sub>2</sub> par tonne de produit)	G4-EN16	69	62	33
Total des eaux usées rejetées (en millions de m <sup>3</sup> )	G4-EN22	80,5	78,1	30
Total des eaux usées rejetées (en m <sup>3</sup> par tonne de produit)	G4-EN22	1,49	1,4	30
Qualité moyenne des eaux rejetées (DCO en mg/l)	G4-EN22	70	72	30
Sous-produits (en kg par tonne de produit)	G4-EN23	29,3	29,7	34
Déchets pour élimination définitive (en kg par tonne de produit)	G4-EN23	3	1,9	34
<b>Gouvernance en matière de durabilité environnementale</b>				
Sites de production certifiés ISO 14001 (en % du total des sites de production)		92	94	n/a
<b>Droits de l'Homme et conformité</b>				
Nombre total de rappels de produits ou d'incidents de non-conformité significatifs	G4-PR2	6	10	n/a
Nombre d'évaluations de l'impact sur les droits de l'Homme réalisées	G4-HR9	2	1	38
Nombre d'employés ayant reçu une formation sur les droits de l'Homme		11 242	10 967	38
<b>Nos collaborateurs</b>				
Total des effectifs (nombre de collaborateurs) <sup>(a)</sup>		335 213	328 221	n/a
Pourcentage total d'employés nouvellement recrutés <sup>(k)</sup>	G4-LA1	11,1	11,1	n/a
Pourcentage total de renouvellement du personnel <sup>(k)</sup>	G4-LA1	12,5	12,4	n/a
Lacunes CARE identifiées concernant l'intégrité dans les relations d'affaires et les RH <sup>(l)</sup>		12	7	39
Dont:				
mineures		12	7	39
majeures		0	0	39
critiques		0	0	39
Accidents et maladies avec arrêt de travail (par million d'heures travaillées) (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	2,05	1,93	40
Taux total d'accidents et de maladies enregistrables (par million d'heures travaillées) (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	3,42	3,13	40
Nombre total d'accidents mortels (employés, sous-traitants travaillant sur les sites, membres du public sur les sites) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	10	4	40
Nombre moyen d'heures de formation par an, par employé et par catégorie <sup>(m)</sup>	G4-LA9	31,6	38,8	43
Postes de cadres occupés par des femmes (en %) <sup>(k)</sup>	G4-LA12	34	35,4	40
Membres du Comité de direction local originaires du pays dans les pays en développement (en %) <sup>(k)</sup>	G4-EC6	63,3	73,3	n/a

(a) Coentreprises non incluses.

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

(c) Total Nestlé (aliments et boissons, hors CPW, NHSc, pharma, Nespresso, activités non couvertes par le reporting GLOBE). Pourcentage de produits répondant aux critères du SPNN sur le nombre total de produits évalués.

(d) Sur la base des rapports de 78% des fabriques. Les produits peuvent avoir en même temps une quantité moindre d'un ingrédient et une quantité plus importante d'un autre.

(e) Dans le programme 60/40+, les produits Nestlé testés doivent avoir la préférence des consommateurs par rapport à ceux de la concurrence. Les résultats des évaluations sont valables pendant trois ans au maximum, si tous les paramètres restent les mêmes.

(f) Les produits pour animaux de compagnie, Gerber Life, Nestlé Health Care Nutrition, Wyeth Nutrition, les autres activités Nestlé Health Science et les produits Nestlé Waters qui ne sont pas des marques Nestlé n'entrent pas dans le champ d'application.

(g) Inclut tous les aliments et boissons ainsi que Nestlé Waters, à l'exception de l'eau naturelle. Exclut les coentreprises, Nestlé Nutrition, Wyeth, Nestlé Health Science et des dérogations portant sur des catégories/pays spécifiques.

(h) Exemples attribués à Nestlé sur la base d'audits internes menés par des auditeurs de l'Entreprise et d'audits externes effectués par Bureau Veritas. Le nombre final d'infractions pourrait changer car les résultats de certaines vérifications sont encore en cours d'évaluation. Nos Rapports annuels

sur la conformité sont disponibles sur notre site web.

(i) Nous suivons les critères de commercialisation des substituts du lait de FTSE4Good, selon lesquels les pays sont considérés à haut risque s'ils affichent, chez les enfants de moins de cinq ans, un taux de mortalité de plus de 10 pour 1000 ou un taux de malnutrition aiguë supérieur à 2%. Tous les autres pays sont considérés comme des pays à risque modéré.

(j) Coentreprises incluses.

(k) Couvre les employés de Nestlé inscrits dans le système des RH (environ 84% de l'ensemble des employés).

(l) Notre programme mondial d'audit externe CARE est réalisé par trois sociétés d'audit et vérifie que tous les employés et les sites que nous détenons ou exploitons respectent

la législation locale, nos *Principes de conduite des affaires* et notre *Code de conduite professionnelle*. Les audits ont lieu tous les trois ans.

(m) Les heures de formation sont basées uniquement sur les informations enregistrées dans le système LMS. Les chiffres sont plus élevés si les heures de formation saisies manuellement sont prises en compte (ce qui a été le cas en 2015, lors du lancement du LMS). Les heures de formation par employé couvrent 100% des employés inscrits dans le système.

(n) En 2015, les audits de niveau 1 concernaient uniquement les matières premières dans le cadre de l'approvisionnement direct alors qu'en 2016, la portée a été étendue aux services et matières premières dans le cadre de l'approvisionnement indirect.

© Mars 2017, Nestlé S.A.,  
Public Affairs

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

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

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

**Conception et rédaction**

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

**Conception visuelle et graphisme**

Nestec S.A., Corporate Identity  
& Design, avec Gavillet & Cie

**Photographies**

Wang Chengxuan, Stewart Cohen,  
Deco Cury, Harmen Hoogland,  
Ivan Kashinsky, Remo Nägeli,  
Thierry Nangbo, Qilai Shen,  
Aude Sirvain, Sergio Urday,  
Alicia Vera, Daryl Visscher,  
Daniele Volpe, Stefan Wildhirt

**Illustrations**

Helge Hjorth Bentsen

**Production**

brain'print GmbH (Suisse)






**Papier**

Ce rapport est imprimé sur du Lessebo  
Smooth White, un papier certifié  
Forest Stewardship Council (FSC),  
issu de forêts bien gérées et d'autres  
sources contrôlées.

# Nos engagements

Les 42 engagements présentés dans le rapport *Nestlé et la société* guident nos efforts collectifs pour atteindre des objectifs spécifiques.

Sur la droite figurent quelques-unes de nos principales réalisations illustrant les progrès que nous avons accomplis dans nos domaines clés de Création de valeur partagée.

	<b>Nutrition, santé et bien-être</b> <b>8856</b> Nous avons rénové 8856 produits pour des considérations de nutrition ou de santé	<b>207 milliards</b> Nous avons fourni 207 milliards de portions d'aliments et de boissons enrichis en micronutriments
	<b>Développement rural</b> <b>129 millions</b> Nous avons distribué 129 millions de plantules de café (total depuis 2010), contre un objectif de 200 millions d'ici 2020	<b>363 000</b> Nous avons formé 363 000 producteurs au travers de programmes de renforcement des compétences
	<b>Eau</b> <b>25%</b> Nous avons réduit de 25% nos captages d'eau par tonne de produit depuis 2010	<b>3,7 millions de m<sup>3</sup></b> Nous avons économisé 3,7 millions de m <sup>3</sup> d'eau grâce à 516 projets d'économie d'eau
	<b>Durabilité environnementale</b> <b>39%</b> Nous avons réduit de 39% nos émissions par tonne de produit (total depuis 2006)	<b>182</b> Nous avons atteint notre objectif zéro déchet pour élimination définitive dans 182 sites (39% du total)
	<b>Nos collaborateurs, droits de l'Homme et conformité</b> <b>15 666</b> Nous avons formé 15 666 femmes à des compétences entrepreneuriales	<b>9573</b> Nous avons formé 9573 collaborateurs aux droits de l'Homme dans les pays à risque FTSE4Good

# Message de notre Président et de notre Administrateur délégué

L'année 2016 a été marquée par deux moments forts.

Le premier a été la célébration du 150<sup>e</sup> anniversaire de Nestlé. L'aventure de notre Société a commencé avec l'invention par Henri Nestlé de la *Farine Lactée* pour nourrissons et, depuis, nous n'avons eu de cesse d'être fidèles à notre raison d'être: améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain.

Chaque jour, Nestlé touche des milliards de vies dans le monde: nos collaborateurs, les agriculteurs produisant nos ingrédients, les familles profitant de nos produits, les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons, et l'environnement naturel dont nous dépendons. Guidés par nos valeurs ancrées dans le respect, nous collaborons avec nos partenaires pour créer de la valeur partagée, contribuant ainsi à la société tout en assurant le succès à long terme de notre Entreprise.

Nous avons le plaisir de vous présenter notre rapport *Nestlé et la société 2016: Création de valeur partagée*, qui illustre nos progrès et explique comment notre raison d'être, nos ambitions et nos 42 engagements publics contribuent à la société.

Nos priorités en matière de Création de valeur partagée (CSV) sont les domaines qui servent le plus les intérêts à la fois de Nestlé et de la société, et ceux pour lesquels nous pouvons créer le plus de valeur et faire la différence. Il s'agit notamment de la nutrition, où nous avons révisé nos engagements pour permettre aux individus et aux familles de vivre une vie plus saine et plus heureuse, particulièrement aux nourrissons et enfants; du développement rural, pour contribuer à développer des communautés solides et prospères et améliorer les moyens de subsistance de ceux avec qui nous vivons et travaillons; et de l'eau, qui est au cœur des préoccupations pour la planète et la clé de voûte de la sécurité alimentaire. Nous avons renforcé nos engagements concernant l'eau et la durabilité environnementale afin de souligner notre détermination à préserver les ressources naturelles pour les générations futures.

Ces efforts reposent sur une approche solide dans les domaines Conformité, Droits de l'Homme et Nos collaborateurs. Nous respectons

et soutenons les droits de l'Homme, le travail équitable et la diversité. Le chômage élevé chez les jeunes étant un sujet d'inquiétude à l'échelle mondiale, nous avons décidé de prolonger notre *Initiative mondiale pour les jeunes* en invitant d'autres sociétés et partenaires à y participer.

Le deuxième moment fort pour Nestlé a été le premier anniversaire des Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, qui fournissent un cadre d'indicateurs clair et reconnaissent le rôle et la contribution du secteur privé dans l'esprit de la CSV.

Ces 17 objectifs visent à mettre fin à la pauvreté, à la faim et aux inégalités, et à préserver les ressources naturelles de la planète d'ici 2030. Étroitement liés les uns aux autres, ils sont intégrés à notre approche de Création de valeur partagée et nous mettons surtout l'accent sur ceux où nous pouvons avoir l'impact le plus positif et significatif.

Afin de nous aligner sur le calendrier des ODD, nous avons défini des ambitions globales pour 2030, qui guideront nos actions et orienteront nos engagements 2020 (voir page 10).

Nestlé s'engage à atteindre les ODD non seulement à travers notre approche de CSV, mais aussi via des partenariats, des collaborations et le dialogue avec les parties prenantes. Grâce au Consumer Goods Forum, par exemple, nous aidons à définir l'Agenda collectif mondial via des résolutions et des engagements en matière de santé et de bien-être, de durabilité sociale et environnementale et de changement climatique.

Comme chaque année, nous avons réaffirmé en 2016 notre soutien au Pacte mondial des Nations Unies en tant que membre fondateur du Global Compact LEAD – une importante plateforme pour le leadership des entreprises en matière de durabilité et l'engagement collectif vis-à-vis des ODD.

Tous ces efforts reposent sur nos valeurs qui sont ancrées dans le respect, le respect de nous-mêmes, des autres, de la diversité du monde et de l'avenir. Nos *Principes de conduite des affaires* et notre *Code de conduite professionnelle* établissent clairement nos responsabilités.

Ce rapport souligne le souci de transparence, d'amélioration et d'engagement qui motive toutes nos actions. Le Creating Shared Value Council et

nombre d'autres parties prenantes guident nos efforts en nous offrant éclairages et critiques constructives.

Nous encourageons les investisseurs à s'intéresser aux performances financières et sociétales des entreprises et à évaluer comment les dirigeants les intègrent à la gouvernance, à la stratégie et aux activités. Le rapport comprend donc cette année une section destinée aux investisseurs.

Ce rapport prouve surtout que nous sommes convaincus de l'utilité de la Création de valeur partagée pour produire un impact positif à long terme pour les actionnaires et la société à travers chacune de nos actions en tant qu'entreprise. La CSV est une stratégie d'entreprise unique qui nous permet de cibler des activités où nous pouvons optimiser la création de valeur pour nos actionnaires et la société.

Vos commentaires sur nos engagements et sur ce rapport sont les bienvenus.



**Peter Brabeck-Letmathe**  
Président



**Paul Bulcke**  
Administrateur délégué



Lors du Forum sur la CSV en Côte d'Ivoire, le Président de Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, visite la ferme expérimentale de Zambakro, une extension de notre centre R&D d'Abidjan, avec Wan Ling Martello, Directrice générale Asie, Océanie et Afrique subsaharienne.



L'Administrateur délégué de Nestlé, Paul Bulcke, se joint à des représentants gouvernementaux locaux, des leaders de l'industrie et des caféiculteurs pour l'inauguration du Nescafé Coffee Center à Pu'er, dans le Yunnan (Chine).



## Notre impact positif sur la société

La Création de valeur partagée (CSV) est pour nous un moyen de produire un impact positif à long terme pour les actionnaires et la société à travers chacune de nos actions en tant qu'entreprise.

La CSV est une stratégie d'entreprise unique qui nous permet de cibler des activités où nous pouvons optimiser la création de valeur pour nos actionnaires et la société.

Notre approche de Création de valeur partagée lancée il y a dix ans nous a permis d'identifier, de déployer et de gérer des stratégies conciliant les avantages pour l'entreprise avec l'impact social que celle-ci exerce. Depuis, nous avons beaucoup progressé et avons lancé en 2012 une série d'engagements publics à des fins d'amélioration continue.

Nos travaux dans nos domaines prioritaires ont un impact positif sur la société, comme le montrent ici quelques exemples marquants tirés de nos rapports publics de ces dix dernières années. Les principes sous-tendant la CSV marquent toutefois notre manière d'opérer depuis la fondation de la Société il y a 150 ans.



Economiser l'eau dans nos activités

Lutter contre la faim cachée grâce à 192 milliards de portions de produits enrichis


Former et soutenir 4 millions d'agriculteurs



Diriger les efforts de promotion du développement durable et travailler ensemble pour l'avenir



Faire en sorte que plus de 50 millions d'enfants mangent mieux et fassent plus d'exercice grâce aux programmes de Nestlé pour les enfants



Préparer des centaines de milliers de jeunes au monde du travail grâce à nos initiatives pour les jeunes



Donner à 513 000 personnes accès à l'eau potable et à l'assainissement



Aider 2 millions de femmes à développer leurs compétences



# Tirer parti de la Création de valeur partagée

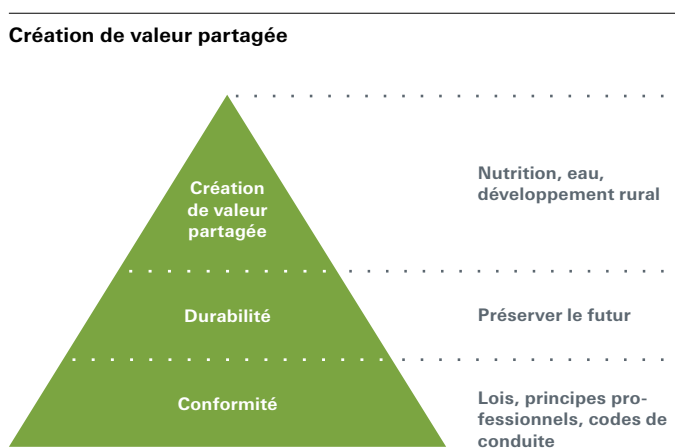
A l'avenir, la CSV restera le principe directeur fondamental régissant la façon dont Nestlé conduit ses affaires. Elle représente l'outil stratégique utilisé par Nestlé pour opérationnaliser et gérer toutes les actions prises, permettant de garantir la création de valeur pour les actionnaires et la société. C'est ainsi que Nestlé vit sa raison d'être: améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain.

Nos domaines prioritaires sont fermement ancrés dans notre raison d'être. Les individus et familles, nos communautés et la planète toute entière sont interconnectées. Nos efforts à cet égard prennent appui sur nos 42 engagements spécifiques, dont la plupart ont été actualisés et comprennent des objectifs pour 2020. Ces engagements, à leur tour, nous permettront de réaliser nos ambitions pour 2030, en ligne avec le calendrier des Objectifs de développement durable (ODD).

Notre raison d'être et notre calendrier nous permettent de faire avancer la CSV, tout en restant fermement convaincus que notre succès sur le long terme passe par la création de valeur pour nos actionnaires et l'ensemble de la société. Pour nous, produire un impact positif pour la société signifie permettre aux individus et aux familles de vivre une vie plus saine et plus heureuse, contribuer à développer des communautés solides et prospères, et préserver les ressources naturelles de la planète pour les générations futures, en particulier l'eau.

A l'aube de cette nouvelle phase de l'histoire de notre Société, nous allons continuer d'évoluer et de renforcer notre approche de CSV comme principe régissant la conduite de nos affaires, en nous assurant que sa philosophie inspire tous nos comportements, politiques et actions.

Nous allons aussi continuer de privilégier les domaines clés où la création de valeur peut être optimisée pour les actionnaires et la société, et communiquer en toute transparence nos progrès. Il est également possible de suivre nos progrès d'après nos classements dans les principaux indices.



# Importance de la CSV pour les investisseurs

Les *Statuts de Nestlé* stipulent que, dans la poursuite de son but social, Nestlé aspire à la création de valeur durable à long terme. En adéquation avec ce principe, nous sommes profondément convaincus que la Création de valeur partagée doit inspirer notre manière de faire des affaires: ce qui est bon pour les actionnaires doit également être bon pour la société.

Les investisseurs sont de plus en plus conscients de la valeur des biens incorporels des entreprises et savent que la seule lecture d'un bilan financier ne suffit plus. Les initiatives mondiales telles que les Principes pour l'investissement responsable et l'initiative Sustainable Stock Exchanges, soutenue par Nestlé, jouent un rôle croissant dans la promotion des investissements responsables et dans l'intégration du développement durable dans l'approche globale.

Pour les investisseurs à long terme, la Création de valeur partagée est essentielle, car elle contribue à la santé durable de l'entreprise. En mettant l'accent à la fois sur les actionnaires et la société, l'approche de CSV nous aide à savoir quels produits et services répondent aux attentes de la société.

Récemment, nous avons analysé la performance de nos activités dont la dimension Nutrition, Santé et Bien-être est supérieure à la moyenne. Au regard du programme 60/40+ et des critères de la *Fondation Nestlé pour la Nutrition*, ces activités affichent de meilleurs résultats que celles moins axées sur la nutrition, santé et le bien-être.

Nos analyses prévisionnelles de pertinence (page 44) nous aident à anticiper les tendances de consommation et les difficultés juridiques potentielles, et à continuer à satisfaire les attentes des consommateurs concernant notre comportement durable. La matrice la plus récente montre que les thèmes comme la sous-nutrition et la suralimentation, l'eau et le marketing responsable sont essentiels à la mise en œuvre de notre stratégie d'affaires, tandis que le changement climatique et les droits de l'Homme sont indispensables au succès de notre Société.

Notre rapport sur la Création de valeur partagée donne aux investisseurs un aperçu de notre performance dans différents domaines en soulignant nos engagements, nos objectifs et nos progrès chaque année, et présente nos activités en général. Notre rapport en ligne détaillé, qui fournit des renseignements complémentaires, applique les directives G4 de la Global Reporting Initiative et d'autres grands cadres, tels que les Principes directeurs des Nations Unies sur les droits de l'Homme, pour permettre une comparaison de nos données au sein du secteur.

