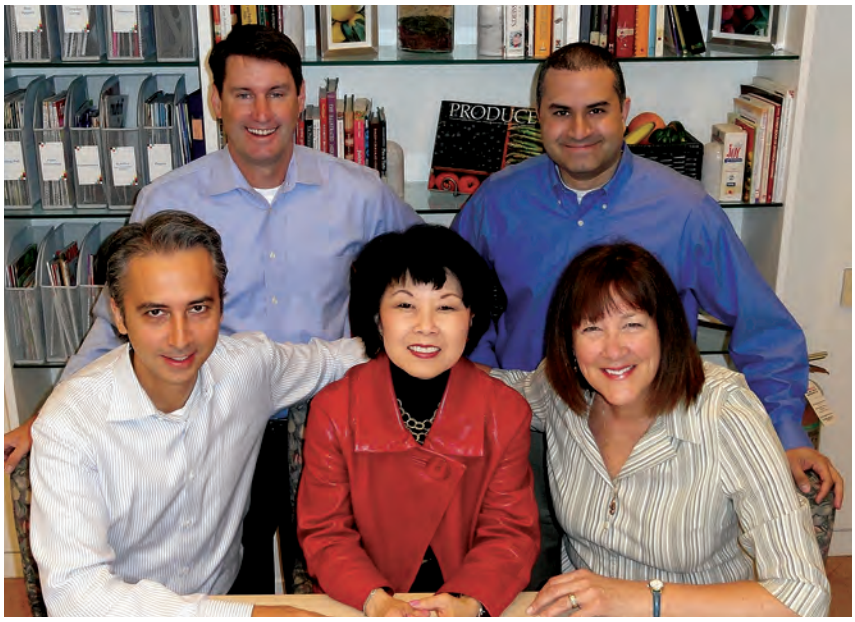
Rapport 2011 de Nestlé Canada sur la création de valeur partagée

Nestlé
Mieux manger. Mieux vivre.

Nutrition, santé et bien-être • Produits de qualité • Renforcement des collectivités • Durabilité

Un message de nos dirigeants



Nos dirigeants au Canada (debout, à partir de la gauche) Tim Brown, président et chef de la direction, Nestlé Canada Inc.; John Zupo, président, Nestlé Waters Canada; et (assis, à partir de la gauche) Paolo Dutto, directeur national, Nestlé Professional; Karen Kuwahara, présidente, Nestlé Purina Soins des animaux familiers Canada; et Marilyn Knox, chef régionale des affaires, Nutrition infantile, Amérique du Nord.

Chez Nestlé, nous sommes déterminés à devenir la société de produits alimentaires et de boissons la plus fiable et la plus respectée au Canada. Notre mission, qui est de permettre aux consommateurs de Mieux manger. Mieux vivre., va bien au-delà du fait d'offrir des boissons et des aliments nutritifs et savoureux aux consommateurs et à leurs animaux domestiques. Pour réussir à long terme, nous croyons que nous devons créer de la valeur à la fois pour les actionnaires et la société. C'est ce que nous appelons la Création de valeur partagée.

La Création de valeur partagée est un élément fondamental de la stratégie d'affaires mondiale de Nestlé, et elle cible des secteurs précis de ses principales activités commerciales, soit la nutrition, l'eau et le développement rural.

Nutrition: Parce que les aliments et la nutrition, en plus d'être au coeur de la santé, sont au coeur de nos affaires et sont la raison d'être de notre existence.

Eau: Parce que la qualité et la disponibilité continues de l'eau sont essentielles pour vivre, pour produire des aliments et pour mener nos activités.

Développement rural: Parce que le bien-être global des agriculteurs, des collectivités rurales, des travailleurs, des petits entrepreneurs et des fournisseurs est étroitement lié à notre capacité à poursuivre nos activités dans le futur.

Au Canada, notre engagement à créer une valeur partagée est mis en oeuvre de différentes manières:

- Nous contribuons au renforcement des économies locales en offrant des emplois et en créant une vitalité économique pour les entreprises à l'échelle de notre chaîne d'approvisionnement.
- Nous offrons aux consommateurs et à leurs animaux domestiques des boissons et des aliments nutritifs et savoureux tout au long de leur vie.
- Nous menons nos activités d'une manière respectueuse pour l'environnement afin de protéger et de préserver l'eau et les autres ressources naturelles pour les générations futures.
- Nous investissons dans les collectivités où nous sommes établis en nous associant avec des organismes dans le but de faire progresser l'éducation sur la santé, la nutrition et l'eau, d'encourager l'activité physique chez les enfants, les jeunes et leurs familles, de protéger l'environnement, et bien plus encore.