Les informations que nous publions dans nos rapports sont également utilisées par des indices de premier plan pour évaluer notre performance et nos progrès (voir page 8).

Le lancement des ODD permet aux entreprises et investisseurs de contribuer ensemble à la création d'une société durable. Tous les commentaires sur notre rapport sont les bienvenus et nous nous réjouissons de discuter avec les investisseurs des thèmes abordés ici.



Avantages pour les investisseurs

Pour connaître les avantages pour les investisseurs par domaine d'impact, consultez les pages 22, 26, 31, 36 et 43.



# Notre contribution à l'Agenda mondial

Nous faisons étroitement coïncider notre programme de Création de valeur partagée avec l'Agenda du développement durable des Nations Unies pour 2030. Le secteur privé a eu l'opportunité de participer à l'élaboration des Objectifs de développement durable (ODD), qu'il doit désormais réaliser.

Nous avons intégré les ODD à notre approche de CSV, ce qui nous permet d'identifier les objectifs pour lesquels nous pouvons créer le plus de valeur ajoutée. A cet effet, nous avons cartographié nos questions pertinentes en fonction des ODD. Ces éléments sont présentés dans notre rapport sur la CSV en ligne.

Portés par notre raison d'être d'améliorer la qualité de vie et de contribuer à un avenir plus sain, nous avons défini trois ambitions globales pour nous aider à atteindre nos engagements 2020 ainsi que les ODD. Les voici, avec quelques exemples spécifiques de la manière dont nous entendons les réaliser:

- Permettre à chacun de vivre une vie plus saine et plus heureuse, notamment aider 50 millions d'enfants à vivre en meilleure santé;
- Contribuer à développer des communautés solides et prospères, notamment améliorer les moyens de subsistance de 30 millions de personnes dans les communautés en contact direct avec nos activités opérationnelles;
- Préserver les ressources pour les générations futures, notamment faire en sorte que nos activités aient un impact environnemental nul.

Ces ambitions tiennent compte du fait que nous vivons dans un monde interconnecté, où nos avenir sont inextricablement liés.

Nous tirerons parti de notre envergure pour concrétiser ces ambitions. Cependant, la réalisation des ODD nécessitera la mise en place de partenariats dynamiques et efficaces au plan local, national et international. Nous y mettons toute notre énergie et exhortons d'autres acteurs à se joindre à cet effort collectif. Nous nous réjouissons de collaborer avec la société civile, les instances publiques et d'autres pour y parvenir.

## Notre performance 2016 dans le cadre d'indices de premier plan



FTSE4Good

### 1<sup>re</sup> place

Nous sommes le premier fabricant de substituts du lait maternel à figurer dans l'indice FTSE4Good et conservons cette place depuis cinq ans.



### 2<sup>e</sup> place

Nous sommes deuxième de l'Access to Nutrition Index™ (ATNI) 2016 parmi 22 fabricants mondiaux d'aliments et de boissons.



### 1<sup>re</sup> place

Avec une note globale de 92 sur 100, nous obtenons les meilleurs résultats du secteur pour les trois dimensions (économique, environnementale et sociale) du Dow Jones Sustainability Index (DJSI) 2016. Le DJSI est un indice de référence indépendant reconnu à l'échelle mondiale, qui mesure la performance des 2500 plus grandes entreprises.

### 5<sup>e</sup> place

Nous occupons la cinquième place de la liste 2016 Change the World du magazine *Fortune*, un classement annuel des 50 entreprises «qui réussissent en faisant du bien».



### A-

En octobre 2016, nous obtenons la note de «leadership» de A- dans le cadre du programme CDP Water.

### 100A

En novembre 2016, nous obtenons la note de 100A dans le cadre du Climate Disclosure Leadership Index de la part de l'agence de notation du développement durable CDP.



### 2<sup>e</sup> place

Nestlé termine deuxième du palmarès de «La face cachée des marques» d'Oxfam en avril 2016.

## La raison d'être de notre Société

Améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain



## Nos ambitions

Pour les individus  
et les familles

Permettre à chacun de vivre une vie  
plus saine et plus heureuse

Pour nos  
communautés

Contribuer à développer des communautés  
solides et prospères

Pour  
la planète

Préserver les ressources  
pour les générations futures



## Nos domaines d'impact de CSV

Nutrition, santé  
et bien-être

Développement rural

Nos collaborateurs,  
droits de l'Homme  
et conformité

Eau

Durabilité  
environnementale



## A travers nos ambitions, nous soutenons les Objectifs de développement durable



# Présentation de nos engagements

Nous publions ces engagements pour assumer publiquement la responsabilité de leur réalisation et communiquons nos progrès chaque année. En 2016, nous avons procédé à une revue interne exhaustive de tous nos engagements et, conformément à nos ambitions, en avons ajouté de nouveaux pour pousser toujours plus loin notre démarche. Les 42 engagements sont en lien direct avec nos activités et la majorité d'entre eux sont associés à des objectifs à l'horizon 2020.



Page 12



Page 23

## Nutrition, santé et bien-être

Lancer plus d'aliments et boissons nutritifs, en particulier pour les femmes enceintes, les nouvelles mamans et les enfants

Continuer à réduire la teneur en sucre, sodium et graisses saturées

Accroître la part de légumes, céréales riches en fibres, légumes secs, noix et graines dans nos produits

Lutter contre la sous-nutrition grâce à l'enrichissement en micronutriments

Simplifier nos listes d'ingrédients et supprimer les colorants artificiels

Promouvoir et protéger l'allaitement en poursuivant l'application d'une politique à la pointe du secteur visant la commercialisation responsable des substituts du lait maternel

Donner les moyens aux parents, soignants et enseignants d'encourager les enfants à adopter des comportements propices à la santé

Ne commercialiser que des produits pour enfants qui leur permettent de suivre un régime alimentaire sain

Préconiser l'eau comme premier choix pour une hydratation saine

Accroître nos efforts de marketing pour promouvoir une cuisine, une alimentation et un mode de vie sains

Appliquer et expliquer les informations nutritionnelles sur les emballages, au point de vente et en ligne

Fournir des recommandations concernant les portions pour nos produits

Etablir des partenariats pour promouvoir des environnements alimentaires sains

Renforcer et partager les connaissances sur la nutrition, des 1000 premiers jours de la vie au vieillissement en bonne santé

Développer une science biomédicale pour la conception de produits favorables à la santé, d'une nutrition personnalisée et de solutions numériques

## Développement rural

Effectuer des états des lieux du développement rural pour comprendre les besoins des producteurs

Améliorer les résultats économiques de nos producteurs

Améliorer la disponibilité et la diversité alimentaires chez nos producteurs

Etablir une chaîne d'approvisionnement responsable et promouvoir le bien-être animal

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

Améliorer en permanence notre chaîne d'approvisionnement du café vert



## Eau

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

Prôner des politiques et une gestion de l'eau efficaces

Assurer un traitement efficace des eaux usées

Dialoguer avec les fournisseurs, en particulier dans le secteur agricole

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

## Durabilité environnementale

Faire preuve de leadership dans la lutte contre le changement climatique

Promouvoir la transparence et un engagement proactif à long terme en matière de politique climatique

Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires

Améliorer la performance environnementale de nos emballages

Evaluer et optimiser l'impact environnemental de nos produits

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

Préserver les richesses naturelles, notamment les forêts

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

Evaluer et améliorer l'impact sur les droits de l'Homme dans nos activités

Améliorer les moyens de subsistance des travailleurs et protéger les enfants dans notre chaîne d'approvisionnement agricole

Encourager une culture d'intégrité au sein de l'organisation

Garantir que les collaborateurs Nestlé soient couverts par un système de gestion de la sécurité et de la santé certifié

Améliorer la parité hommes-femmes au sein de nos effectifs et soutenir les femmes dans toute la chaîne de valeur

Fournir un mécanisme de plaintes efficace aux collaborateurs et parties prenantes

Déployer l'*Initiative mondiale pour les jeunes* dans toutes nos activités

Former aux *Principes de conduite des affaires*, à la nutrition et à la durabilité environnementale

Créer des conditions de travail saines et favoriser la santé des collaborateurs



## Nutrition, santé et bien-être

Fidèles à l'esprit de notre fondateur, Henri Nestlé, à nos valeurs et notre ambition en matière de nutrition, nous travaillons avec des partenaires pour proposer aux individus et familles des produits, services et connaissances contribuant à leur qualité de vie et à un avenir plus sain. Cela nous aidera à réaliser notre ambition pour 2030 d'aider 50 millions d'enfants à vivre une vie plus saine.



*El Plato más Rico del Perú* de Nestlé Pérou aide les parents et soignants à préparer des repas équilibrés, avec des portions adaptées aux enfants.

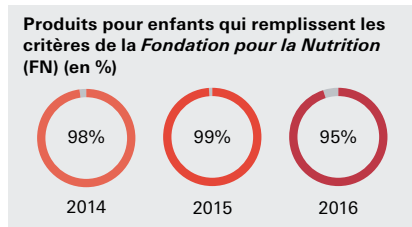


## Lancer plus d'aliments et boissons nutritifs, en particulier pour les femmes enceintes, les nouvelles mamans et les enfants 🧑🏻

Une bonne alimentation est cruciale tout au long de la vie, dès la conception. Il est donc important que les individus et familles aient accès à des produits sains et savoureux qui leur apportent les nutriments qui sont souvent absents de leur régime alimentaire.

### Nos progrès

Nous cherchons sans cesse à améliorer nos aliments et boissons pour enfants en les évaluant à l'aune des critères du Système des profils nutritionnels de Nestlé (SPNN) pour déterminer leur statut selon la *Fondation pour la Nutrition* (FN). Un produit doit répondre à tous les critères pour obtenir le statut FN, et nous considérons alors qu'il convient à une alimentation équilibrée.



Veiller à ce que nos produits soient à la fois nutritifs et savoureux peut être difficile. Toutefois, grâce à des innovations ciblées et des plans de suivi et d'action soignés, 95% de nos aliments et boissons pour enfants remplissaient les critères du SPNN et avaient donc obtenu le statut FN fin 2016. Cela concerne notamment nos Produits à Positionnement Populaire (PPP), dont les formats de portions, l'emballage et les canaux de distribution permettent aux personnes à faible revenu de consommer des aliments et boissons nutritifs et de bonne qualité.

### Notre objectif d'ici 2020

⊕ D'ici 2020: Concevoir et lancer, dans les pays développés et en développement, des aliments et boissons répondant aux besoins nutritionnels quotidiens et comblant les principales carences nutritives des nourrissons, enfants de moins de 12 ans, femmes enceintes et nouvelles mamans.

🧑🏻 Engagement vis-à-vis des nourrissons et des enfants

- Atteint
- Pas encore atteint
- 🕒 En bonne voie
- ⊕ Nouvel objectif

## Continuer à réduire la teneur en sucre, sodium et graisses saturées

La réduction de la teneur en sucre, sodium et graisses saturées dans nos aliments et boissons, ainsi que la suppression de toutes les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées (HPH) sont au cœur de notre engagement à proposer des choix plus sains et savoureux. Cette mesure passe par une politique de rénovation scientifique et progressive, qui nous permet d'améliorer les résultats en termes de santé et de lutter contre les maladies non transmissibles.

### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Réduire encore de 10% la teneur en sucre des produits ne remplissant pas les critères de la FN en la matière, pour une amélioration continue y compris des produits les plus complexes de notre portefeuille.
- D'ici 2016: Réduire encore de 10% la teneur en sodium des produits ne remplissant pas les critères de la FN, pour une réduction progressive du sodium même dans les produits les plus complexes de notre portefeuille.
- D'ici 2016: Réduire encore de 10% la teneur en graisses saturées des produits ne répondant pas aux critères de la FN en la matière.
- D'ici 2016: Supprimer les graisses trans issues d'huiles partiellement hydrogénées (HPH) dans tous nos produits.

### Nos progrès

Fin 2016, nous avons réduit la teneur en sucres ajoutés de 8%, soit 39 000 tonnes. Et nous allons continuer dans cette voie avec notre nouvel engagement de réduction du sucre.



Nous avons également continué à réduire la quantité de sel dans nos produits pour aider les consommateurs à ne pas dépasser les 2 g de sel par jour recommandés par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). Fin 2016, cette réduction s'élevait à 10,5%, soit une diminution globale du sel de 2700 tonnes. Bien que nous ayons dépassé notre objectif de 10% de réduction, nous

allons poursuivre nos efforts dans le cadre de notre nouvel engagement de réduction du sodium.

Fin 2016, nous avons réduit la teneur en graisses saturées de 6,5% (6200 tonnes). Afin d'aller plus loin, nous devons développer de nouvelles technologies, mener des études de stabilité et investir dans de nouveaux équipements. Pour atteindre l'objectif fixé tout en offrant des produits plus savoureux et sains, nous avons besoin de davantage de temps et avons donc repoussé son échéance.

A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017, plus de 99,8% des graisses et des huiles que nous utilisons dans nos produits ne contiendront plus de graisses trans issues d'HPH.

Nos nouveaux objectifs nous permettront de réduire encore la teneur en sucre, sel et graisses saturées dans nos aliments et nos boissons d'ici 2020.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Réduire de 5% les sucres ajoutés dans nos produits pour aider les individus et les familles à respecter les recommandations mondiales.
- ⊕ D'ici 2020: Réduire de 10% le sodium ajouté dans nos produits pour aider les individus et les familles à respecter les recommandations mondiales.
- ⊕ D'ici 2020: Concrétiser notre engagement pris en 2014 de réduire de 10% les graisses saturées dans tous les produits ne respectant pas les critères de la FN en la matière.

## Accroître la part de légumes, céréales riches en fibres, légumes secs, noix et graines dans nos produits

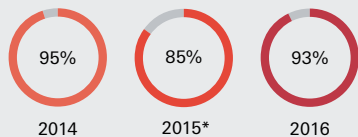
Une alimentation équilibrée comporte des légumes, céréales, légumes secs, noix et graines, qui sont une excellente source de fibres, vitamines, minéraux et autres nutriments essentiels. Des études sur les apports alimentaires dans le monde révèlent que ces aliments riches en nutriments manquent dans l'alimentation quotidienne des enfants et adultes. Nous nous engageons à favoriser leur consommation avec nos produits, en encourageant une cuisine saine et en fournissant des conseils nutritionnels sur l'emballage et, le cas échéant, en ligne.

### Nos progrès

Par le biais de Cereal Partners Worldwide (CPW), notre coentreprise avec General Mills, nous avons fixé des exigences concernant les céréales complètes dans toutes nos marques de céréales pour enfants et adolescents. Toutes les céréales pour petit-déjeuner de Nestlé indiquant la présence de céréales complètes en contiennent au moins 8 g par portion, et leur emballage comporte un bandeau vert pour une meilleure identification en rayon.

Nous nous engageons à faire encore mieux en veillant à ce qu'il y ait plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans nos céréales pour petit-déjeuner et, depuis 2015, nous appliquons une norme plus stricte pour classer les céréales complètes comme principal ingrédient. Conformément à cette norme, 93% de nos céréales pour enfants et adolescents ont atteint notre objectif en matière de céréales complètes.

**Plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants et adolescents (en %)**



\* En 2015, nous avons adopté une méthode de suivi plus stricte pour les céréales complètes.

L'augmentation de la quantité de céréales complètes modifie la texture, le goût et la durée de conservation du produit final. Nous avons donc procédé avec précaution pour éviter que les modifications apportées aient un impact négatif sur la préférence des consommateurs.

En nous appuyant sur notre objectif 2015 visant à intégrer plus de céréales complètes que tout autre ingrédient dans chaque portion de céréales pour petit-déjeuner pour enfants et adolescents, nos nouveaux objectifs pour 2020 prévoient l'ajout de légumes, céréales, légumes secs, son, noix et graines dans nos aliments et nos boissons. Ils garantiront également que nos céréales pour petit-déjeuner prêtes à consommer soient une source de plus en plus importante de fibres et de nutriments essentiels.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Ajouter à nos produits au moins 750 millions de portions de légumes, 300 millions de portions de céréales, légumes secs et son riches en nutriments, et plus de noix et graines.
- ⊕ D'ici 2020: Faire en sorte que nos céréales pour petit-déjeuner prêtes à consommer pour enfants et adolescents, dont l'ingrédient principal est déjà les céréales complètes, soient une source de fibres provenant autant que possible des céréales complètes.

## Lutter contre la sous-nutrition grâce à l'enrichissement en micronutriments

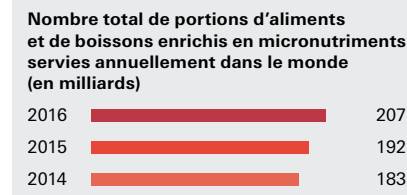
On estime que deux milliards de personnes – plus de 30% de la population mondiale – souffrent de carences en vitamines et minéraux essentiels, notamment les quatre principaux nutriments que sont le fer, l'iode, la vitamine A et le zinc. Ces carences affectent en majorité les nourrissons, les jeunes enfants et les femmes, les empêchant de réaliser pleinement leur potentiel de vie. Les conséquences peuvent être dévastatrices: déficience mentale, santé fragile, faible productivité et, dans les cas graves, décès. Même les carences légères à modérées peuvent affecter le bien-être et le développement. Idéalement, ces nutriments sont fournis par une alimentation équilibrée et variée, ce qui n'est pas toujours possible, en particulier dans les pays en développement. Nous devons et pouvons améliorer l'état nutritionnel des personnes à risque en ajoutant les micronutriments concernés aux produits consommés régulièrement par les populations vulnérables.

La biofortification permet la sélection et la culture de variétés de plantes naturellement riches en micronutriments. Cela peut contribuer à la richesse nutritionnelle des régimes alimentaires composés de denrées de base et aider les personnes qui n'ont pas accès aux aliments enrichis.

### Notre objectif en 2016

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

### Nos progrès



Nous poursuivons l'optimisation du profil nutritionnel de nos produits et adaptions leur degré d'enrichissement pour répondre à la situation et aux carences nutritionnelles dans certains pays. Par exemple, la popularité mondiale et la portée de notre





gamme *Maggi* nous offrent une solide plateforme pour lutter à grande échelle contre les carences en micronutriments. Près de 103 milliards de portions de soupes, de condiments, d'assaisonnements et de nouilles Nestlé ont été enrichies en 2016, dont 59 milliards en fer.

Nous enrichissons également les céréales et le lait pour fournir un complément nutritionnel aux catégories vulnérables comme les enfants d'âge scolaire et les femmes enceintes. Globalement, 83,5% des Produits à Positionnement Populaire (PPP) pour consommateurs à faible revenu ont été enrichis avec au moins l'un des quatre principaux nutriments.

En partenariat avec des instituts de recherche agricole et le programme HarvestPlus, nous cherchons également à développer et créer des chaînes d'approvisionnement pour les cultures biofortifiées. Au Nigeria, nous mélangeons du maïs enrichi en provitamine A avec du maïs normal et, en 2016, nous avons utilisé plus de 1000 tonnes de céréales pour nos bouillies de céréales de marque. Notre centre R&D ivoirien à Abidjan étudie aussi, avec des partenaires à Madagascar, en Turquie, au Brésil et en Inde, des possibilités d'enrichissement du manioc, du blé, du riz et du maïs.

#### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Atteindre des millions d'enfants et de familles avec des aliments et boissons enrichis.
- ⊕ D'ici 2020: Lancer des initiatives collectives pour réduire les carences en micronutriments dans dix pays.
- ⊕ D'ici 2020: Continuer à développer la chaîne d'approvisionnement pour les cultures biofortifiées et élargir notre portefeuille de produits enrichis.



#### **Outshine: un choix plus sain**

L'une de nos marques clés aux Etats-Unis, *Outshine*, innove en proposant des crèmes glacées plus saines. Nestlé USA a consacré dix ans à l'élaboration de recettes plus saines sans altérer la saveur unique des bâtonnets glacés aux fruits. En 2016, nos experts ont réussi à augmenter la teneur en fruits véritables de 77% et à réduire le sucre de 11% dans nos huit principaux bâtonnets *Outshine* tout en conservant le goût et la texture plébiscités par les consommateurs (tâche difficile, l'onctuosité diminuant en même temps que le sucre). Grâce à une liste d'ingrédients simple mentionnant d'abord les fruits véritables, nos consommateurs peuvent désormais savourer un délicieux bâtonnet glacé aux fruits onctueux, sachant qu'ils ont fait un choix plus sain. Mais notre travail n'est pas terminé; en 2018, nous prévoyons de réduire le sucre ajouté de la gamme *Outshine* pour continuer à offrir aux consommateurs les bienfaits des fruits et des légumes tout en préservant le plaisir gustatif.



## Simplifier nos listes d'ingrédients et supprimer les colorants artificiels

Les nouvelles générations de consommateurs cherchent de plus en plus à se rassurer sur la composition des aliments qu'ils achètent, et les nouvelles tendances de santé ont renforcé la demande de transparence, d'authenticité et d'ingrédients à valeur ajoutée.

### Nos progrès

Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs concernant nos produits, nous avons transformé notre portefeuille en suivant une approche «placard à provisions», qui met l'accent sur l'utilisation d'ingrédients naturels familiers et reconnaissables, tels que légumes, épices, herbes aromatiques et farines. Elle vise aussi à simplifier les listes d'ingrédients, à augmenter la proportion de légumes et céréales complètes, et à réduire la teneur en sel et sucre de nos produits.

Nous complétons cette approche en accélérant la suppression des additifs, arômes et colorants artificiels, et en fournissant des informations transparentes et faciles à lire sur leur utilisation.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Supprimer tous les colorants artificiels dans nos produits.
- ⊕ D'ici 2020: Poursuivre la suppression des ingrédients peu familiers.

## Promouvoir et protéger l'allaitement en poursuivant l'application d'une politique à la pointe du secteur visant la commercialisation responsable des substituts du lait maternel

Nous pensons que le lait maternel est le meilleur aliment pour les bébés. Nous soutenons les recommandations du Code de l'OMS préconisant l'allaitement exclusif durant les six premiers mois, suivi par l'introduction d'aliments complémentaires nutritifs adaptés, parallèlement à la poursuite de l'allaitement jusqu'à deux ans ou plus.

### Nos objectifs en 2016

- ⊕ En cours: Veiller à ce que les pratiques de Nestlé Nutrition remplissent systématiquement les critères SLM de l'indice FTSE4Good.
- ⊕ En cours: Continuer à renforcer nos pratiques et politiques pour conserver notre leadership dans la mise en œuvre du Code de l'OMS.
- ⊕ En cours: Continuer à communiquer nos progrès concernant la mise en œuvre de notre politique de conformité avec le Code de l'OMS.

### Nos progrès

Nous avons renforcé notre capacité à créer un environnement propice à l'allaitement au moyen de notre *Politique mondiale de protection de la maternité*, qui comprend le droit de prolonger le congé maternité jusqu'à six mois et de bénéficier d'aménagements de travail flexibles. Nous avons actuellement 302 espaces d'allaitement maternel et, d'ici 2018, nous équiperons tous les sites employant plus de 50 femmes de salles dédiées.

En 2016, dans le cadre du programme *Start Healthy Stay Healthy*, nous avons noué des partenariats avec des organismes publics et privés, et ouvert 945 salles d'allaitement en Inde et quelque 1500 en Chine. Nous avons aussi développé une application mobile de localisation des salles d'allaitement.

Nous soutenons la création d'espaces de travail propices à l'allaitement avec le mouvement «Every Woman, Every Child» et l'initiative Clinton Global Health, et nous incitons les autres parties prenantes et entreprises à faire de même.

Pour les enfants qui ne peuvent pas être allaités selon les recommandations, le lait infantile est le seul SLM jugé approprié par l'OMS. Nous nous engageons au minimum à respecter pleinement le Code de l'OMS mis en œuvre par les gouvernements nationaux dans le monde entier. Dans 152 pays à

risque élevé en termes de mortalité infantile et de malnutrition, nous appliquons volontairement notre politique lorsqu'elle est plus stricte que les règles nationales.

Nous sommes fiers d'être le premier fabricant de SLM à être entré dans l'indice FTSE4Good et d'avoir toujours respecté ses critères rigoureux de marketing responsable des SLM depuis 2011. Nous sommes aussi premiers du sous-indice Access to Nutrition dans le cadre de l'évaluation pilote des politiques et pratiques de marketing de SLM.

Nous continuons de renforcer notre système de gestion de la conformité. Nous avons amélioré nos mécanismes internes et externes de plaintes tels que «Tell Us» – qui permet à chacun d'exprimer ses inquiétudes sur nos pratiques marketing des SLM – et nous avons formé le personnel chargé de la nutrition infantile dans le monde pour renforcer sa capacité à commercialiser nos produits de manière responsable.

En 2016, nos pratiques ont été auditées dans 37 pays par des contrôleurs internes, dans trois pays par Bureau Veritas et dans un pays par PricewaterhouseCoopers. Nos progrès sont publiés sur notre site web.



### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2018: Veiller à la mise en œuvre de toutes les dispositions favorisant l'allaitement maternel de la *Politique de protection de la maternité de Nestlé*.
- ⊕ D'ici 2020: Agir pour un environnement propice à l'allaitement maternel en soutenant la mise en place de salles d'allaitement dans les communautés où nous opérons.



## Donner les moyens aux parents, soignants et enseignants d'encourager les enfants à adopter des comportements propices à la santé 🍴

Une alimentation adaptée pendant les 1000 premiers jours de la vie, soit de la conception au deuxième anniversaire de l'enfant, est primordiale pour sa santé et son bien-être toute sa vie durant. Il est donc fondamental que les mamans prennent de bonnes habitudes alimentaires pour elles-mêmes et leurs enfants.

### Notre objectif en 2016

- ① En cours: Offrir aux parents et soignants des formations sur l'importance des 1000 premiers jours de la vie (de la conception au deuxième anniversaire), y compris la nutrition maternelle durant la grossesse et l'allaitement pour un bon départ dans la vie.

### Nos progrès

Nous encourageons les enfants et familles à adopter des comportements sains au travers de trois programmes, axés chacun sur une priorité donnée. Bien que leurs objectifs soient globalement les mêmes, ils se distinguent en termes d'envergure, de portée et d'approche, et leurs canaux de diffusion sont différents pour cibler des groupes spécifiques:

- Nestlé *Start Healthy Stay Healthy* forme les parents à l'importance de la nutrition durant les 1000 premiers jours de vie;
- Le *Global Nestlé Healthy Kids Program* forme les enseignants et enfants à la nutrition et promeut des modes de vie sains en milieu scolaire;
- *United for Healthier Kids* encourage des comportements plus sains chez les enfants via l'implication des parents et des partenaires.

Le programme de Nestlé *Start Healthy Stay Healthy First 1000 Days Nutrition* est une formation en ligne créée par des nutritionnistes et basée sur les dernières découvertes scientifiques et données de santé publique. Il aide les mères à comprendre comment nourrir leur enfant et pourquoi les 1000 premiers jours sont cruciaux pour la future santé de leur bébé. Fin 2016, il était déployé dans plus de 40 marchés, touchant 55 millions de personnes via les médias.

Le *Global Nestlé Healthy Kids Program* aide les enfants et adolescents à trouver un équilibre entre alimentation et hydratation saines et activité physique. Leurs enseignants leur apprennent les bases de la nutrition et leur donnent des conseils pratiques sur les bonnes habitudes alimentaires. Le

cadre du programme est flexible et permet aux écoles de l'adapter aux besoins de santé et de nutrition spécifiques de leurs communautés. Avec la mise en place de projets au Gabon et dans le territoire palestinien, nous œuvrons maintenant dans 84 pays.

Nous avons également développé *United for Healthier Kids*, un programme scientifique pionnier complet reposant sur les médias sociaux. En partenariat avec des acteurs locaux publics et privés, il offre aux parents d'enfants de moins de 12 ans de nouveaux outils pour susciter et permettre un changement de comportement. Ces deux dernières années, le programme a touché plus de 170 millions de parents et il est actuellement en place dans dix pays.



### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2018: S'engager à poursuivre les programmes mondiaux *Nestlé Healthy Kids* tout en mesurant leur impact sur les enfants à l'aune de cinq objectifs définis au plan mondial: manger des repas nutritifs et variés; gérer les portions; boire de l'eau; jouer et être actif; conserver une bonne hygiène.
- ⊕ D'ici 2020: Aider 50 millions d'enfants avec nos programmes de formation nutritionnelle et de changement comportemental, un jalon important dans la réalisation de notre ambition 2030.

## Ne commercialiser que des produits pour enfants qui leur permettent de suivre un régime alimentaire sain 🍴

Nous sommes des défenseurs de longue date du marketing responsable à l'égard des enfants. Nos *Principes de communication* et notre *Politique de communication marketing adressée aux enfants* exigent que toute communication pour les enfants respecte les principes du marketing responsable et se limite aux produits qui répondent à un profil nutritionnel spécifique.

Membre fondateur de l'International Food & Beverage Alliance (IFBA), nous nous engageons à respecter sa politique mondiale en matière de publicité et de communication marketing adressées aux enfants.

### Nos progrès

Nous nous engageons à continuer de sensibiliser davantage aux critères de marketing pour les enfants dans l'Entreprise et avons développé un outil en ligne afin que nos experts marketing et agences partenaires comprennent notre Politique. Cet outil est basé sur des exemples de marque Nestlé et, après avoir été testé dans six marchés, il a été déployé fin 2016.

Nous travaillons également avec nos partenaires du secteur pour obtenir des engagements en matière de marketing pour les enfants, en particulier dans les pays sans autorégulation ou réglementation de la publicité. En 2016, de nouveaux engagements ont été pris et renforcés dans de nombreux pays et cette démarche de l'industrie s'étend désormais à 51 pays.

### Nos objectifs

- ① D'ici 2017: Former nos équipes marketing dans le monde entier pour soutenir le déploiement de notre *Politique de communication marketing adressée aux enfants*.
- ① D'ici 2017: Ne promouvoir auprès des enfants que des produits entrant dans le cadre d'une alimentation équilibrée.

## Préconiser l'eau comme premier choix pour une hydratation saine

Nous voulons contribuer à la santé des générations futures en partageant nos connaissances sur l'hydratation et en promouvant l'eau de n'importe quelle source comme le meilleur choix pour tous. Notre feuille de route pour une bonne hydratation a guidé notre approche en 2016 et continuera à l'avenir.

### Nos progrès

Nous avons collaboré avec l'Université de Californie à Davis sur une récente étude du journal *Appetite*, qui a testé les bienfaits de l'eau potable sur la mémoire de travail et l'attention chez les 9-12 ans. Les résultats montrent qu'un apport en eau modifiant légèrement l'état d'hydratation améliore les performances cognitives.

En nous appuyant sur les résultats de ce type d'études, nous travaillons avec des organismes de santé publique, des universitaires, des ONG et le secteur privé sur des campagnes de promotion de l'eau comme option recommandée pour une hydratation saine.

Nestlé Waters Mexique s'est associée au ministère fédéral de la santé mexicain pour créer un programme national d'hydratation familiale. Après la cérémonie de lancement en juillet 2016 à Mexico, qui a attiré plus de 40 000 personnes, nous avons entrepris une tournée médiatique dans cinq autres grandes villes et organisé des roadshows sur le thème de l'hydratation saine – les Brigades de l'hydratation – dans les principales universités du pays. Nous envisageons de déployer des initiatives similaires dans d'autres pays.

Nestlé Waters Amérique du Nord soutient l'initiative Drink Up, dont Michelle Obama est la présidente d'honneur. Cette initiative est gérée par le Partnership for a Healthier America, qui travaille avec le secteur privé pour inciter les Américains à boire de l'eau.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Développer et échanger des données de recherche sur les habitudes mondiales d'hydratation et soutenir les stratégies de santé publique.
- ⊕ D'ici 2020: Promouvoir l'eau comme le meilleur choix pour une hydratation saine dans au moins dix pays.



### Maggi enrichi au Guatemala

Plus de 30% de la population mondiale souffre de carences en vitamines et minéraux essentiels, notamment en fer, iode, vitamine A et zinc. Les condiments, utilisés par tous les ménages en Amérique centrale, ont prouvé qu'ils étaient un vecteur efficace d'enrichissement en micronutriments car ils sont beaucoup consommés et fréquemment, et ils s'appuient sur les habitudes alimentaires existantes. La campagne Nestlé «Cooking a Better Future Together» au Guatemala utilise deux de nos marques populaires, Maggi et Malher, pour offrir des produits fournissant 15% des apports journaliers recommandés en fer conformément à notre *Politique d'enrichissement en micronutriments des aliments et boissons*, à un prix abordable.

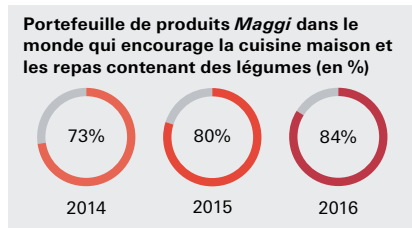


## Accroître nos efforts de marketing pour promouvoir une cuisine, une alimentation et un mode de vie sains

Grâce à sa présence mondiale, Nestlé est bien positionnée pour exploiter la communication de marque via les médias. Les produits que nous vendons chaque jour nous permettent de délivrer, par ces canaux, des messages favorisant un mode de vie plus sain et de promouvoir de bonnes habitudes alimentaires.

### Nos progrès

Notre marque *Maggi* véhicule l'idée que les bonnes habitudes alimentaires commencent dans la cuisine. En 2016, nous avons continué à encourager la cuisine maison et les repas sains à base de légumes avec 84% de notre gamme *Maggi*.



Le programme de cours de cuisine *Maggi* incite les enfants et leurs parents à cuisiner et aide à préparer des repas délicieux et équilibrés. Il offre des cours pour adultes, adolescents et enfants, ainsi que des idées de menus, recettes et conseils culinaires pratiques. En 2016, nous avons élargi sa portée mondiale à 35 pays.

Nous utilisons aussi notre portée marketing pour promouvoir des modes de vie sains et actifs. En lien avec son engagement de marque en Afrique, Océanie et Asie, *Milo* a proposé, avec des autorités publiques et organisations sportives, des programmes sportifs à 22 millions d'enfants en 2016 grâce à des initiatives sportives de base. *Milo* a aussi lancé un nouveau capteur d'activité et une application en Australie, aux Philippines et en Indonésie, qui permet aux parents de veiller à ce que leurs enfants aient une activité physique.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Doubler la portée de nos actions visant à promouvoir une cuisine et une alimentation saines et des modes de vie sains pour les individus, familles et animaux domestiques.

## Appliquer et expliquer les informations nutritionnelles sur les emballages, au point de vente et en ligne

Pour permettre aux gens de faire des choix de consommation éclairés, nous fournissons sur tous nos emballages des informations claires sur les ingrédients, les bienfaits nutritionnels, les questions de santé et la taille des portions. Ces données doivent être véridiques, pertinentes, transparentes et scientifiquement fondées, et ne doivent pas induire en erreur. Nous veillons à ce que nos étiquettes soient tout à fait exactes et indiquent l'absence d'un nutriment, d'un ingrédient ou d'une substance qu'un consommateur pourrait vouloir éviter, comme le sucre ou les graisses saturées.

### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Faire en sorte que, dans le monde, tous nos produits alimentaires et boissons concernés portent une étiquette avec les Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ) sur la face avant de l'emballage, afin d'informer les consommateurs sur le contenu nutritionnel.
- D'ici 2016: Appliquer l'étiquetage RNJ basé sur des valeurs de référence pour enfants à tous les produits conçus pour les enfants, lorsque la réglementation l'autorise, pour permettre aux parents de faire de meilleurs choix nutritionnels pour leurs enfants.
- D'ici 2016: Faciliter l'accès aux informations en fournissant de plus amples renseignements sur les produits et des conseils nutritionnels sur les emballages, par le biais de codes QR (Quick Response) pour smartphones.

### Nos progrès

Les étiquettes RNJ détaillent la composition nutritionnelle d'une portion type d'aliment ou de boisson en termes de calories, sucres, graisses et autres nutriments par rapport aux indications journalières de référence. Nous avons accéléré la mise en œuvre des RNJ ces deux dernières années et, dans les pays où la réglementation l'autorise, 92,3% des produits concernés ont à présent des étiquettes RNJ sur la face avant de l'emballage.



Du fait des différences de réglementation et de protocole d'étiquetage dans le monde, tous les pays n'autorisent pas l'étiquetage RNJ. Néanmoins, nous nous efforçons d'indiquer si possible des pourcentages RNJ sur tous les emballages et d'adapter les informations données dans chaque marché pour les rendre aussi pertinentes, visibles et accessibles que possible pour les consommateurs locaux.

Les gens peuvent en savoir plus sur ce qu'ils consomment grâce à la *Boussole Nutritionnelle Nestlé*, qui donne un certain nombre d'informations, dont au moins la composition nutritionnelle de chaque produit, des coordonnées pour plus d'informations et, si possible, des conseils sur le mode de vie et la nutrition. Fin 2016, elle figurait sur 96,4% de nos aliments et boissons.

Pour répondre à la demande croissante d'informations sur les produits, nous avons élargi l'utilisation des codes QR affichés sur la *Boussole Nutritionnelle Nestlé*. Ces codes permettent d'accéder, par smartphone, à des informations en ligne et d'aller «au-delà de l'étiquette» pour en apprendre davantage sur les aspects nutritionnels, environnementaux et sociétaux d'une marque ou d'un produit. En 2016, les codes QR donnaient accès à des informations produits et conseils nutritionnels sur plus de 4400 sites web pour plus de 90 marques et dans 50 pays.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Continuer à fournir des données nutritionnelles détaillées sur les produits avec les pourcentages sur les besoins quotidiens, ingrédients et allergènes, et ajouter des informations sur les régimes spécifiques, des explications sur l'étiquetage nutritionnel et des conseils pour une alimentation saine sur tous nos emballages pertinents, ainsi que sur nos sites web et ceux de nos distributeurs en ligne pour favoriser des choix éclairés.



## Fournir des recommandations concernant les portions pour nos produits

Partout dans le monde, des tailles de portions inappropriées contribuent à favoriser des habitudes alimentaires mauvaises pour la santé. Nous nous devons d'aider les consommateurs à adopter une alimentation saine en termes de quantité, fréquence et qualité de consommation.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Encourager la consommation de portions saines en déployant notre programme de recommandations concernant les portions pour 100% de nos produits enfants et familles, ainsi que sur nos sites web de recettes et dans nos programmes de formation sur la nutrition.