Le présent rapport met en évidence les progrès accomplis par Nestlé sur le plan de la Création de valeur partagée au Canada. Nous sommes reconnaissants envers tous les intervenants (consommateurs, clients, employés ou partenaires commerciaux) pour leur soutien continu, et nous sommes impatients de poursuivre notre collaboration.

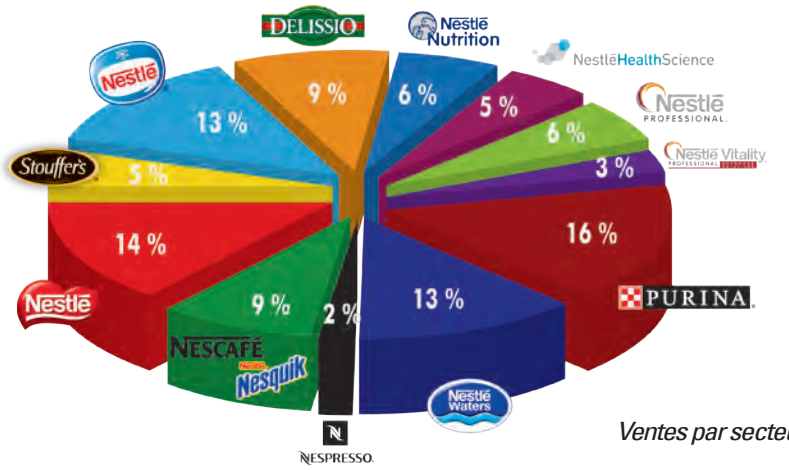
Permettre aux Canadiens de «Mieux manger. Mieux vivre.»

Nestlé offre aux consommateurs canadiens les boissons et les aliments les plus savoureux et les plus nutritifs, et ce, pour chaque occasion, peu importe le moment de la journée.

Que vous optiez pour un déjeuner nourrissant et pratique comme *Essentiels du déjeuner Carnation de Nestlé*, pour un plat *Stouffer's Cuisine Minceur* pour dîner ou pour une *Kit Kat* en guise de collation, que vous donniez à votre nourrisson des aliments *Gerber*, que vous achetiez des suppléments nutritionnels *Boost* pour un parent âgé, que vous buviez de l'eau *Nestlé Pure Life* pour rester hydraté ou que vous nourrissiez votre animal domestique avec des produits *Purina*, vous pouvez faire confiance à Nestlé pour vous offrir des produits fiables et de qualité tout au long de votre vie.

Renforcement des liens

Ventes de 2,2 milliards de dollars en 2011



Ventes par secteur

Création de valeur partagée au moyen de nos activités commerciales

Au Canada, Nestlé est divisée en six entreprises: Nestlé Canada, Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science, Nestlé Professional, Nestlé Waters et Nestlé Purina. Ensemble, ces entreprises emploient 3 600 personnes réparties entre 21 établissements de fabrication, bureaux de vente et centres de distribution à l'échelle nationale.

Incidence économique

- En 2010, Nestlé et ses entreprises ont acheté des biens et des services totalisant plus de **600 millions de dollars** auprès de plus de **5 000 fournisseurs**.
- Les ingrédients de provenance locale signifient des emplois et des revenus pour les fermiers canadiens. Chaque année, Nestlé Canada achète plus de **3 millions de kilogrammes de farine** et environ **47 millions de litres de lait** auprès des producteurs canadiens. C'est l'équivalent d'environ 4,2 millions de kilogrammes de blé, et la production de lait provient d'environ 5 500 vaches et 70 fermes laitières.
- La paie et les avantages sociaux en 2010 se chiffraient à plus de **310 millions de dollars.**
- Au cours des trois dernières années, Nestlé a investi plus de **11,5 millions de dollars** dans son usine de services alimentaires de Trenton, en Ontario, pour accroître l'efficacité, réduire son empreinte écologique et renforcer davantage son programme de salubrité des aliments.
- En 2009-2010, Nestlé a investi **6,8 millions de dollars** pour la mise en place de deux nouvelles chaînes de production pour friandises glacées dans son usine de London, en Ontario. Au total, 6 employés à temps plein, 21 employés à temps partiel et plus de 150 employés saisonniers ont été embauchés pour gérer la production accrue.
- En 2009, Nestlé Waters Canada **a investi 15 millions de dollars** pour agrandir son centre de distribution de Guelph, en Ontario. Elle investit chaque année plus de **2 millions de dollars** dans ses installations de Guelph et de Hope pour s'assurer qu'elles excèdent les exigences de conformité internes et externes en matière de salubrité des aliments, d'écoefficacité énergétique et de durabilité environnementale.