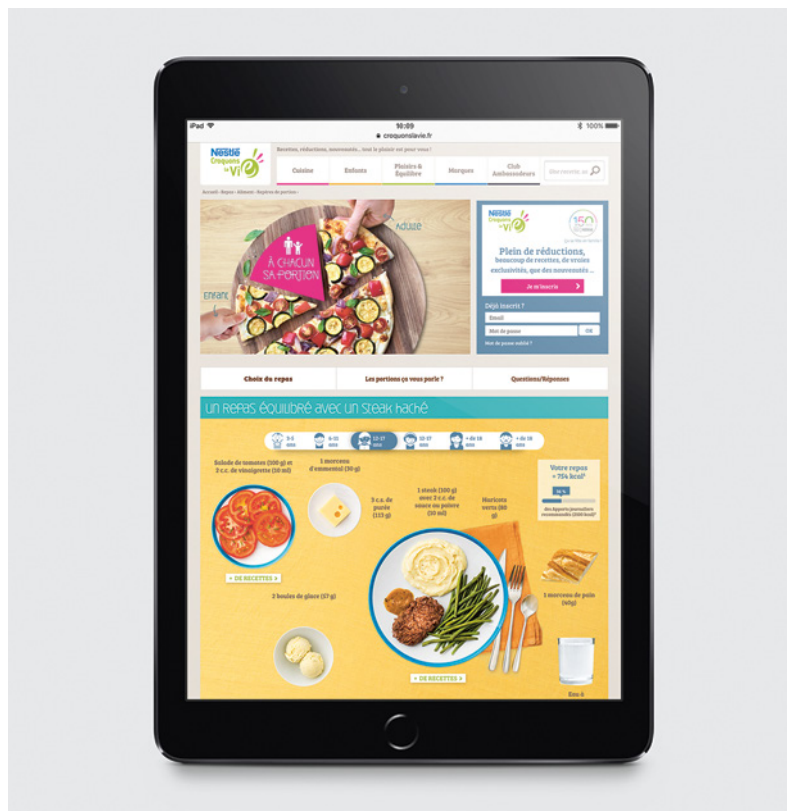
### Nos progrès

L'initiative volontaire *Portion Guidance* s'exprime au niveau de la forme du produit, du design de l'emballage, d'illustrations claires et, si possible, d'un portionneur ou distributeur. Environ deux tiers (66,7%) de nos produits enfants et familles offrent actuellement de telles recommandations. Sur les produits ayant un impact plus significatif sur le régime alimentaire des enfants, comme des aliments consommés habituellement ou des choix plus gourmands, 80,5% proposaient des recommandations sur les portions.

Nous améliorons aussi l'accessibilité et la convivialité de nos sites de recettes et ajoutons des informations sur la taille des portions en fonction de l'âge. Cela aide les gens à comprendre la valeur nutritive de ce qu'ils consomment et à redéfinir leurs portions habituelles, surtout pour les produits énergétiques.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Continuer à fournir des recommandations concernant les portions à l'échelle mondiale sur tous les emballages de produits enfants et familles, et ajouter des indications concernant la fréquence de consommation sur les produits pertinents.
- ⊕ D'ici 2020: Etendre nos recommandations concernant les portions à nos recettes consommateurs, ainsi qu'aux produits pertinents pour adolescents et adultes.
- ⊕ D'ici 2020: Augmenter progressivement la part de recommandations concernant les portions fournies via la forme du produit, le design de l'emballage, le portionneur ou distributeur, afin de les rendre encore plus intuitives que les messages sur l'emballage.



### Recommandations concernant les portions en France

En France, le programme *Portion Guidance* de Nestlé se décline de plusieurs façons, de l'emballage produit à des informations en ligne intéressantes ([www.croquonslavie.fr/idee-repas](http://www.croquonslavie.fr/idee-repas)). Les professionnels de la santé disposent aussi de données complémentaires pour mieux conseiller les patients: un article dans une revue scientifique à comité de lecture, une brochure et des outils. Fin 2016, 85% des produits enfants et familles de Nestlé France comportaient des recommandations concernant les portions.



## Etablir des partenariats pour promouvoir des environnements alimentaires sains

En étendant notre approche globale de Nutrition, Santé et Bien-être au point d'achat, nous voulons développer nos partenariats avec les détaillants et professionnels de l'alimentation dans différentes régions pour promouvoir des environnements favorables à des habitudes alimentaires et des modes de vie plus sains pour les individus et les familles.

### Nos progrès

Nous voulons renforcer nos connaissances et pratiques en magasin grâce aux stratégies des détaillants en faveur d'un mode de vie sain. Les programmes en magasin seront définis dans le cadre des collaborations à long terme avec nos partenaires détaillants stratégiques sur la base de leurs stratégies et environnements, pour aider les individus et les familles à faire des choix plus sains. Il pourra s'agir d'initiatives de promotion de régimes alimentaires et modes de vie plus sains tout au long de la vie, de paniers d'achat plus sains en magasin et en ligne, de choix plus sains à la caisse, de paniers repas plus sains, de protection de la peau, de bonnes habitudes de sommeil et d'une communication marketing responsable pour parents et soignants.

En plus de transformer le magasin en un lieu favorisant la culture de la prévention et incitant les individus et familles à adopter progressivement des habitudes alimentaires et un mode de vie plus sains, nous développerons aussi une méthodologie pour impliquer d'autres partenaires.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: S'associer avec des détaillants et professionnels de l'alimentation pour favoriser des environnements propices à des régimes alimentaires et modes de vie plus sains.

## Renforcer et partager les connaissances sur la nutrition, des 1000 premiers jours de la vie au vieillissement en bonne santé 🧑

La nourriture étant le principal facteur d'influence pour notre santé, nous voulons approfondir nos connaissances sur les apports alimentaires, le mode de vie et l'état de santé des nourrissons, enfants et personnes âgées. Les résultats de nos recherches nous aident à définir nos développements de produits, la communication avec les consommateurs et les programmes éducatifs, et à nourrir le dialogue avec les communautés scientifiques et médicales.

### Nos objectifs en 2016

- En cours: Offrir des programmes et services sur la nutrition aux professionnels traitant les problèmes de sous-nutrition et de suralimentation dans le monde.
- D'ici 2016: Lancer de vastes projets de recherche dans au moins dix pays, dont les Etats-Unis, le Mexique, la Chine et la Russie, pour mieux comprendre la nutrition des enfants et guider notre propre développement de produits et services.
- D'ici 2016: Poursuivre le développement et l'intégration des capacités en nutrition moléculaire et des stratégies cliniques du Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) et de l'Unité de développement clinique Nestlé (UDC) pour mieux appréhender la santé au niveau mondial aux fins de la prise en charge des maladies via des solutions nutritionnelles.

### Nos progrès

Dans le cadre de deux études majeures, nous avons lancé des projets de recherche dans neuf marchés, dont les résultats sont accessibles aux prestataires de soins et décideurs politiques:

- La Feeding Infants and Toddlers Study (FITS) enrichit notre connaissance des habitudes alimentaires et apports nutritionnels des enfants jusqu'à 4 ans;
- La Kids Nutrition and Health Study (KNHS) porte sur les apports alimentaires et nutritionnels des 4 à 12 ans, chez qui de nombreuses habitudes en matière de nutrition et d'activité physique sont déjà ancrées, en lien avec leurs modes de vie et comportements.

En 2016, nous avons continué d'analyser les résultats des Etats-Unis, du Mexique et de la Chine, et avons dirigé de nouvelles études en Russie, en Australie et aux Philippines. Les premiers résultats indiquent que plus d'enfants sautent des repas, que la consom-

mation de fibres et légumes est inférieure aux recommandations et que les carences en calcium et vitamine D sont courantes. Nous avons également terminé l'analyse d'une étude pilote à São Paulo (Brésil) et avons mené une revue documentaire préparatoire au Moyen-Orient, avec l'Université Américaine de Beyrouth. Nous préparons actuellement trois nouvelles études intégrant la collecte de données.

Notre réseau de recherche comprend le NIHS, spécialisé dans le métabolisme, la santé gastro-intestinale et cérébrale, et le vieillissement en bonne santé. Ses recherches sur l'interaction entre alimentation, mode de vie, facteurs génétiques héréditaires et métabolisme individuel chez certains groupes – y compris personnes âgées, mamans, nourrissons et jeunes enfants – et dans certains pays façonneront notre politique d'innovation produits et les services connexes.

Premier éditeur privé d'informations nutritionnelles au monde, le Nestlé Nutrition Institute (NNI) échange des données scientifiques et résultats de recherche avec des professionnels de la santé, scientifiques et communautés nutritionnelles. Environ 302 000 membres de 194 pays ont accès à un site web mondial et 13 sites nationaux, ce qui signifie que nous avons atteint notre objectif 2017 avec un an d'avance.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Renforcer, avec EpiGen, les connaissances sur les corrélations entre nutrition ou mode de vie et biomarqueurs de santé chez les mamans et les enfants.
- ⊕ D'ici 2020: Renforcer les connaissances sur les apports alimentaires, les comportements alimentaires et le mode de vie des nourrissons et enfants.
- ⊕ D'ici 2020: Approfondir nos connaissances sur les apports alimentaires, préférences et modes de vie pendant la vieillesse.

## Développer une science biomédicale pour la conception de produits favorables à la santé, d'une nutrition personnalisée et de solutions numériques

Nestlé Health Science (NHSc) promeut le rôle thérapeutique de la nutrition. Nos thérapies nutritionnelles reposent sur de solides recherches scientifiques et une connaissance approfondie des consommateurs et prestataires de soins. Les résultats permettront d'intervenir plus tôt, d'établir des preuves cliniques et de créer un pipeline d'innovations scientifiques pour répondre aux besoins non ou mal satisfaits.

### Nos progrès

Nestlé propose des produits nutritionnels spécialisés répondant à des exigences spécifiques ou des besoins nutritionnels liés au vieillissement. Pour aider les consommateurs tout au long de leur vie, nous avons créé des secteurs d'activité dédiés aux thérapies innovantes. NHSc veut développer des méthodes scientifiques pour améliorer la santé par la nutrition et Nestlé Skin Health propose des solutions scientifiques pour la peau, les cheveux et les ongles.

- Nos solutions nutritionnelles scientifiques contribuant au vieillissement en bonne santé intègrent des marques comme *Boost*, *Meritene*, *Nutren Senior* et *Sustagen*. Nous avons également étudié 14 000 personnes dans dix pays pour comprendre le comportement, l'état de santé et les habitudes des consommateurs de 50 ans et plus.
- Pour remédier à l'inconfort digestif lié à l'alimentation et au syndrome du côlon irritable, NHSc a lancé le site [www.LowFODMAPCentral.com](http://www.LowFODMAPCentral.com), qui informe sur les régimes sans glucides à chaîne courte, difficilement assimilés dans l'intestin grêle. Notre boisson nutritionnelle *ProNourish* permet aussi de suivre plus facilement ces régimes.
- Nous aidons la société américaine Accera à financer des essais cliniques sur *Axona*, un alicament prescrit aux patients atteints d'une forme légère ou modérée de la maladie d'Alzheimer, et nous avons lancé des essais cliniques sur *VitaFlo*, une boisson nutritionnelle susceptible d'améliorer le contrôle des convulsions chez les enfants.
- NHSc a cofinancé l'outil *CoMISS* pour aider les professionnels à reconnaître les symptômes de l'allergie aux protéines du lait de vache (APLV) et intervenir plus tôt. Elle collabore aussi avec la société française DBV Technologies pour développer un test épicutané de diagnostic de l'APLV chez les nourrissons.

- Pour aider les personnes gravement malades et les personnes âgées souffrant de malnutrition ou ayant des difficultés à avaler, NHSc collabore avec GE Healthcare sur des systèmes de gestion intégrée qui améliorent la nutrition pendant les soins intensifs. Nous avons aussi lancé deux ressources en ligne pour aider les patients à s'alimenter par sonde à domicile tout en conservant une vie normale.

Les données fournies par les capteurs et outils quotidiens nous aident à mieux connaître notre alimentation et notre activité et à adopter un mode de vie plus sain. A long terme, nous entendons associer cette connectivité croissante aux avancées de la science nutritionnelle pour personnaliser plus encore la préservation de la santé et aider les gens à comprendre leur état nutritionnel, style de vie, environnement et génétique.

Le NIHS a noué un partenariat de recherche avec le Samsung Strategy and Innovation Center (SSIC) pour exploiter le potentiel combiné de la science nutritionnelle et des technologies de capteurs numériques. Ensemble, nous fournirons aux individus et familles des recommandations personnalisées sur la nutrition, le mode de vie et la condition physique grâce à une seule plateforme numérique de santé. Les premiers pilotes devraient démarrer début 2017.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Développer de nouvelles solutions nutritionnelles interventionnelles sur la base d'études et du profilage diagnostique. Ces programmes se concentreront sur des domaines clés: métabolisme, santé gastro-intestinale et cérébrale, vieillissement en bonne santé, santé de la peau et animaux de compagnie.
- ⊕ D'ici 2020: Développer un profil nutritionnel numérique (pour calculer les apports alimentaires et faire des recommandations sur l'équilibre nutritionnel) dans un outil complet pour aider les individus et familles à vivre une vie plus saine et plus heureuse.

## Avantages pour les investisseurs

Les produits de nutrition, santé et bien-être ont plus de succès, comme l'a prouvé une récente analyse comparant les produits supérieurs et inférieurs à la moyenne en termes de conformité avec les critères de préférences gustatives 60/40+ et ceux de la *Fondation pour la Nutrition*. Nos efforts en matière de santé et de bien-être nous aident à anticiper la réglementation, sachant que la non-conformité peut entraîner des coûts importants. Le marché des produits plus sains se développe et leur vente offre des opportunités avérées d'augmentation des chiffres d'affaires.



## Développement rural

Nous achetons des matières premières à des millions d'agriculteurs dans le monde. Ces derniers sont essentiels pour garantir un approvisionnement sûr à long terme, et donc pour notre succès. En comprenant et en gérant où et comment sont produits nos ingrédients et à quels problèmes sont confrontés les producteurs et leurs communautés, nous pouvons favoriser leur prospérité et assurer de meilleurs moyens de subsistance aux personnes avec qui nous vivons et travaillons.



Le *Nescafé* Coffee Center à Pu'er, dans la province du Yunnan en Chine, propose des services de formation et d'assurance qualité aux caféiculteurs locaux.

## Effectuer des états des lieux du développement rural pour comprendre les besoins des producteurs

Pour suivre une approche cohérente du développement rural et améliorer les moyens de subsistance ruraux, nous utilisons des outils diagnostiques tels que la Response-Inducing Sustainability Evaluation (RISE) et le Cadre de développement rural (CDR), de sorte que nos activités répondent à de réels besoins sur le terrain. Ils complètent les activités de développement rural du programme *Farmer Connect* en identifiant des domaines d'intervention supplémentaires.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Déployer des stratégies (activités et objectifs) dans les sites prioritaires pour améliorer la disponibilité et la diversité alimentaires. Des pilotes sont menés sur trois sites.

### Nos progrès

Depuis son lancement, le CDR a été mis en œuvre principalement dans notre chaîne d'approvisionnement du café. En 2016, nous avons commencé à le déployer dans d'autres catégories. Les enseignements tirés du CDR servent à affiner les priorités de nos plans et programmes en traitant les causes profondes de problèmes tels que la mauvaise alimentation des agriculteurs et la pauvreté des communautés dans lesquelles nous nous approvisionnons.

La RISE est systématiquement intégrée à notre approche du développement. Elle permet d'obtenir une vue globale de systèmes d'agriculture mixtes, dont la production végétale et animale. En 2016, des études RISE ont été menées au Mexique, au Pakistan et en Ukraine sur divers systèmes de production. Certaines d'entre elles nous ont permis de recueillir des données sur le potentiel de la production agricole et d'autres ont servi à mettre en évidence des lacunes, dans une perspective d'amélioration continue.

### Notre objectif

- D'ici 2018: Réaliser des états des lieux dans 18 régions d'approvisionnement essentielles à notre activité et présentant des besoins sociaux importants afin de nous aider à concilier nos activités avec les priorités des agriculteurs et des communautés locales.

- Atteint
- Pas encore atteint
- En bonne voie
- ⊕ Nouvel objectif

## Améliorer les résultats économiques de nos producteurs

Nous voulons collaborer avec les producteurs pour obtenir des matières premières sûres de bonne qualité et favoriser la relève. La rentabilité des exploitations est essentielle: si elles ne génèrent pas suffisamment de revenus, les jeunes agriculteurs talentueux n'y restent pas. Nous devons donc travailler avec les producteurs pour comprendre leurs activités et marges, et les aider à prospérer en se concentrant sur la qualité et la productivité. Nous pourrions ainsi encourager et retenir la prochaine génération d'agriculteurs, ce qui est crucial pour préserver notre chaîne d'approvisionnement.

### Nos progrès

#### Producteurs formés au travers de programmes de renforcement des compétences

2016		363 000
2015		400 000
2014		376 000

Nous nous rapprochons de notre objectif 2020. En 2016, nous avons approfondi nos connaissances sur les enjeux, dont l'importance d'améliorer l'alimentation des agriculteurs et de réduire la pauvreté. Grâce à des programmes comme le *Nescafé Plan* et le *Nestlé Cocoa Plan*, nous avons lancé ou mis en œuvre des projets et activités, notamment pour soutenir les femmes dans l'agriculture. Nous avons ainsi créé des forums en Côte d'Ivoire pour renforcer leur rôle et formé des femmes en Equateur et au Venezuela afin qu'elles puissent diversifier et accroître leurs sources de revenus.

### Notre objectif d'ici 2020

- D'ici 2020: Améliorer la rentabilité des exploitations dans sept régions d'approvisionnement prioritaires selon le diagnostic du CDR. (Ceci englobe quatre critères sur lesquels Nestlé se concentre: productivité, qualité, coûts et majorations de prix.)

## Améliorer la disponibilité et la diversité alimentaires chez nos producteurs

Parfois, les agriculteurs et leurs familles ne mangent pas à leur faim ou pas assez diversifié, surtout en Afrique, ce qui peut provoquer des problèmes de santé ou autres. Nous devons utiliser notre savoir en la matière et collaborer avec des ONG locales pour créer un cadre permettant d'y remédier.

### Nos progrès



En 2016, nous avons recueilli des données plus précises sur la diversité alimentaire au Mexique et aux Philippines, et mandaté une étude détaillée au Kenya. Nous avons participé à une étude collectant des informations similaires en Côte d'Ivoire et au Ghana, et détenons déjà des données pour l'Indonésie et la Chine. A partir de ces résultats, nous créons des programmes aidant les agriculteurs et leurs familles à améliorer la disponibilité et diversité alimentaires. Nous les formons à la nutrition et soutenons la culture intercalaire, les jardins potagers et l'élevage. En 2016, nous avons introduit en Indonésie le concept de jardins potagers pour consommation propre. Nous lançons également le programme *Nestlé Healthy Kids* dans des zones rurales d'Indonésie, des Philippines et du Kenya. Avec Solidaridad, nous poursuivons nos efforts pour renforcer la sécurité alimentaire au Kenya et en Ethiopie en augmentant la production et les revenus. Solidaridad forme les fermiers à la nutrition, la production de café et la culture intercalaire afin d'accroître les revenus, et nous offrons formation et soutien dans le domaine des jardins potagers pour améliorer la nutrition.

### Notre objectif d'ici 2020

- D'ici 2020: Améliorer la disponibilité et la diversité alimentaires dans cinq régions d'approvisionnement prioritaires sur la base du diagnostic du CDR.





### Donner la parole aux femmes en Côte d'Ivoire

Dans les communautés faisant partie de notre chaîne d'approvisionnement du cacao, les femmes n'ont souvent pas voix au chapitre et leurs plaintes restent sans réponse. Nestlé a donc établi, avec la Fair Labor Association, des forums de femmes dans deux communautés ivoiriennes productrices de cacao: Yaokouakoukro et Zaranou. Les femmes peuvent ainsi se faire entendre et avoir la chance de voir leurs plaintes résolues. Pour soutenir ces nouveaux forums en 2016, nous avons proposé une formation sur l'art du dialogue et les mécanismes de résolution des plaintes, et soutenu deux associations de femmes en vue d'améliorer leur gestion interne. Le matériel et les techniques de formation, comme les jeux de rôle, sont adaptés aux participantes. Ce projet va se poursuivre en 2017 pour donner aux femmes plus de poids dans leur communauté.

### Etablir une chaîne d'approvisionnement responsable et promouvoir le bien-être animal

De plus en plus, les consommateurs et parties prenantes veulent savoir ce que contient leur nourriture, d'où elle vient et comment elle est produite. L'approvisionnement responsable est donc un élément clé pour assurer l'avenir durable de l'Entreprise. Nos efforts de traçabilité et d'approvisionnement responsable visent douze catégories prioritaires: les matières premières achetées en grande quantité ou les plus importantes pour nos activités.

#### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Pour les fournisseurs de niveau 1, garantir que 50% du volume total acheté provient de fournisseurs audités respectant notre Code.
- D'ici 2016: En amont, garantir la traçabilité de 50% du volume de nos catégories prioritaires et faire en sorte que 40% entrent dans le cadre d'un approvisionnement responsable.

#### Nos progrès

Nous avons acheté 61% du volume total auprès de fournisseurs respectant le *Code de conduite pour les fournisseurs de Nestlé*. Dans nos catégories prioritaires, nous avons atteint l'objectif de 51% de matières premières traçables et 44% achetées de manière responsable. Les progrès varient selon les circonstances dans la chaîne d'approvisionnement concernée. En 2016, les céréales ont été ajoutées aux catégories prioritaires en raison du fort volume acheté et de leur importance pour les clients et le portefeuille global de produits. L'analyse de leur chaîne d'approvisionnement a débuté et les premiers résultats sont attendus en 2017.

#### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Pour les fournisseurs de niveau 1, garantir que 60% du volume total acheté provient de fournisseurs audités respectant notre Code.
- ⊕ D'ici 2017: En amont, garantir la traçabilité de 60% du volume de nos catégories prioritaires et l'approvisionnement responsable de 50% du volume.
- ⊕ D'ici 2020: Pour les fournisseurs de niveau 1, garantir que 80% du volume total acheté provient de fournisseurs audités respectant notre Code.
- ⊕ D'ici 2020: En amont, garantir la traçabilité de 80% du volume de nos catégories prioritaires et l'approvisionnement responsable de 70% du volume.

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

Le *Nestlé Cocoa Plan* vise à améliorer la vie des cultivateurs et de leurs communautés via trois piliers: meilleures pratiques agricoles, meilleures vies et meilleur cacao. Nous formons les producteurs à de meilleures pratiques, distribuons des plants à rendement plus élevé, favorisons l'égalité des sexes, luttons contre le travail des enfants et nouons des liens durables avec les groupements d'agriculteurs.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Acheter 130 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan* et achever le déploiement de notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants (CLMRS) afin d'identifier les cas concrets dans toutes les coopératives du Plan en Côte d'Ivoire.

### Nos progrès

Nous avons dépassé notre objectif en achetant 140 933 tonnes de cacao – 34% du total – via le *Nestlé Cocoa Plan*, distribué 2,2 millions de nouveaux plants et formé 57 000 agriculteurs. Le déploiement du CLMRS s'est poursuivi et les 69 coopératives participant au Plan en septembre avaient rejoint le CLMRS à la fin de l'année. A mesure que le cercle de nos fournisseurs de cacao grandit, nous veillons à les intégrer au système. Nous avons lancé le CLMRS au Ghana et l'étendrons en 2017. Nous ciblons l'Afrique de l'Ouest, qui présente le plus fort risque de travail des enfants. En partenariat avec la Jacobs Foundation, nous avons lancé des cours d'alphabétisation et poursuivi l'autonomisation des femmes, aidant 1073 Ivoiriennes à développer des activités rémunératrices.

### Nos objectifs d'ici 2020

- D'ici 2017: Acheter 150 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*. Toutes les coopératives ivoiriennes adoptent le CLMRS un an au plus après avoir intégré le *Nestlé Cocoa Plan*.
- D'ici 2018: Acheter 175 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*.
- ⊕ D'ici 2020: Acheter 230 000 tonnes de cacao via le *Nestlé Cocoa Plan*.

## Améliorer en permanence notre chaîne d'approvisionnement du café vert

Nous devons garantir la qualité élevée du café. Cependant, des arbres vieillissants ou malades, des rendements en baisse, des prix volatils et le changement climatique menacent les moyens de subsistance des petits exploitants et la pérennité du secteur. Pour y faire face, nous offrons aux producteurs de nouveaux canaux de commercialisation, des plants résistants aux maladies et une assistance technique dans le cadre du *Nescafé Plan* et du programme *AAA Sustainable Quality* de Nespresso.

### Nos progrès

En 2016, *Nescafé* a réalisé son objectif d'approvisionnement, achetant 204 163 tonnes de café vert via *Farmer Connect*, dont 180 148 tonnes conformes aux normes 4C. *Nespresso* pour sa part a acheté 74% de son café via le programme *AAA*. *Nespresso* achète un café très spécifique au travers du programme *AAA* auprès des mêmes producteurs chaque année. Cependant, la disponibilité de ce café *AAA* a été insuffisante en 2016 suite à des sécheresses persistantes au Brésil et en Colombie (ainsi qu'à une grève des transports en Colombie), ce qui a contraint Nespresso à acheter du café non *AAA*, répondant toutefois aux critères habituels. Nous avons aussi distribué en 2016 28,3 millions de plantules plus résistantes et à rendement plus élevé, portant le total cumulé à 129 millions.

### Nos objectifs d'ici 2020

- D'ici 2020: Acheter pour *Nescafé* 90 000 tonnes de café conformes aux principes du Réseau Agriculture Durable.\*
- D'ici 2020: Améliorer la qualité, la quantité et la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement de *Nescafé* en distribuant 220 millions de plantules de café.
- D'ici 2020: Acheter 100% du café de la gamme permanente de *Nespresso* via son programme d'approvisionnement *AAA Sustainable Quality* et améliorer les conditions de vie des producteurs.

\* En 2017, *Nescafé* révisera cet objectif, progrès y compris, en vue de l'axer plus fortement sur les impacts positifs pour les producteurs de café, leurs communautés et l'environnement. Ceci s'inscrit dans nos efforts pour apporter des améliorations durables claires dans toutes les régions productrices de café.

## ➤ Avantages pour les investisseurs

Nos efforts pour établir des districts laitiers nous ont permis de devenir le leader mondial dans le secteur laitier. Le programme *Nespresso AAA* nous procure une différenciation commerciale claire, tout comme nos contrats d'approvisionnement *Nespresso*, qui nous ont permis de devenir les premiers à proposer du café cubain aux Etats-Unis. Nos activités dans le cadre du *Nescafé Plan* et du *Nestlé Cocoa Plan* ont renforcé ces affaires sur le plan commercial. De plus en plus, les consommateurs veulent savoir d'où viennent leurs produits, et notre travail dans le domaine de la traçabilité nous permet de satisfaire ce besoin.

## Eau

L'eau est un droit humain universel. Elle est indispensable dans toute notre chaîne de valeur, car nos employés, fournisseurs, clients et consommateurs ont tous besoin d'un accès à l'eau potable et à l'assainissement, tout comme les agriculteurs avec qui nous travaillons et les communautés où nous sommes présents. Nous visons une gestion responsable de cette précieuse ressource, cherchant sans cesse à améliorer la façon dont nous captions, utilisons et traitons l'eau.



Utilisation de la technologie «zéro captage d'eau» à la fabrique Nescafé Dolce Gusto à Montes Claros, au Brésil.



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

Entreprise du secteur de la nutrition, santé et du bien-être, nous avons besoin d'eau pour nos activités et produits. Nous l'utilisons pour laver et traiter les matières premières, et pour refroidir et nettoyer nos installations. De plus, nous en embouteillons pour fournir des solutions d'hydratation saines aux consommateurs. Malgré les réels progrès des dernières années, nous cherchons encore à améliorer la durabilité du captage, de l'utilisation et du traitement de l'eau.

### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Définir des initiatives de gestion de l'eau et les lancer sur cinq sites hautement prioritaires.
- D'ici 2016: Mettre en œuvre des projets d'économie d'eau sur tous les sites de production hautement prioritaires.
- D'ici 2016: Réaliser 45 nouveaux bilans des ressources en eau sur certains sites de production et dans toutes les nouvelles implantations.

### Nos progrès

Nous menons des programmes de réduction des captages, de réutilisation de l'eau et d'exploitation de sources alternatives comme l'eau de pluie. Ces efforts nous ont permis de réduire les captages de 25% par tonne de produit depuis 2010. En 2016, nous avons investi CHF 31,6 millions dans des programmes d'économie d'eau. 516 programmes sont en cours dans nos fabriques, pour une économie annuelle de 3,7 millions de m<sup>3</sup> d'eau, soit l'équivalent de 1500 piscines olympiques.

Nos bilans des ressources en eau identifient les risques et opportunités clés pour élaborer des plans d'action visant une utilisation plus durable de l'eau. En 2016, 22 nouveaux bilans ont été effectués dans plusieurs pays, dont Cuba, les Etats-Unis, le Vietnam et la Suisse. Depuis leur introduction il y a dix ans, nous avons passé en revue 158 fabriques, dépassant notre objectif. Pour sa part, Nestlé Waters a mené à bien des bilans dans 100% de ses installations.

Chaque année, nous actualisons la liste des sites de fabrication hautement prioritaires, qui se situent dans des zones de stress hydrique important ou représentent un pourcentage significatif de nos captages d'eau annuels. En 2016, 24 fabriques ont été identifiées dans cette catégorie, et des projets d'économie d'eau sont mis en œuvre dans 21 d'entre elles.

En 2014, nous sommes devenus la première entreprise à appliquer la technologie «zéro captage d'eau», dans notre fabrique mexicaine de Jalisco. En 2015, nous avons dupliqué cet effort au Brésil, en installant la technologie à Palmeira das Missões, puis en l'intégrant à la conception de notre fabrique *Nescafé Dolce Gusto* à Montes Claros. Quatre usines supplémentaires devraient en profiter au Brésil d'ici 2018.



### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Appliquer les *Directives détaillées sur le droit humain à l'eau et à l'assainissement* dans tous les marchés Nestlé et pour les principales chaînes d'approvisionnement agricole.
- Ⓛ D'ici 2020: Réduire nos captages d'eau directs par tonne de produit dans chaque catégorie de produits pour atteindre une réduction globale de 35% par rapport à 2010.
- ⊕ D'ici 2020: Réaliser 40 nouveaux bilans des ressources en eau sur certains sites de production et dans toutes les nouvelles implantations.
- ⊕ D'ici 2020: Déployer dix nouvelles initiatives de préservation de l'eau sur certains sites, en particulier des sites de fabrication hautement prioritaires.

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

L'eau est une ressource partagée. La meilleure façon de la protéger est de travailler main dans la main avec toutes nos parties prenantes. C'est pourquoi nous participons à des initiatives de haut niveau, qui nous permettent d'exercer un impact positif sur la problématique mondiale de l'eau.

### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Continuer de renforcer le partenariat public-privé 2030 Water Resources Group en ajoutant deux pays par an et de développer et diffuser le Catalogue mondial des bonnes pratiques.
- D'ici 2016: Soutenir le lancement du guide du «CEO Water Mandate» appelant les entreprises à respecter le droit humain à l'eau et à l'assainissement, et le tester dans certains pays, dans le cadre de notre diligence raisonnable en matière d'eau.
- D'ici 2016: Soutenir le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dans sa recherche de 50 signataires du WASH Pledge.
- D'ici 2016: Lancer le déploiement de l'International Water Stewardship Standard de l'Alliance for Water Stewardship (AWS) en l'appliquant sur au moins cinq sites.
- D'ici 2016: Collaborer avec la plateforme Sustainable Agriculture Initiative (SAI) et le Sustainable Food Lab (SFL) pour mettre en œuvre l'initiative collaborative d'évaluation et d'atténuation des risques liés à l'eau dans au moins une zone d'approvisionnement en matières premières agricoles.

### Nos progrès



Nous présidons le 2030 Water Resources Group, un partenariat public-privé-société civile s'employant à régler d'ici 2030 des problèmes d'approvisionnement et de demande dans des zones où l'eau est rare.

Nous soutenons l'engagement du World Business Council for Sustainable

- Atteint
- Pas encore atteint
- Ⓛ En bonne voie
- ⊕ Nouvel objectif



Development (WBSCD) à assurer un accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène (WASH) pour tous les employés. Pour veiller au respect de ce WASH Pledge, nous procédons régulièrement à une auto-évaluation de nos sites, identifiant les lacunes et y remédiant via des plans d'action. A ce jour, 43 signataires ont adopté le WASH Pledge, garantissant à 2,5 millions d'employés l'accès à l'eau et à l'assainissement.

Nestlé est devenue en 2016, avec 19 entreprises et organisations environnementales, un membre fondateur de la California Water Action Collaborative (CWAC), une plateforme permettant aux parties prenantes de collaborer sur des projets d'amélioration de la sécurité hydrique pour les habitants, les entreprises, l'agriculture et la nature en Californie. Nous participons à deux projets CWAC cherchant à déterminer comment la restauration à grande échelle peut améliorer les réserves d'eau, et à une initiative de coopération visant à identifier en quoi le secteur privé peut soutenir les activités de mesure, gestion et préservation requises.

#### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Soutenir le World Resources Institute (WRI) dans l'élaboration d'une méthodologie d'évaluation librement accessible permettant de déterminer le coût d'un approvisionnement durable en eau.
- ⊕ D'ici 2020: Continuer de renforcer le partenariat public-privé 2030 Water Resources Group en ajoutant un pays par an.
- ⊕ D'ici 2020: Soutenir activement le développement de réseaux CEO Water Mandate locaux dans trois marchés Nestlé au moins.
- ⊕ D'ici 2020: Continuer de soutenir le standard de l'Alliance for Water Stewardship (AWS) en l'appliquant sur cinq nouveaux sites.
- ⊕ D'ici 2020: Appliquer le nouvel outil «Farm and Catchment Level Assessment» élaboré par la plateforme Sustainable Agriculture Initiative (SAI) dans au moins cinq zones d'approvisionnement en matières premières agricoles.



#### Promouvoir un avenir de l'eau durable en Californie

Nous voulons gérer l'eau de façon durable et la protéger tout au long de notre chaîne de valeur. La sécheresse en Californie et la durabilité à long terme des ressources en eau sont des questions clés pour nous. De par notre affiliation à la California Water Action Collaborative (CWAC), nous menons des projets d'action collective pour améliorer la sécurité hydrique en Californie pour les habitants, les entreprises, l'agriculture et la nature. Nestlé Waters Amérique du Nord soutient des projets dans les trois axes de la CWAC: retourner l'eau au réseau de distribution, constituer un capital social pour améliorer la confiance entre les secteurs et assurer une gestion durable de l'eau pour nous conformer au plan d'action pour l'eau du Gouverneur de Californie.



## Assurer un traitement efficace des eaux usées

Nous employons les technologies et méthodes les plus efficaces pour traiter les eaux usées avant leur recyclage ou rejet, nous engageant à traiter les effluents de manière responsable et à respecter de strictes exigences de qualité avant de les retourner dans la nature. En 2016, nous avons renforcé nos exigences environnementales Nestlé (EEN) déjà sévères, y compris en ajoutant de nouveaux paramètres pour les effluents.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Appliquer les nouvelles exigences environnementales Nestlé plus strictes sur la qualité de l'eau et les rejets d'effluents dans toutes les fabriques pour aider à protéger l'environnement.

### Nos progrès

Fin 2016, nous avons réduit les rejets d'eau par tonne de produit à 1,4 m<sup>3</sup> par tonne et amélioré la qualité moyenne des eaux rejetées à 72 mg de demande chimique en oxygène (DCO) par litre par rapport à 2015. Ces dix dernières années, nous avons diminué de 55% les rejets d'eau par tonne de produit.

Chaque fabrique a son propre système de traitement des eaux usées ou est reliée à une installation locale. Si nécessaire, nous investissons dans nos fabriques pour qu'elles respectent les EEN: en 2016, CHF 22,5 millions ont été investis dans leur efficacité, des mesures de conservation, l'amélioration des installations de traitement et le renforcement des exigences de traitement, soit CHF 107 millions depuis 2010.

Nous voulons minimiser les déchets et valoriser les sous-produits, et récupérons ou réutilisons plus de 96% des boues. Nous avons amélioré les formations et ateliers sur les effluents et étudions avec les parties prenantes comment protéger l'environnement.



### Notre objectif

- ⊕ D'ici 2017: Contrôler le respect des nouvelles EEN et des EEN plus strictes sur la qualité de l'eau et les rejets d'effluents dans toutes les fabriques pour aider à protéger l'environnement.



## Améliorer l'accès à l'eau potable dans notre chaîne d'approvisionnement

Depuis 2002, nous travaillons en Afrique avec la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (FICR) pour améliorer l'accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène (WASH) dans les communautés rurales. Dans la région productrice de cacao de Côte d'Ivoire, nous avons lancé des activités de sensibilisation à la santé et l'hygiène: contrôle et amélioration de la qualité de l'eau et des infrastructures, fourniture ou rénovation d'installations sanitaires et programmes de sensibilisation à l'hygiène dans les villages et les écoles. En 2016, nous avons élaboré un plan pour poursuivre les projets en place en Côte d'Ivoire, tout en soutenant la FICR dans le déploiement d'activités WASH au Ghana.



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

La meilleure manière de réduire la consommation d'eau consiste à gérer les impacts de nos chaînes d'approvisionnement agricole. L'introduction de meilleures techniques d'agriculture dans les exploitations permet des progrès notables en termes d'utilisation et d'économie d'eau.

### Nos progrès

L'une de nos priorités consiste à former les agriculteurs à l'utilisation et la qualité de l'eau, ainsi qu'à la rétention d'humidité dans les sols. Nos équipes de R&D travaillent à la sélection et la propagation de plants de cacao et de café résistants à la sécheresse. Par le biais de notre *Sustainable Agriculture Initiative Nestlé* (SAIN), nous menons des ateliers régionaux pour agriculteurs sur les défis liés à la gestion de l'eau, y compris la résistance à la sécheresse et aux inondations, le traitement des eaux usées et des déchets organiques et les méthodes d'intensification de la production. Nous mettons actuellement en œuvre des plans de gestion de l'eau pour le café, le sucre, les produits laitiers, le riz et les céréales dans les régions à stress hydrique.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Mettre en œuvre les plans d'action définis pour améliorer la gestion de l'eau en amont de notre chaîne d'approvisionnement (café, sucre, produits laitiers et céréales) sur les sites hautement prioritaires.

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

Nous travaillons avec des experts pour améliorer l'accès à l'eau et l'assainissement dans notre chaîne de valeur. Nous soutenons des initiatives d'éducation aidant les employés, communautés, fournisseurs et consommateurs à prendre des décisions éclairées sur la protection de l'eau.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Donner à 350 000 membres des communautés locales accès à des projets liés à l'eau, l'assainissement et l'hygiène autour de nos sites de production et dans les principales chaînes d'approvisionnement agricole.

### Nos progrès

Depuis 2002, nous travaillons en Afrique avec la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (FICR), intensifiant nos efforts pour améliorer l'accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène (WASH) dans les communautés rurales.

Nous soutenons l'Initiative mondiale pour l'eau et l'assainissement (IMEA) de la FICR, qui cible 30 millions de personnes dans le monde d'ici 2030. En 2016, nous avons achevé la 4<sup>e</sup> phase des activités en Côte d'Ivoire et aidé la FICR dans le déploiement de ses projets WASH au Ghana. Son projet Gha-WASH vise à fournir aux populations rurales des régions Eastern et Ashanti un accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène d'ici 2017. Incluant une formation sur la sécurité hydrique, il est susceptible d'améliorer la situation pour 76 300 personnes dans les écoles et communautés. Enfin, nous avons inauguré une nouvelle unité d'alimentation en eau au Pakistan.

### Nos objectifs d'ici 2020

- D'ici 2017: Mettre en œuvre tous les plans d'action issus du déploiement mondial, sur les sites de Nestlé, de l'auto-évaluation WASH Pledge du WBCSD sur l'accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène.
- ⊕ D'ici 2020: Donner à 600 000 membres des communautés locales accès à des projets liés à l'eau, l'assainissement ou l'hygiène autour de nos sites de production et dans les principales chaînes d'approvisionnement agricole.