Activités de Nestlé au Canada

Nos employés

Établissement de production de Nestlé
Toronto, Ontario

Nos employés sont les piliers de notre entreprise, en plus d'être notre plus grand avantage concurrentiel. Nestlé s'est engagée à recruter et à retenir des employés issus de divers milieux et personnifiant nos valeurs fondamentales, soit l'intégrité, le respect, la collaboration, la prise de risques et la passion.

Nous offrons à tous les membres de l'équipe Nestlé d'excellentes conditions de travail, la possibilité d'adhérer à des programmes d'apprentissage et de perfectionnement professionnel continus, ainsi que des possibilités de carrière stimulantes.

Des politiques et des programmes sont en place pour que chaque employé ait la chance de développer son potentiel dans un milieu de travail sécuritaire et équitable où il est écouté et considéré à sa juste valeur et où les principes de diversité et d'égalité sont respectés.

En 2010, la Société a investi plus de **3,9 millions de dollars dans les programmes d'apprentissage et de perfectionnement destinés aux employés.** Dans le cadre de notre engagement à promouvoir l'éducation et l'apprentissage, tous les employés de Nestlé Canada ont participé au programme de formation QN (Quotient Nutrition) de Nestlé. Cette initiative de Nestlé, menée à l'échelle mondiale et mise en oeuvre en 2008 au Canada, procure à nos employés les principales connaissances et compétences dont ils ont besoin en matière de nutrition. À l'échelle mondiale, près de **146 000 employés** ont reçu la formation en nutrition.

Nestlé à l'échelle internationale

Nestlé est le chef de file mondial dans les domaines de la nutrition, de la santé et du bien-être. En 2011, ses ventes avoisinaient les **83,6 milliards de francs suisses.** Fondée en 1866 par Henri Nestlé à Vevey, en Suisse, Nestlé compte aujourd'hui environ **327 000 employés** et fait des affaires dans presque tous les pays du monde.

Fournir des produits de qualité

Création de valeur partagée au moyen de boissons et d'aliments nutritifs et savoureux

Chez Nestlé, nous fabriquons et commercialisons une gamme diversifiée d'aliments et de boissons. Nos produits, qui viennent combler de multiples exigences des consommateurs (nutrition, variété, plaisir et commodité), contribuent à leur bien-être général en leur permettant d'avoir une alimentation équilibrée.

Veiller à la plus haute qualité

Chaque jour, plus de un milliard de consommateurs à l'échelle mondiale nous démontrent leur confiance en choisissant des produits Nestlé. Environ 95 % des foyers au Canada ont acheté un produit Nestlé au moins une fois au cours de la dernière année. Cette confiance repose sur notre réputation, elle-même bâtie sur le respect de normes élevées que nous avons établies depuis plus de 140 ans.

Notre engagement envers la plus haute qualité et la salubrité des aliments est indiscutable. Tous nos produits respectent ou dépassent les exigences réglementaires gouvernementales en matière de qualité et de salubrité des aliments. Nous travaillons en étroite collaboration avec Santé Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments. En outre, la majorité des établissements de production de l'entreprise ont obtenu leur certification ISO 22001, norme internationale vérifiée par un organisme externe portant sur les systèmes de gestion de la salubrité des aliments.

Nous suivons soigneusement des programmes officiels de gestion de la qualité, dont font partie le système de gestion de la qualité Nestlé, de bonnes pratiques de fabrication et le programme Excellence continue de Nestlé. Tous ces programmes se conforment à des normes strictes en matière de qualité et de traçabilité. De plus, toutes les usines de Nestlé Canada font l'objet de vérifications régulières.