## Avantages pour les investisseurs

Une utilisation plus efficace de l'eau nous permet de faire des économies. Investir dans des fabriques «zéro eau» peut nous aider à éviter de coûteux déménagements futurs. La protection des ressources en eau contribue à assurer l'avenir de Nestlé Waters et un approvisionnement en matières premières durablement concurrentiel. Le recours aux pratiques WASH peut améliorer la productivité en renforçant la santé et le bien-être de nos employés et communautés, et en réduisant les journées de travail perdues.

## Durabilité environnementale

Leader en nutrition, santé et bien-être, Nestlé peut contribuer à une consommation durable et à la préservation des ressources pour les générations futures. Nos engagements et objectifs visent des progrès concrets: utilisation de ressources renouvelables gérées durablement, opérations plus efficaces, réalisation de notre objectif zéro déchet, lutte contre le changement climatique.

Un jour, ceci a été une capsule de café... La deuxième vie des capsules de café *Nespresso* en objets cultes.





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

Le changement climatique a déjà un impact sur le secteur de l'alimentation et des boissons. Celui-ci s'appuie sur un approvisionnement durable en matières premières sûres, et l'évolution des conditions météorologiques modifie la façon et le lieu où sont cultivés nos ingrédients, ce qui affecte la sécurité alimentaire. Suite à l'Accord de Paris de 2016, la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) est un impératif dans le monde entier. Nous allons réduire encore nos émissions dans notre chaîne de valeur, tout en consolidant notre chaîne d'approvisionnement et en aidant nos agriculteurs à être plus résilients au changement climatique.

### Nos objectifs en 2016

- ① En cours: En tant que membre de RE100, nous fournissons intégralement en électricité renouvelable le plus rapidement possible.
- D'ici 2016: Utiliser des réfrigérants naturels pour nos nouveaux congélateurs-bahuts, verticaux et en îlot pour glaces.
- D'ici 2016: Étendre l'utilisation des réfrigérants naturels, inoffensifs pour la couche d'ozone et avec un impact négligeable sur le climat, dans nos systèmes de réfrigération industriels.

### Nos progrès

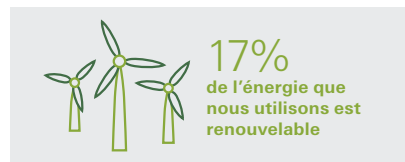
Ces dix dernières années, nous avons fait des progrès concrets, réduisant de 39% les émissions directes de GES par tonne de produit tout en augmentant la production de 46%. Nous nous rapprochons de notre objectif 2020 basé sur des données scientifiques, grâce à la réduction globale de nos émissions de GES (scopes 1 et 2) par tonne de produit dans chaque catégorie de 22% (dans la production) par rapport à 2010.

Ces résultats sont le fruit d'économies d'énergie, d'une meilleure efficacité opérationnelle et de l'adoption de carburants plus propres, dont des énergies renouvelables. Ces dernières représentent 17% de l'énergie utilisée par nos fabriques, et 29,6% (8,1 pétajoules) de notre électricité est renouvelable.

Nous veillons à ce qu'aucun véhicule ne parte à vide, en améliorant l'efficacité du transport et en réduisant les trajets inutiles. Nous avons aussi modifié des réseaux de distribution locaux pour les rendre plus efficaces. Nous sommes en passe de réa-

liser notre objectif, grâce à la réduction de 2,7% des émissions dans la distribution en 2015\* par rapport à 2014. C'est l'équivalent de 6600 millions de tonnes de GES émis ou 1400 voitures en moins sur les routes. Nous cherchons aussi à diminuer la consommation de nos entrepôts en améliorant éclairage, chauffage, refroidissement, isolation et déplacements internes.

Nous retirons les réfrigérants synthétiques susceptibles de favoriser le réchauffement climatique et potentiellement nocifs pour la couche d'ozone tels que les HFC et avons investi CHF 299 millions depuis 1992 pour les remplacer par des alternatives naturelles dans nos systèmes de réfrigération industriels. Nous avons accru le recours aux réfrigérants naturels en installant 47 nouveaux systèmes de réfrigération. Nestlé est reconnue comme un leader mondial de la lutte contre le changement climatique: nous figurons sur la Climate A List du CDP et avons décroché la 1<sup>re</sup> place du Dow Jones Sustainability Index 2016, avec la note remarquable de 100 pour la dimension «Environnement et changement climatique».



### Nos objectifs d'ici 2020

- ① D'ici 2020: Utiliser des réfrigérants naturels dans nos nouveaux distributeurs de boissons fraîches Nestlé Professional.
- ① D'ici 2020: Production: réduire les émissions de GES (scopes 1 et 2) par tonne de produit dans chaque catégorie de 35% par rapport à 2010.
- ① D'ici 2020: Distribution: réduire les émissions de GES de 10% par rapport à 2014.
- ① D'ici 2020: 100 principaux entrepôts: réduire les émissions de GES de 10% par rapport à 2014.
- ⊕ D'ici 2020: Étendre l'utilisation des réfrigérants naturels, inoffensifs pour la couche d'ozone et avec un impact négligeable sur le climat, dans nos systèmes de réfrigération industriels.

\* Ce chiffre repose sur le volume couvert par le reporting: le dernier chiffre disponible concerne 2015. Le chiffre 2016 sera publié l'année prochaine.

## Promouvoir la transparence et un engagement proactif à long terme en matière de politique climatique

Nestlé dispose d'atouts pour prouver son leadership en matière de changement climatique. Nous voulons garantir la continuité de nos activités et de notre chaîne d'approvisionnement tout en protégeant la planète. Nous continuerons donc à collaborer avec nos parties prenantes pour trouver des solutions aux défis environnementaux que le changement climatique exacerbe.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Informer sur le changement climatique dans le *Rapport de gestion* conformément au cadre de reporting sur le changement climatique élaboré par le Climate Disclosure Standards Board.

### Nos progrès

Le changement climatique est un défi mondial qui requiert une réponse unifiée. Nestlé dirige et participe activement à plusieurs initiatives qui vont dans le sens de nos engagements explicites et traduisent notre respect pour la société, l'environnement et les générations futures.

Nous avons atteint notre objectif d'informer sur le changement climatique dans le *Rapport de gestion* conformément au cadre de reporting sur le changement climatique.

En 2016, nous avons rejoint l'initiative «Climate Smart Cocoa» de Feed the Future, qui aide les petits producteurs de cacao du Ghana et de Côte d'Ivoire à s'adapter au changement climatique grâce à des pratiques agricoles adéquates.

Nous maintenons nos efforts conformément aux six initiatives pour le climat du CDP: objectifs scientifiques de réduction des GES, électricité renouvelable, déforestation, rapports sur le changement climatique, engagement dans la politique climatique et prix du carbone.

Après mûre réflexion, nous avons étendu notre objectif de mise en œuvre du «Guide for Responsible Corporate Engagement in Climate Policy» à 2020.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Mettre en œuvre le «Guide for Responsible Corporate Engagement in Climate Policy» élaboré par le CDP, le Pacte mondial des Nations Unies, Ceres, The Climate Group, le World Wide Fund for Nature (WWF) et le World Resources Institute (WRI).



## Réduire le gaspillage et les pertes alimentaires

L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture estime à près d'un tiers le gaspillage d'aliments destinés à la consommation humaine. Ce gaspillage a un impact social, environnemental et économique réel, pour un coût allant jusqu'à CHF 950 milliards par an pour les consommateurs, agriculteurs et entreprises. Nous nous engageons à réduire le gaspillage et les pertes alimentaires. En 2016, notre Administrateur délégué, Paul Bulcke, a rejoint Champions 12.3, un groupe de représentants gouvernementaux, sectoriels et d'ONG qui visent à faire diminuer de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030. Nous voulons ainsi contribuer à une économie circulaire et garantir notre approvisionnement agricole tout en ayant un impact positif sur la société. Nous avons incité le Consumer Goods Forum (CGF) à s'engager publiquement à ce que ses membres réduisent de 50% leur gaspillage alimentaire d'ici 2025, soit cinq ans avant l'ODD 12.3 de l'ONU.

### Nos progrès

Sous la direction du WRI, nous avons contribué à l'élaboration du «Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard» et avons participé à son lancement au Global Green Growth Forum en juin 2016. Nous l'avons testé dans notre chaîne d'approvisionnement laitière au Pakistan et avons organisé une formation lors du premier Sustainability Summit du CGF avec le WRI en octobre 2016, en vue d'en encourager l'utilisation.

Nous visons zéro déchet pour élimination définitive grâce à des mesures de prévention, en mettant l'accent sur l'efficacité, la qualité et la productivité opérationnelles afin de produire plus du premier coup, avec moins de ressources. Fin 2016, 182 de nos fabriques (39%) présentaient zéro déchet pour élimination définitive et, depuis 2006, la réduction est de 77% (105 000 tonnes) et le ratio par tonne de produit a baissé de 82%.

### Nos objectifs d'ici 2020

- En cours: En tant que membre de Champions 12.3, faire diminuer de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030.
- D'ici 2020: Atteindre zéro déchet pour élimination définitive dans nos sites.
- ⊕ D'ici 2020: Rendre les mentions des dates sur les étiquettes compréhensibles afin de réduire le gaspillage à l'étape de consommation.



### Utilisez-le, ne le jetez pas!

Dans notre fabrique *Nescafé* d'Orbe (Suisse), le marc de café est incinéré pour produire de la vapeur, transformant en énergie ce qui aurait autrement été gaspillé. La vapeur générée est utilisée à différentes étapes du processus de fabrication de produits *Nescafé*, telles que l'extraction et l'évaporation, réduisant fortement la dépendance au gaz naturel. Les activités mondiales de Nestlé incluent désormais 22 fabriques utilisant du marc de café comme carburant renouvelable.

● Atteint

● En bonne voie

● Pas encore atteint

⊕ Nouvel objectif



## Améliorer la performance environnementale de nos emballages

Nos emballages sont essentiels pour prévenir le gaspillage alimentaire, garantir nos normes de qualité élevées et informer les consommateurs. Leur recyclage et leur réutilisation sont des progrès concrets. Nous insistons sur l'écodesign et l'amélioration de la gestion des déchets d'emballage pour contribuer à l'économie circulaire et lutter contre les déchets marins. Nous menons des analyses du cycle de vie (ACV) pour améliorer la performance environnementale de nos emballages.

### Nos progrès

Nous utilisons une quantité minimale d'emballage. Grâce à notre processus efficace d'écodesign, nous avons presque atteint notre objectif d'optimisation des emballages de 2017 avec un an d'avance: en 2016, nous avons économisé 22 525 tonnes d'emballage, soit CHF 43,3 millions et 430 893 tonnes d'eCO<sub>2</sub> ou l'équivalent de 91 679 voitures en moins sur les routes par an. Nous avons ajusté et étendu notre objectif en matière d'emballage de 2017 à 2020.

Nous continuons d'optimiser nos emballages en ligne avec notre *Politique de durabilité environnementale* pour améliorer leur performance environnementale, notamment l'impact lié au transport. Actuellement, 34,9% de nos matériaux d'emballage sont d'origine renouvelable. Les déchets ne peuvent être récupérés que là où il existe une infrastructure des déchets appropriée. Nous allons donc nous concentrer sur cette question et lancer des initiatives pour améliorer la gestion des déchets d'emballage sur terre, ce qui aidera à éviter les déchets marins. Via les étiquettes d'emballage, nous incitons les consommateurs à recycler les plastiques et autres matériaux.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ① D'ici 2017: Continuer à analyser et optimiser systématiquement notre portefeuille d'emballages et éviter l'utilisation d'au moins 100 000 tonnes de matériaux d'emballage entre 2015 et 2017.
- ⊕ D'ici 2020: Continuer à analyser et optimiser systématiquement notre portefeuille d'emballages et éviter l'utilisation d'au moins 140 000 tonnes de matériaux d'emballage entre 2015 et 2020.
- ⊕ D'ici 2020: Etablir des alliances avec les parties prenantes concernées dans le cadre de la gestion des déchets d'emballage et la prévention des déchets marins sur dix marchés pertinents.

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

Nous évaluons et améliorons nos produits pour comprendre leur impact environnemental tout au long de leur cycle de vie. Grâce aux ACV, nous préservons l'eau et les ressources naturelles, protégeons la biodiversité, nous adaptons au changement climatique et réduisons les émissions atmosphériques et les déchets.

### Nos progrès

Notre outil d'écodesign (EcodEX), qui permet à nos équipes de développement produits d'évaluer la performance environnementale plus rapidement et plus tôt lors de la conception, a été déployé dans toute notre organisation R&D. Nous publions en interne les résultats des ACV sous forme de Profils de durabilité des catégories de produits Nestlé, qui présentent les domaines où l'impact environnemental est fort («points sensibles») et soulignent nos efforts pour améliorer la performance dans toute la chaîne de valeur. Fin 2016, nous avons évalué 6641 projets et 19 297 scénarios à l'aide d'outils d'écodesign et publié des Profils de durabilité pour 19 catégories.

Nous collaborons avec des tiers pour développer les bases de données d'EcodEX, notamment pour les matières premières. En 2016, nous avons ajouté 50 séries de données EcodEX. Nos experts internes de Sustainability by Design Networks cherchent comment intégrer la durabilité dès le début du développement des produits.

Nous participons au comité de pilotage de l'initiative pilote «Empreinte environnementale des produits» (EEP) de l'UE et aux projets pilotes sur l'eau en bouteille, le café et les aliments pour animaux. Nous soutenons le développement de la «World Food LCA Database» pour le secteur alimentaire afin de bénéficier de données solides et fiables, et saluons son inclusion dans des études conformes à l'EEP.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ① D'ici 2017: Identifier ou actualiser et traiter les «points sensibles» en termes de durabilité pour 15 catégories de produits.
- ① D'ici 2017: Elargir la portée de notre base de données sur les matières premières agricoles dans EcodEX.
- ⊕ D'ici 2020: Identifier, actualiser et traiter les «points sensibles» en termes de durabilité pour vingt catégories de produits.



### Optimiser le design des emballages

Le design d'un emballage participe fortement à la performance environnementale dans le cycle de vie d'un produit. Le suremballage est source de déchets et un emballage inapproprié peut endommager un produit ou causer sa contamination, ce qui est à l'origine d'un gaspillage alimentaire. Trouver le bon équilibre peut donc être compliqué, mais cela en vaut la peine. Nous étudions également la possibilité d'utiliser des matériaux novateurs pour améliorer encore la performance environnementale.

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

Les gens sont plus susceptibles d'adopter des comportements durables s'ils ont accès à des informations scientifiques claires et pertinentes. Nous les encourageons en les incitant à recycler et à utiliser moins d'énergie et de ressources naturelles.

### Nos progrès

Nos ACV nous fournissent un aperçu clair de la performance environnementale de nos produits. Nous les utilisons pour informer nos consommateurs et d'autres parties prenantes intéressées. Nous leur offrons aussi des conseils sur la façon d'éviter le gaspillage alimentaire et de réutiliser, recycler ou éliminer les emballages. Nombre de nos produits mettent en évidence leur durabilité environnementale en indiquant les ingrédients, les méthodes de production et leur conformité à des normes, comme notre *Directive pour un Approvisionnement Responsable*.

Nous dialoguons avec nos parties prenantes internes et externes pour que les informations scientifiques transmises soient pertinentes. En 2016, nous avons informé consommateurs et parties prenantes via les emballages, des sites de marques et des sites web d'entreprise dans 131 pays. Grâce aux codes QR déployés dans 50 pays, un lien sur l'emballage renvoie à des sites web mobiles proposant des contenus complémentaires.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Améliorer la disponibilité et la cohérence des informations environnementales factuelles pour les consommateurs sur nos canaux numériques et autres.

## Préserver les richesses naturelles, notamment les forêts

Notre succès à long terme dépend du capital naturel, surtout des forêts, terres, sols et de l'eau. Nous voulons développer nos activités de manière responsable en protégeant ces ressources, notamment en préservant l'eau, garantissant zéro déforestation nette d'ici 2030, gérant les sols et favorisant la biodiversité.

### Notre objectif en 2016

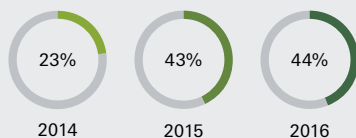
- D'ici 2016: Garantir que 40% du volume de nos douze catégories de matières premières prioritaires sont évalués et conformes à notre *Directive pour un Approvisionnement Responsable (DAR)*, ou que des plans d'amélioration sont en cours pour préserver les richesses naturelles.

### Nos progrès

Nous poursuivons la mise en œuvre de notre DAR dans les chaînes d'approvisionnement de nos douze catégories prioritaires. Nous luttons proactivement contre la déforestation dans des catégories jugées critiques (huile de palme, soja, pâte et papier). Nous collaborons avec les fournisseurs pour cartographier leur approvisionnement, évaluer leur performance et soutenir leurs mesures d'amélioration. D'autres catégories – viande, produits laitiers, céréales, cacao et café – peuvent poser des problèmes spécifiques en fonction du lieu où ils sont produits et sont donc gérés en conséquence.

Membre de la Natural Capital Coalition, Nestlé a testé le Natural Capital Protocol en 2016 dans son activité *Nespresso*. Ce protocole aide les organisations à évaluer leur impact et leur dépendance à la nature.

Volume de nos catégories de matières premières prioritaires par rapport à la DAR (en %)



### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Garantir que 70% du volume de nos douze catégories de matières premières prioritaires sont évalués et conformes à notre DAR, ou que des plans d'amélioration sont en cours pour préserver les richesses naturelles.

## Avantages pour les investisseurs

A travers nos efforts de durabilité environnementale, nous augmentons nos revenus en répondant à la demande croissante des consommateurs, surtout de la génération Y, en produits plus durables. Nous faisons aussi des économies en utilisant plus efficacement les ressources – matières premières, emballages, énergie et eau – et en évitant le gaspillage. Pour satisfaire la demande des consommateurs à l'avenir, nous investissons dans l'adaptation et l'atténuation du changement climatique de notre approvisionnement en matières premières.



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

Nous sommes une Société diversifiée comptant 328 221 collaborateurs et présente dans 119 pays. Nos valeurs sont ancrées dans le respect de nous-mêmes, des autres, de la diversité et de l'avenir. Nos priorités consistent à offrir de bonnes conditions de travail et à assurer la sécurité, la santé et l'engagement de nos collaborateurs. Nous nous devons aussi de respecter et promouvoir les droits humains dans nos chaînes de valeur et d'agir selon les normes d'éthique les plus élevées.



Suleman Bariso, un jeune réfugié éthiopien recruté dans le cadre de l'initiative *Nestlé Helps* et qui travaille à la fabrique de lait infantile de Biessenhofen, en Allemagne.



## Evaluer et améliorer l'impact sur les droits de l'Homme dans nos activités

Le respect des droits de l'Homme est une priorité chez Nestlé. Nous surveillons et évaluons en permanence les risques en la matière dans nos activités, cherchant à prévenir ou corriger notre impact négatif sur les droits des collaborateurs ou personnes avec qui nous travaillons ou interagissons dans notre chaîne de valeur. Par le biais de notre programme de diligence raisonnable en matière de droits de l'Homme, nous identifions et gérons les enjeux majeurs dans ce domaine (les droits les plus susceptibles de souffrir de nos activités et relations d'affaires) et rendons compte de nos progrès à l'aide du cadre de présentation de rapports des Nations Unies.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Etablir des plans d'action et des objectifs pour tous les risques majeurs dans le domaine des droits de l'Homme.

### Nos progrès



Nous avons poursuivi nos efforts pour atteindre l'objectif 2015 de former et couvrir tous nos employés dans les pays à risque FTSE4Good. Suite à notre adoption du cadre de présentation de rapports des Principes directeurs des Nations Unies pour les droits de l'Homme et les entreprises, nous avons établi des plans d'action et des objectifs pour sept des onze enjeux majeurs. Une évaluation d'impact sur les droits de l'Homme a été menée en Egypte en 2016.