Au Canada, nous employons **45 diététistes professionnelles**, 4 spécialistes titulaires de doctorats en nutrition et en sciences de l'alimentation et 4 vétérinaires chez Purina, dans le cadre des processus de vente, de marketing et de services techniques. Ces experts guident les améliorations apportées au contenu nutritionnel des produits actuels, contribuent au développement de nouveaux choix alimentaires nutritifs et jouent un rôle actif dans la sensibilisation des consommateurs à nos produits. Par exemple, l'équipe Nutrition infantile de Nestlé a récemment lancé les *Céréales pour bébés Gerber* avec probiotiques, le premier produit de ce genre au Canada.

Purina a mis au point *OptiStart* de *Pro Plan*, un produit qui contribue au bon développement des systèmes immunitaire et digestif des chiots, ainsi que *FortifFlora* de *Purina Veterinary Diets*, un produit qui favorise la santé intestinale des chiens et qui est utilisé pour la gestion alimentaire des chiens qui souffrent de diarrhée.

D'excellents produits en constante amélioration!

Depuis 2008, Nestlé Canada a **modifié plus de 100 recettes** pour améliorer les teneurs en gras, en sodium, en sucre et en gras trans de nos aliments et de nos boissons les plus populaires. Par exemple:

- Nous avons réduit de moitié le gras contenu dans la crème glacée ordinaire *Häagen-Dazs*, tout en conservant sa texture crémeuse, en créant *Häagen-Dazs La moitié du gras*.
- Les *Smarties* ne contiennent plus de colorants artificiels.
- Les barres de chocolat *Kit Kat, Aero, Smarties* et *Coffee Crisp* contiennent maintenant des saveurs naturelles.

- Nous avons réduit la teneur en sodium des produits *Stouffer's* de 25 % et celle des produits *Sauté Sensations* de **30 %.**
- Les mélanges à café de spécialité *Nescafé Cappuccino* et *Nescafé Latte* contiennent maintenant des gras non hydrogénés.
- Nous avons reformulé bon nombre de nos aliments pour tout-petits *P'tits plats Gerber Graduates* afin de réduire leur teneur en sodium en deçà des recommandations internationales s'appliquant aux repas pour enfants.
- Nestlé Professional a lancé cinq nouvelles soupes *Maggi*. Chaque soupe est exempte de gras trans et contient 750 mg ou moins de sodium par portion. Par rapport aux produits des concurrents, toutes les soupes ont obtenu la faveur des consommateurs lors d'essais effectués auprès de groupes d'experts avant leur lancement.

Modération, équilibre et plaisir

Chez Nestlé, nous croyons que tous les aliments et boissons peuvent jouer un rôle important dans un mode de vie et un régime alimentaire sains et équilibrés tout en étant agréables à consommer. Pour aider les Canadiens à gérer leurs calories et leur poids, nous offrons plus de **75 produits en portions contrôlées et faibles en calories** parmi les marques Nestlé préférées des consommateurs, notamment:

- les barres glacées *Mini Crunch, Mini Drumstick* et *Mini Rolo* de Nestlé, de 120 calories ou moins l'unité;
- le *Nescafé Cappuccino Allégé*, qui contient 80 % moins de gras que le *Nescafé Cappuccino* original et seulement 40 calories;
- des plats *Cuisine Minceur* nutritifs et délicieux, qui contiennent, pour la plupart, moins de 300 calories;
- des versions P'tites gâteries de marques populaires comme *Kit Kat, Smarties, Aero* et *Coffee Crisp*;
- dix-sept coupes glacées en format individuel, incluant *Häagen-Dazs*, *Sundae*, *La Vraie Crème* et *Skinny Cow;*
- un programme complet de gestion de la perte de poids, *Jenny Craig*, qui offre aux Canadiens des services de consultation en ligne ou dans un centre.