Nous avons poursuivi la lutte contre le travail des enfants, mettant davantage l'accent sur l'identification et l'élimination de ses causes profondes.

Nous avons déployé un plan d'action pour les produits de la mer thaïlandais, qui prévoit des mesures de protection des travailleurs contre les abus identifiés dans la chaîne d'approvisionnement. Nous travaillons toujours avec le gouvernement thaïlandais et d'autres parties prenantes sur ce problème.

En réponse à la loi britannique de 2015 sur l'esclavage moderne, Nestlé Royaume-Uni a produit un rapport détaillé sur l'esclavage et le trafic humain, décrivant les mesures et mécanismes en place pour combattre l'esclavage et l'exploitation humaine le long de nos chaînes d'approvisionnement.

En 2016, nous avons continué de travailler à notre objectif 2015 de couvrir tous les pays à risque FTSE4Good où nous opérons par des politiques sur les droits de l'Homme et de former tous nos collaborateurs pour réduire les risques correspondants dans nos activités. Au total, douze pays sur treize font désormais l'objet d'évaluations d'impact.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Renforcer l'intégration des droits de l'Homme dans nos normes, protocoles d'audit et procédures de diligence raisonnable, notamment pour nos installations (projets pour de nouveaux et d'anciens sites y compris); les communautés locales; nos partenaires commerciaux, dont les distributeurs locaux, les co-fabricants, les coentreprises; les fusions et acquisitions.
- Ⓛ D'ici 2018: Réaliser six autres évaluations de l'impact sur les droits de l'Homme dans des pays où nos activités sont importantes.
- ⊕ D'ici 2019: Disposer dans tous les marchés d'une structure de gouvernance fonctionnelle qui surveille les risques et opportunités liés aux droits de l'Homme.
- ⊕ D'ici 2020: Former tous les collaborateurs Nestlé aux droits de l'Homme.

## Améliorer les moyens de subsistance des travailleurs et protéger les enfants dans notre chaîne d'approvisionnement agricole

Nestlé veut améliorer les moyens de subsistance des travailleurs dans sa chaîne d'approvisionnement et protéger les droits du travail. Plusieurs enjeux majeurs existent dans ce dernier domaine, et nous développons des plans d'action pour en identifier les causes profondes et y remédier. La protection des enfants est une priorité absolue, et notre système de surveillance et d'éradication du travail des enfants (CLMRS) contribue considérablement à lutter contre ce problème et à soutenir les enfants des agriculteurs et travailleurs.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Elaborer, avec des partenaires externes, une feuille de route sur les droits du travail dans les chaînes d'approvisionnement agricole pour traiter les problèmes majeurs dans ce domaine (travail des enfants, liberté d'association et de négociation collective, travail forcé, santé et sécurité, salaire minimum vital, logement et satisfaction des besoins fondamentaux des travailleurs, temps de travail) pour toutes les matières premières clés dans les pays d'approvisionnement.

### Nos progrès

Nous avons continué de déployer le CLMRS en Côte d'Ivoire dans notre chaîne du cacao: il a été introduit dans 29 nouvelles coopératives en 2016, portant le total à 69. Nous en surveillerons étroitement les effets en 2017 et publierons un rapport sur les principaux résultats et enseignements relatifs au travail des enfants. Nous avons aussi renforcé le système au Ghana en 2016.

De nouveaux audits sur le travail des enfants ont été effectués dans les chaînes d'approvisionnement du sucre et des produits de la mer. Nous avons aussi lancé un programme d'évaluation des exploitations de notre chaîne céréalière, dont les résultats seront disponibles l'an prochain.

On a constaté une hausse du nombre d'enfants employés dans la récolte de noisettes, peut-être suite à l'afflux croissant de réfugiés syriens en Turquie. Parmi les mesures prises, les enfants ont été retirés des champs et scolarisés. Nous continuons de traiter ces problèmes avec des partenaires clés.

Pour la vanille à Madagascar, nous collaborons avec un second fournisseur, Mané, pour intensifier sur place la lutte contre le travail des enfants.

- Atteint
- Pas encore atteint
- Ⓛ En bonne voie
- ⊕ Nouvel objectif



Le problème des travailleurs migrants et ses effets sur le travail des enfants ont été mis en relief en 2016 par l'explosion du nombre de migrants venant de Syrie et d'Afrique australe. En sachant comment les personnes de ces pays et d'autres sont recrutées, nous pouvons mieux comprendre les causes profondes du travail des enfants.

Les audits nous ont aussi amenés à réaliser que le système d'audit actuel n'était plus adapté pour remédier à ces causes. Nous travaillons avec la Fair Labor Association (FLA) pour identifier et appliquer de nouvelles méthodes de travail plus efficaces à cet effet.



#### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Publier la feuille de route contenant des priorités claires pour chaque enjeu majeur du droit du travail.
- ⊕ D'ici 2018: Pour certains enjeux majeurs du droit du travail, commencer à publier le nombre de travailleurs dans nos chaînes d'approvisionnement agricole ayant bénéficié de nos interventions.
- ⊕ D'ici 2020: Pour tous les enjeux majeurs du droit du travail, commencer à publier le nombre de travailleurs dans nos chaînes d'approvisionnement agricole ayant bénéficié de nos interventions.

## Encourager une culture d'intégrité au sein de l'organisation

Cet engagement remplace et renforce notre objectif de lutte contre la corruption et les pots-de-vin.

Nestlé est opposée à la corruption et ne tolère aucune pratique de cette nature dans ses activités. Notre position à ce sujet est clairement exposée dans notre *Code de conduite professionnelle*. Un programme anti-corruption est déployé dans tous nos marchés et entreprises, et une formation en ligne sur la conformité assure que les collaborateurs comprennent ce qu'on attend d'eux.

#### Notre objectif en 2016

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

#### Nos progrès

En 2016, nous avons élaboré dans nos marchés des politiques anti-corruption pour garantir l'efficacité de nos initiatives au plan local. Tous les marchés ont été chargés d'analyser leurs politiques et de les renforcer si nécessaire. Fin 2016, 33 marchés estimaient nécessaire d'améliorer leurs politiques et d'introduire des directives plus strictes en vue d'assurer la réalisation de notre objectif.

Une formation est proposée aux collaborateurs travaillant dans des marchés ou fonctions exposés à un risque ou pour lesquels une telle formation est jugée nécessaire. En 2016, 36 524 employés ont été formés à la lutte contre la corruption.

Notre programme CARE a recours à des audits indépendants pour mesurer la conformité en matière de droits de l'Homme et pratiques de travail, d'intégrité dans les relations d'affaires, de santé et sécurité, et de durabilité et sécurité environnementales. Nous avons mené cette année 235 audits CARE, qui ont mis en lumière 130 lacunes exigeant une intervention. 60 d'entre elles ont déjà été corrigées et les autres sont en cours de traitement.



#### Nos objectifs d'ici 2020

- D'ici 2017: Veiller à ce que tous les collaborateurs ayant un ordinateur aient suivi la formation en ligne sur la conformité entamée en 2015. Obtenir la confirmation des marchés que les pratiques de conformité clés sont en place et que les domaines à améliorer ont été définis.
- ⊕ D'ici 2018: Lancer dans les marchés un plan de communication de la conformité renforçant le ton donné par la direction et favorisant le signalement des infractions. Renforcer les droits de l'Homme dans les audits CARE et définir des calendriers pour le nouveau protocole sur les sites Nestlé.
- ⊕ D'ici 2019: A l'aide d'outils de formation des cadres sur l'intégrité dans les relations d'affaires, renforcer dans les marchés la notion de conformité en tant que responsabilité des dirigeants.
- ⊕ D'ici 2020: Effectuer un examen proactif de nos activités et politiques de conformité au vu de l'évolution de notre portefeuille de produits.

## Garantir que les collaborateurs Nestlé soient couverts par un système de gestion de la sécurité et de la santé certifié

Nestlé s'efforce de créer une culture axée sur la santé et la sécurité afin d'éliminer les accidents et maladies liés au travail. Notre nouvelle feuille de route Sécurité et Santé nous est utile à cet effet.

### Notre objectif en 2016

- ⊖ D'ici 2016: Garantir que des systèmes solides de gestion de la sécurité et de la santé certifiés OHSAS 18001:2007 sont en place pour tous les employés, de sorte à avoir un niveau de sécurité et de protection de la santé uniforme dans toutes les activités.

### Nos progrès



Notre feuille de route Sécurité et Santé a été mise à jour en 2016 de façon à refléter les grandes priorités définies jusqu'en 2018:

- Tout le monde participe;
- Les principaux risques sont gérés;
- Notre passion pour la nutrition, santé et le bien-être;
- Processus de gestion.

La feuille de route guidera notre planification visant à atteindre nos objectifs.

Fin 2016, 79% des collaborateurs (à l'exception de ceux de Nestlé Skin Health) étaient couverts par des systèmes de gestion de la sécurité et de la santé certifiés BS OHSAS 18001. Notre équipe des RH encourage le déploiement de «Sécurité et Santé au-delà des activités opérationnelles» afin d'améliorer la conformité au sein des fonctions commerciales et administratives. Et pour renforcer la capacité de nos dirigeants, nous avons mis en place des programmes de formation au leadership. Nous avons aussi observé la mise en place plus large du Cadre Nestlé pour la santé des collaborateurs dans tous les marchés, ce qui nous aide à structurer et cibler nos efforts, à promouvoir de bonnes pratiques et à guider les développements futurs.

## Améliorer la parité hommes-femmes au sein de nos effectifs et soutenir les femmes dans toute la chaîne de valeur

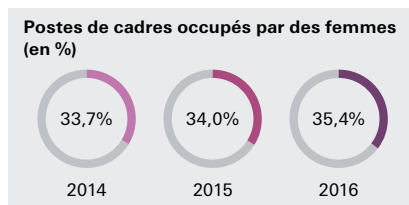
La diversité dans nos affaires et notre chaîne d'approvisionnement est un réel atout, en particulier la parité et l'autonomisation des femmes. Notre initiative pour la parité hommes-femmes vise à améliorer la situation à tous les niveaux, notamment parmi les cadres supérieurs et la direction. Dans les chaînes d'approvisionnement, nous menons et soutenons des projets donnant aux femmes plus de poids et une indépendance économique.

### Nos progrès

Nos objectifs sont en bonne voie de réalisation. En 2016, nous avons introduit le cadre Diversité et Inclusion, exposant nos arguments commerciaux en faveur d'une stratégie qui influera sur l'innovation, la société et la culture. Ce cadre englobe chaque facette de la diversité. La parité hommes-femmes reste prioritaire, mais elle est complétée par des efforts de diversité tels que l'inclusion de personnes handicapées, le travail inter-générationnel et le multiculturalisme.

Fin 2016, 3779 collaborateurs avaient suivi la formation sur les préjugés inconscients, intégrée à de multiples programmes dans les marchés. Dans l'année, une formation sur l'égalité des sexes a été dispensée dans 25 coopératives de notre chaîne d'approvisionnement du cacao, portant le total à 36%. Nous avons aussi lancé deux forums de femmes en Côte d'Ivoire, donnant à 175 femmes plus de poids dans leur communauté.

Enfin, nous avons participé à des événements dans le monde entier à l'occasion de la Journée internationale de la femme.



### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: S'assurer que les programmes de formation des producteurs favorisent l'«agriprenariat», soient aussi accessibles aux hommes qu'aux femmes et aux jeunes et soient proposés aux employés agricoles.
- ⊕ D'ici 2018: Etre une entreprise offrant une parité hommes-femmes en créant les conditions propices pour augmenter chaque année le pourcentage de femmes cadres et cadres supérieurs (membres de la direction des marchés et rôles clés au siège).
- ⊕ D'ici 2020: Améliorer les moyens de subsistance des femmes dans cinq régions d'approvisionnement prioritaires.



### Formation de sécurité routière

Nestlé Pakistan, en collaboration avec la National Highways and Motorway Police (NH&MP), a créé le premier centre de formation à la conduite près de Sheikhpura afin de garantir la sécurité et le bien-être de nos employés. A ce jour, plus de 15 500 conducteurs, dont plus de 4100 de chez Nestlé, ont été formés, ce qui a eu un impact social positif non seulement sur les conducteurs eux-mêmes, mais aussi sur leurs familles et leurs communautés.

### Fournir un mécanisme de plaintes efficace aux collaborateurs et parties prenantes

Cet engagement remplace notre objectif de garantir que les collaborateurs et parties prenantes puissent facilement signaler d'éventuelles infractions de conformité.

Les *Principes de conduite des affaires de Nestlé* reflètent notre forte culture de la conformité et nous veillons, à l'aide de rapports internes et d'audits externes, à ce que la Société soit gérée selon ces principes. Les collaborateurs, fournisseurs et parties prenantes sont encouragés à signaler les pratiques jugées inappropriées ou illégales. Nous enquêtons avec impartialité sur toutes les plaintes et interdisons les représailles. Il est mis un terme immédiat à toute infraction et des mesures correctrices appropriées sont prises.

#### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Renforcer la sensibilisation à l'existence de canaux de signalement confidentiels dans toute l'organisation.
- D'ici 2016: Continuer de développer la communication sur «Tell Us» auprès des fournisseurs et partenaires commerciaux en aval, ainsi que dans les pays de la deuxième phase (20 pays supplémentaires).

#### Nos progrès

Le système de signalement en matière d'intégrité Nestlé permet aux collaborateurs de signaler anonymement tout comportement illégal ou contraire aux règles, et d'obtenir des informations ou conseils. Il a été introduit et communiqué dans tous les marchés, le nombre et le type d'infractions signalées étant publiés dans la version complète du rapport *Nestlé et la société: Création de valeur partagée*.

«Tell Us» est notre canal de communication permettant aux parties prenantes de signaler les infractions potentielles à nos *Principes de conduite des affaires* ou aux lois applicables. Il est à la disposition de 7748 fournisseurs.

En 2016, 35 pays Nestlé supplémentaires ont publié un lien «Tell Us» sur des sites web locaux d'entreprise.

#### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2017: Diffuser «Tell Us» sur les sites web de tous les marchés Nestlé où la loi le permet. Appliquer sur chaque marché les meilleures pratiques de gestion, d'examen et de vérification des allégations de non-conformité reçues via les mécanismes de plaintes.
- ⊕ D'ici 2018: Analyser sur différents marchés les causes profondes de certains cas de non-conformité à l'aide d'outils fournis par le siège.
- ⊕ D'ici 2019: Etudier l'efficacité du système de plaintes avec des parties prenantes internes et externes pour identifier les possibilités d'amélioration.
- ⊕ D'ici 2020: Déployer les améliorations du système de plaintes dans des marchés pilotes.



## Déployer l'Initiative mondiale pour les jeunes dans toutes nos activités

L'Organisation internationale du Travail estime que 13,1% des jeunes dans le monde sont sans emploi, un problème qui exacerbe la pauvreté mondiale. En tant que grand employeur, nous pouvons faire la différence, directement ou grâce à nos sous-traitants.

### Notre objectif en 2016

- D'ici 2016: Proposer 10 000 emplois et 10 000 places de stage ou d'apprentissage à des jeunes de moins de 30 ans en Europe pour aider à lutter contre le chômage dans cette tranche d'âge (total depuis 2014).

### Nos progrès

De 2014 à 2016, 20 517 emplois et 12 385 places de stage et d'apprentissage ont été proposés à des jeunes de moins de 30 ans en Europe. Rien qu'en 2016, nous avons offert 6 778 postes permanents ou temporaires, et 4 206 places de stage ou d'apprentissage. Environ 200 entreprises se sont jointes à l'initiative «Alliance for YOUth» de Nestlé, qui a aidé plus de 62 000 jeunes Européens à trouver un emploi ou une formation.

En 2015 et 2016, la Zone Amériques a offert 16 185 emplois et 7 601 apprentissages et stages à des moins de 30 ans.

Avec le lancement de l'initiative au Moyen-Orient, en Afrique, en Asie et en Océanie en 2016, Nestlé est bien placée pour s'engager à l'échelle mondiale pour couvrir ses trois Zones, y compris la Zone Amériques, à compter de 2017.

### Nos objectifs d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Par le biais de l'*Initiative mondiale pour les jeunes* de Nestlé:
  - Proposer 45 000 à 50 000 places d'apprentissage ou de stage;
  - Continuer à proposer des événements internationaux visant à accroître l'employabilité et augmenter le nombre de collaborateurs y participant;
  - Renforcer la collaboration avec les partenaires externes pour les motiver à se joindre à l'effort et en accroître l'impact;
  - Proposer chaque année 20 000 à 25 000 emplois aux personnes de moins de 30 ans.



### Former la prochaine génération

Nos collaborateurs sont au cœur de notre Société. Outre leur formation, nous élargissons les opportunités en la matière – avec des stages et d'autres initiatives d'apprentissage et d'employabilité – dans le cadre de notre *Initiative mondiale pour les jeunes* afin d'aider à lutter contre le chômage qui touche ces derniers. Offrir emplois et formations contribue à sortir les jeunes de la pauvreté et fournit à Nestlé de nouveaux talents. Tant que le chômage des jeunes restera un problème majeur dans le monde, l'*Initiative mondiale pour les jeunes* de Nestlé s'est engagée à créer des places d'apprentissage et de stages, des emplois et des événements, et à conclure des collaborations pour aider les jeunes à acquérir l'expérience dont ils ont besoin pour entrer dans le monde du travail.



## Former aux *Principes de conduite des affaires*, à la nutrition et à la durabilité environnementale

Nous offrons des formations pour aider nos collaborateurs à adopter une alimentation saine et équilibrée, développer leur carrière et contribuer à nos objectifs environnementaux et d'entreprise. Une formation aux *Principes de conduite des affaires* leur donne également une meilleure appréciation du modèle d'affaires de Nestlé.

### Nos objectifs en 2016

- D'ici 2016: Intégrer la formation au Quotient Nutritionnel (QN) dans le programme d'orientation des nouveaux collaborateurs sur tous les sites.
- D'ici 2016: Organiser la formation de sensibilisation à l'environnement dans tous les pays.

### Nos progrès

Nous avons fait des progrès concernant l'intégration de la formation au Quotient Nutritionnel (QN) dans le programme d'orientation des nouveaux collaborateurs, avec 92% de nos marchés couverts fin 2016. Les marchés restants devraient suivre d'ici la fin du premier trimestre 2017.

La formation de sensibilisation à l'environnement a été menée dans 95% des pays où nous opérons et 5611 collaborateurs ont suivi avec succès notre cours en ligne. Nous avons aussi organisé des ateliers de leadership sur la disponibilité environnementale au Guatemala, au Moyen-Orient, au Nicaragua, au Panama, en Espagne, en Suisse et en Thaïlande.

### Nos objectifs d'ici 2020

- D'ici 2017: Intégrer les *Principes de conduite des affaires* du groupe Nestlé à tous les cours de notre Centre de formation international et mettre les formations en ligne à disposition de tous les collaborateurs.
- ⊕ D'ici 2020: Mener des formations sur la durabilité environnementale dans tous les pays et continuer à renforcer la sensibilisation à l'environnement chez les collaborateurs.

## Créer des conditions de travail saines et favoriser la santé des collaborateurs

Améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain passe par la sécurité et la santé des collaborateurs. Nous voulons donc qu'ils prennent des décisions plus éclairées à ce sujet. Notre passion pour la nutrition, santé et le bien-être est une priorité stratégique de notre feuille de route Sécurité et Santé 2016-2018 et un moyen de donner vie au Cadre Nestlé pour la santé des collaborateurs.

La santé et le bien-être de nos collaborateurs nous ont toujours tenu à cœur. Nous avons décidé d'aller plus loin et de formuler notre objectif à long terme sous forme d'engagement public. En 2016, nous avons étudié les possibilités d'évaluer les risques de santé chez nos employés et les approches de mise en œuvre efficace.

Nous voulons motiver nos collaborateurs à en apprendre plus sur ce thème et à utiliser ces informations pour améliorer leur alimentation, santé et bien-être. Des messages, campagnes et événements vanteront les avantages d'un mode de vie plus sain et renseigneront sur divers aliments populaires, les effets de l'activité physique et les pratiques favorisant le bien-être. Nous suivrons en outre des indicateurs clés et développerons une méthodologie pour rendre compte de nos progrès.

Une plateforme d'échange mondiale a été introduite pour soutenir les marchés. Elle informe sur les initiatives en matière de santé et de bien-être, renforçant les liens des marchés avec le Cadre pour la santé des collaborateurs et établissant une solution de solidarité «les amis aident les amis» pour Nestlé dans les marchés.

### Notre objectif d'ici 2020

- ⊕ D'ici 2020: Fournir à nos collaborateurs des formations, tests de dépistage précoce et programmes favorisant un mode de vie plus sain.

## Avantages pour les investisseurs

Grâce à nos efforts, nous anticipons la réglementation, réduisons les coûts et augmentons les chiffres d'affaires, les consommateurs souhaitant de plus en plus des produits dont la chaîne d'approvisionnement respecte les droits de l'Homme. Nous gagnons à attirer et fidéliser les meilleurs talents par le biais de projets comme *l'Initiative mondiale pour les jeunes*. Notre bonne réputation en matière de formation et développement du personnel accroît notre capacité à recruter et retenir des collaborateurs talentueux.

# Nos questions pertinentes

Pour veiller à ce que nous accordions la priorité aux questions qui intéressent le plus nos parties prenantes et sont les plus importantes pour nos affaires, nous menons tous les deux ans une analyse formelle de la pertinence. Notre méthodologie et les résultats de la dernière analyse sont présentés ci-dessous.

## Le processus de pertinence

Afin d'identifier les questions qui comptent le plus pour notre Entreprise et nos parties prenantes, et afin d'appuyer notre reporting et nos prises de décisions stratégiques, nous collaborons avec SustainAbility, cabinet de conseil et de réflexion indépendant spécialisé dans le développement durable des entreprises, en nous basant sur un processus de pertinence formel. Après une large consultation, des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance sont identifiés et évalués pour déterminer les risques et opportunités qui en découlent pour la réputation, les revenus et les coûts de Nestlé.

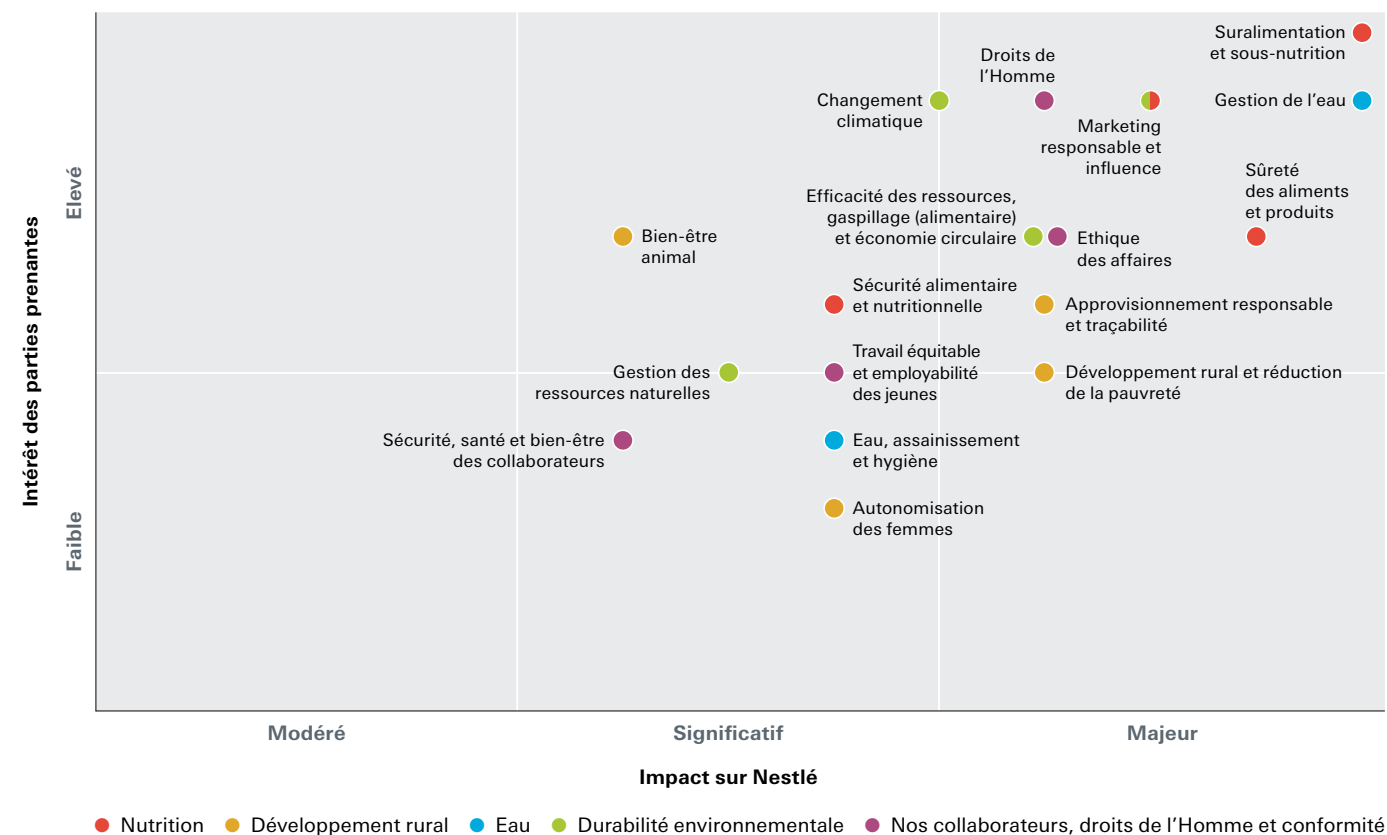
En 2016, SustainAbility a suivi quatre étapes pour l'analyse de pertinence:

- Identification des questions
- Evaluation de l'impact sur l'Entreprise
- Evaluation de l'intérêt pour les parties prenantes
- Passage en revue et validation

Les questions sont placées sur une matrice (voir ci-dessous) qui montre leur position par rapport à leur importance pour les parties prenantes et à leur impact potentiel sur notre Entreprise. L'ensemble des résultats représente les questions pertinentes que notre Entreprise doit traiter. Ces questions ne doivent pas être prises isolément; elles sont généralement reliées les unes aux autres et des améliorations apportées à l'une peuvent entraîner des changements dans une autre.

Veillez consulter le rapport complet pour plus d'informations sur le processus de pertinence.

Matrice d'analyse de la pertinence Nestlé 2016



**Nos 17 questions pertinentes ont été regroupées dans nos cinq domaines de CSV. Chacune se compose de sous-questions qui sont explorées plus en détail dans notre rapport complet.**

---

## **Nutrition, santé et bien-être**

### **Sécurité alimentaire et nutritionnelle**

Contribuer à la disponibilité et l'accessibilité d'aliments abordables sains et nutritifs, en quantité suffisante.

### **Suralimentation et sous-nutrition**

Encourager la nutrition, la santé et le bien-être tout au long de la vie. Aider à lutter contre la suralimentation, la sous-nutrition, les carences en micronutriments, le surpoids et l'obésité, et les maladies non transmissibles en modifiant le portefeuille, en développant et rénovant les produits et services, et à travers les Produits à Positionnement Populaire.

### **Sûreté des aliments et produits**

Garantir des produits de grande qualité et prévenir les risques pour la santé liés à l'utilisation, la consommation, la manutention, la préparation et le stockage dans toute la chaîne de valeur.

### **Marketing responsable et influence**

Garantir une commercialisation adaptée aux groupes cibles et faire en sorte que les consommateurs adoptent un comportement favorable à la santé et à l'environnement.

---

## **Développement rural**

### **Développement rural et réduction de la pauvreté**

Soutenir, directement et indirectement, l'activité économique et améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs dans la chaîne d'approvisionnement pour favoriser des communautés agricoles durables et réduire la pauvreté.

### **Approvisionnement responsable et traçabilité**

Garantir que les ingrédients clés sont cultivés et traités de manière responsable et que leur origine peut être retracée.

### **Bien-être animal**

Protéger le bien-être des animaux dans la chaîne d'approvisionnement et promouvoir leur santé et leurs conditions de vie.

### **Autonomisation des femmes**

Faire en sorte que les femmes participent pleinement à la société et à l'économie dans toute la chaîne de valeur.

---

## **Eau**

### **Gestion de l'eau**

Mettre en œuvre, individuellement et/ou collectivement, les actions nécessaires à la gestion durable des ressources en eau partagées.

### **Eau, assainissement et hygiène**

Améliorer l'accès à l'eau potable, l'assainissement et des installations appropriées pour garantir l'hygiène personnelle tout au long de notre chaîne de valeur.

---

## **Durabilité environnementale**

### **Gestion des ressources naturelles**

Identifier et préserver les ressources naturelles et les services écosystémiques.

### **Changement climatique**

Réduire les émissions de gaz à effet de serre et contribuer à l'atténuation des effets négatifs du changement climatique et à l'adaptation à ces derniers.

### **Efficacité des ressources, gaspillage (alimentaire) et économie circulaire**

Réduire l'utilisation directe et indirecte des ressources et le gaspillage, optimiser les possibilités de récupération, réutilisation ou recyclage des sous-produits, et éliminer les déchets de manière adaptée.

---

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

### **Travail équitable et employabilité des jeunes**

Développer le capital humain de Nestlé, entretenir de bonnes relations avec les employés et favoriser de bonnes conditions de travail et l'emploi des jeunes.

### **Sécurité, santé et bien-être des collaborateurs**

Cibler zéro accident sur le lieu de travail et encourager les comportements sûrs et propices à la santé des collaborateurs, et aider ces derniers à prendre des décisions éclairées pour adopter et entretenir un mode de vie plus sain.

### **Droits de l'Homme**

Respecter les droits de l'Homme dans nos activités commerciales, nos activités opérationnelles et nos chaînes d'approvisionnement.

### **Ethique des affaires**

Soutenir les principes éthiques dans l'entreprise et sur le lieu de travail.



# Dialogue avec les parties prenantes

Le dialogue avec les parties prenantes sur les questions sociales, de santé et d'environnement afin de les traiter ensemble est au cœur de notre manière de conduire nos affaires. Nous recueillons les avis des meilleurs experts et militants pour élaborer et améliorer nos politiques et engagements, et développer nos activités et nos investissements sociétaux.

## Nos groupes de parties prenantes

Notre réseau mondial de parties prenantes compte des personnes avec lesquelles nous dialoguons régulièrement dans le cadre de nos activités, et d'autres qui occupent des postes publics et influencent nos activités. Ces groupes sont notamment les collaborateurs, consommateurs, fournisseurs, communautés, gouvernements, ONG, actionnaires, associations industrielles et commerciales, et universités.

Notre programme annuel de rencontres avec les parties prenantes et les Forums CSV sont l'occasion d'intensifier ce dialogue et de mieux comprendre les enjeux sociétaux. Cette interaction améliore les capacités de nos collaborateurs et l'action collective, et favorise la confiance et le respect mutuel. Les résultats de ces échanges sont transmis à la direction par le biais du Conseil «Nestlé et la société».

Consultez [www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement](http://www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement) pour plus d'informations sur le dialogue avec nos parties prenantes.

## Rencontres avec les parties prenantes

Les rencontres de Nestlé avec les parties prenantes sont organisées par des experts externes de sorte à garantir l'indépendance des opinions et commentaires formulés. Elles traitent des questions spécifiques à notre chaîne de valeur et pour lesquelles Nestlé peut créer de la valeur partagée.

Notre rencontre des 30 et 31 mars 2016 à Genève, en Suisse, a réuni 64 représentants d'ONG, d'universités, de gouvernements et d'organisations internationales. Ils ont discuté avec Paul Bulcke, Administrateur délégué de Nestlé, et 18 employés de Nestlé sur les engagements et la performance de la Société en matière de CSV, ainsi que sur le rôle que Nestlé pourrait jouer pour stimuler l'action collective afin de réaliser les Objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU.

## Forum mondial sur la Création de valeur partagée 2016

Le Forum biennal sur la Création de valeur partagée est un événement d'une journée visant à stimuler la réflexion et le dialogue sur le rôle des entreprises pour relever les défis socio-économiques majeurs dans un contexte de ressources naturelles limitées et de changement climatique.

L'édition 2016 a eu lieu le 21 juin à Abidjan, en Côte d'Ivoire, sur le thème «Investir dans le développement durable en Afrique». Elle a réuni des leaders issus d'entreprises, de la société civile et d'administrations publiques autour de questions spécifiques à l'Afrique. Des ministres y ont pris part, à l'instar de Daniel Kablan Duncan, Premier Ministre et Ministre de l'Economie et des Finances de la République de Côte d'Ivoire.

Des experts reconnus tels que Kofi Annan, ancien Secrétaire général des Nations Unies, et le professeur Michael Porter, de la Harvard Business School, ont participé à des débats sur divers thèmes, notamment le renforcement des économies et des communautés, la sécurité sanitaire et alimentaire, l'accroissement de la résilience des producteurs et la mise sur pied d'approches favorisant une croissance économique inclusive et durable.



L'Administrateur délégué de Nestlé, Paul Bulcke, avec des membres d'Agro-Hub (Cameroun), société lauréate du Prix sur la CSV, qui fait en sorte de relier les petits producteurs de manioc aux marchés.



L'ancien Secrétaire général des Nations Unies Kofi Annan, Président de la Fondation Kofi Annan, prononçant un discours sur la nécessité de bâtir des économies et communautés plus solides en Afrique.

## Origines et évolution de la Création de valeur partagée chez Nestlé

### 2006

Publication du «Concept de Nestlé en matière de responsabilité sociale, tel qu'appliqué en Amérique latine». Ce rapport repose sur une structure en trois parties de la chaîne de valeur combinant matières premières agricoles, fabrication et gestion, produits et consommateurs.

### 2007

Sélection de trois domaines clés de Création de valeur partagée: nutrition, eau et développement rural.

### 2008

Introduction de la Pyramide CSV, qui intègre également la durabilité et la conformité dans un outil visuel, dans notre premier rapport *Nestlé – Rapport sur la Création de valeur partagée* (2007).

### 2009

Organisation du premier Forum sur la CSV aux Nations Unies, à New York.

### 2010

Publication du deuxième *Rapport de synthèse sur la Création de valeur partagée 2009*. Organisation du deuxième Forum sur la CSV à Londres. Attribution du premier Prix Nestlé sur la CSV à iDE Cambodia.

### 2011

Publication du *Rapport de synthèse 2010 sur la Création de valeur partagée et le développement rural*, et organisation du troisième Forum sur la CSV, à Washington (Etats-Unis). Adoption du cadre de présentation de rapports GRI.

### 2012

Publication du *Rapport de synthèse 2011 sur la Création de valeur partagée: Relever le défi mondial de l'eau*. Le rapport complet en ligne est conforme au niveau A+ de la GRI. Quatrième Forum sur la CSV en Inde. Prix Nestlé sur la CSV attribué à la Fundación Paraguaya.

### 2013

Publication du rapport *Nestlé et la société: Création de valeur partagée et respect de nos engagements 2012*, axé sur la nutrition et comprenant, pour la première fois, des engagements pour l'avenir. Cinquième Forum sur la CSV en Colombie, en partenariat avec la Banque interaméricaine de développement.

### 2014

Publication du rapport *Nestlé et la société (2013)*. Organisation du sixième Forum sur la CSV en Suisse avec la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement. Attribution du Prix Nestlé sur la CSV à Honey Care Africa.

### 2015

Le rapport *Nestlé et la société (2014)* présente l'état d'avancement de la réalisation de nos engagements publics.

### 2016

Introduction des trois ambitions globales pour 2030, basées sur les ODD. La plupart de nos engagements, au nombre de 42, sont actualisés à l'horizon 2020. Organisation du septième Forum sur la CSV à Abidjan (Côte d'Ivoire) et attribution du Prix Nestlé sur la CSV à Agro-Hub.

# Recommandations des parties prenantes

Les participants à la rencontre 2016 à Genève ont formulé un certain nombre de recommandations. Les principales sont présentées ci-dessous, accompagnées de nos réponses (la liste complète est publiée dans la version exhaustive de notre rapport *Nestlé et la société*). Leurs commentaires sont aussi pris en compte lors de l'évaluation des questions pertinentes concernant nos activités.

---

## Garantir la cohérence au sein du portefeuille

Il est important que Nestlé assure la cohérence entre son portefeuille, ses programmes et ses positions sur la nutrition et la santé. L'uniformité du profil nutritionnel des produits dans les différents pays est aussi jugée importante.

→ **Notre réponse**

Nous avons reformulé et renforcé nos engagements en matière de nutrition.

---

## Faire entrer les substituts du lait maternel (SLM) dans le futur

Nestlé devrait adopter des pratiques exemplaires pour les SLM et s'engager en faveur de meilleures normes pour tout le secteur. Ce leadership est considéré indispensable à une mise en œuvre crédible et efficace de stratégies nutritionnelles.

→ **Notre réponse**

Nous avons renforcé notre engagement en matière de SLM pour faire entrer les SLM dans le futur.

---

## Dialoguer avec les investisseurs pour accroître la valeur de la CSV

Les investisseurs portent un intérêt accru à la valeur à long terme créée par la CSV. Prouver que la CSV génère de la valeur financière renforcera la capacité d'agir de Nestlé. Nestlé devrait impliquer les investisseurs pour améliorer les normes sectorielles.

→ **Notre réponse**

Nos rapports 2016 traitent de l'intérêt de la CSV pour les investisseurs.

---

## Développer une vision à long terme guidant les actions à court terme

Le développement d'une vision à long terme, associée aux ODD, servira de guide pour la portée et l'axe des activités de CSV actuelles de Nestlé et de ses partenaires.

→ **Notre réponse**

Nous avons reformulé notre mission, avec des engagements renforcés et des ambitions pour 2030.

---

## Etudier les liens entre les différents ODD

Travailler sur tous les ODD et chercher notamment des liens entre les ODD et les engagements de Nestlé (p. ex. entre les efforts de Nestlé en matière de nutrition, santé et bien-être et l'ODD 12 sur la consommation responsable).

→ **Notre réponse**

Nos engagements publics ont été revus pour tenir compte des ODD et nous avons formulé nos ambitions.

---

## Décloisonner la réflexion sur les questions nutritionnelles, environnementales et sociales

Nestlé devrait tenir compte, dans son portefeuille et ses décisions, des liens entre la nutrition, les effets environnementaux et les aspects sociaux.

→ **Notre réponse**

Nous suivons une approche globale pour toutes nos décisions concernant nos opérations, activités, produits et services. En 2016, nous avons testé le «Natural Capital Protocol» pour mieux comprendre la dépendance à la nature de marques clés comme *Nespresso*.

---

## Faire preuve de plus d'ambition pour l'eau

Nestlé est invitée à traiter la problématique de l'eau de manière plus innovante et ciblée sur des opportunités, p. ex. en fixant des objectifs pour améliorer l'accès et l'approvisionnement responsable. Les participants soulignent les défis liés à l'eau embouteillée et recommandent de prolonger le *Water Plan* afin d'accorder autant la priorité à Nestlé Waters qu'à la chaîne d'approvisionnement agricole et aux opérations.

→ **Notre réponse**

Nous élaborons actuellement le *Nestlé Water Plan*, qui va renforcer notre approche concernant l'eau.

---

## Simplifier l'approche et accroître la transparence

L'approche de CSV peut être simplifiée, mais il est essentiel de maintenir un niveau élevé de transparence et la divulgation des données.

→ **Notre réponse**

Sans remettre en cause l'exhaustivité de nos rapports et la fiabilité de nos données, nous avons souhaité publier un rapport complet sur la CSV davantage axé sur les questions pertinentes.