Un goût supérieur, combiné à une saine nutrition

Allier un goût remarquable à une saine nutrition est notre passion. C'est pourquoi nous procédons à un examen continuel de nos produits afin d'en améliorer le goût tout en augmentant leur valeur nutritionnelle. Pour ce faire, nous utilisons le test 60/40+. Ce test permet d'évaluer si au moins 60 % des consommateurs préfèrent nos produits à ceux de notre principal concurrent en se basant sur le goût. Nous définissons également les avantages pour la santé d'un aliment ou d'une boisson pour déterminer comment le goût est combiné à une saine nutrition afin d'en arriver à un équilibre parfait.

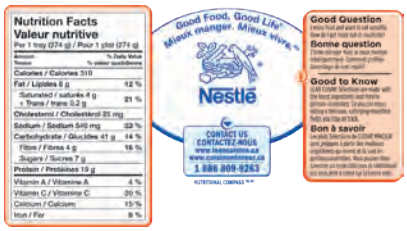
À titre d'exemple, nous avons récemment réduit la teneur en sodium et éliminé les agents de conservation dans les produits *Stouffer's Dinde et farce* et *Veau parmigiana* pour en améliorer le profil nutritionnel. Les consommateurs ont préféré le goût de nos nouvelles recettes à celui des produits concurrents!

Compréhension des consommateurs

Chez Nestlé, nous fournissons des renseignements précis et transparents sur la nutrition et la santé dans toutes nos communications. Nous encourageons continuellement les consommateurs à faire des choix éclairés en matière d'alimentation et de mode de vie, et nous leur donnons les moyens de le faire. Nous communiquons les avantages nutritionnels de nos produits de

plusieurs façons: en fournissant de l'information nutritionnelle sur nos sites Web et directement sur les emballages ou bien par l'intermédiaire du Service aux consommateurs.

Le **Nutritional Compass de Nestlé**, qui figure sur nos produits, fournit aux consommateurs de l'information



facile à comprendre sur les bienfaits nutritionnels de nos produits, rendant ainsi les consommateurs plus aptes à faire des choix alimentaires judicieux. Il comprend le tableau de la valeur nutritive, un résumé détaillé des avantages nutritionnels propres au produit, des suggestions santé ainsi qu'un numéro sans frais où appeler pour obtenir un complément d'information nutritionnelle.

En tant qu'entreprise internationale, Nestlé a adopté une position ferme à l'égard de la publicité s'adressant aux enfants et conforme à **l'objectif de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants**, un engagement de l'industrie pour une publicité responsable. Nestlé ne diffuse aucune publicité à l'intention des enfants de moins de 6 ans, et sa publicité destinée aux enfants de 6 à 11 ans ne fait que la promotion de produits présentant des avantages sur le plan nutritionnel.

Nestlé Canada est fière d'être membre de l'organisme **Annonceurs responsables en publicité pour enfants**, qui est une voix crédible faisant autorité pour représenter les intérêts des enfants en matière de publicité et de communication responsables au Canada, qui travaille en partenariat avec le gouvernement, les enseignants, les parents et les experts afin de déterminer les préoccupations dans la vie des enfants et d'y répondre.

Nous nous tenons à l'écoute des consommateurs. En 2010, plus de 100 000 consommateurs ont téléphoné à notre ligne sans frais ou nous ont envoyé un courriel à propos des renseignements trouvés au dos de nos produits. Les consommateurs peuvent parler avec un représentant pour en savoir davantage sur tous les produits Nestlé, soit leur processus de fabrication et leurs ingrédients, de même que des données nutritionnelles et de l'information sur la salubrité des aliments.

Éducation des consommateurs

Nestlé offre aux consommateurs une foule de ressources sur la santé, le bien-être et la nutrition:

- Le *programme Bébé Nestlé* fournit de l'aide, des conseils et du soutien aux mamans et à leur bébé.
- Notre bulletin électronique mensuel, *La revue Ressources*, présente les dernières nouvelles sur les produits, des offres spéciales, des recettes ainsi que des renseignements sur la santé et le bien-être.
- Des sites Web éducatifs, comme purina.ca, monchiot.ca, monchaton.ca et pawsway.ca font la promotion de la santé et du bien-être des animaux domestiques
- Des renseignements complets sur une hydratation saine sont disponibles sur le site de Nestlé Waters Canada, à l'adresse *www.nestle-waters.ca* (en anglais uniquement).

Campagne d'éducation sur la valeur nutritive

Nestlé Canada est fière de soutenir la Campagne d'éducation sur la valeur nutritive, une collaboration entre Santé Canada et Produits alimentaires et de consommation du Canada. Cette campagne vise à sensibiliser la population afin d'aider les Canadiens à mieux utiliser et à mieux comprendre le tableau de la valeur nutritive,

PawsWay Toronto se consacre à la compréhension et à la promotion des animaux domestiques. Cet établissement où sont acceptés les animaux domestiques fait la promotion d'une relation responsable entre le propriétaire et son animal et offre aux propriétaires d'animaux des outils liés aux animaux, des conseils de spécialistes et des programmes, ainsi qu'une occasion de rencontrer d'autres propriétaires d'animaux domestiques.

particulièrement le pourcentage de la valeur quotidienne, pour faire des choix alimentaires éclairés pour eux et leur famille.

Barres de chocolat fabriquées dans une usine sans arachides

Les Canadiens qui souffrent d'allergies aux arachides potentiellement mortelles peuvent compter sur Nestlé pour leur offrir avec fierté leurs barres de chocolat préférées fabriquées dans une usine sans arachides, où des processus de contrôle de la qualité rigoureux sont mis en place. Un étiquetage clair de toutes les *Fav*rites* fabriquées dans notre usine sans arachides garantit aux Canadiens qu'ils peuvent consommer sans danger leurs friandises favorites.

Solutions d'hydratation saine

Selon Santé Canada, la consommation d'eau est un élément important d'un mode de vie sain.

Nestlé Waters Canada est fière d'offrir les marques d'eau embouteillée de la plus grande qualité et au meilleur goût de tout le pays. Des bulles pétillantes de *Perrier* à la pureté de *Nestlé Pure Life*, nos solutions d'hydratation saine sont en tête du marché et font partie des marques les plus connues dans la catégorie des boissons.

Nestlé Waters Canada participe à une initiative volontaire de l'industrie menée à l'échelle nationale, Les calories, nous en faisons une chose claire!, qui a mis l'information sur les calories à la portée des consommateurs.

Centre de recherche Nestlé
Lausanne, Suisse

Nestlé à l'échelle internationale

Nestlé possède le plus vaste réseau privé de recherche et développement au monde, qui **compte 5 000 employés dans 29 centres de recherche, de développement et de technologie à l'échelle mondiale.** En 2011 seulement, la Société **a investi 1,423 milliard de francs suisses** dans des projets de recherche et développement.

Protéger l'environnement

Création de valeur partagée au moyen de pratiques commerciales durables

Chez Nestlé, la durabilité environnementale signifie répondre aux besoins d'aujourd'hui sans pour autant compromettre l'avenir des générations futures.

Depuis sa mise en œuvre en 1996, le système de gestion environnementale de Nestlé sert de cadre de travail pour continuellement surveiller et améliorer la performance environnementale de la société. Il a été élaboré conformément à la norme internationale ISO 14001 sur la gestion environnementale.

La majorité des établissements de fabrication de l'entreprise sont certifiés ISO 14001. Des initiatives prises dans les usines, comme l'amélioration de l'éclairage, l'économie d'énergie et la réduction des déchets, ont contribué à minimiser notre impact sur l'environnement. Tous les établissements encouragent les employés à recycler les déchets, notamment le papier, le carton, le plastique, les cannettes d'aluminium et les cartouches d'encre. En Ontario et au Québec, Nestlé, ainsi que toute entreprise d'aliments emballés, **assume 50 % du coût du recyclage municipal**.

Nous soumettons nos emballages à une réévaluation continue et poursuivons le développement de nos concepts novateurs en vue de réduire les matériaux d'emballage, d'utiliser davantage de matières recyclées et d'augmenter la recyclabilité. Depuis 1998, Nestlé Canada a réduit son volume d'emballage de plus de deux millions de tonnes.

Par exemple, notre division Repas surgelés a récemment atteint une réduction annuelle de 166 840 kg de sa consommation de carton ondulé en enlevant le disque en carton ondulé de *la pizza Delissio Croûte mince et croustillante*, et ce, sans affecter la qualité du produit final. En outre, l'épaisseur de la pellicule qui recouvre la pizza a été réduite, entraînant ainsi une réduction annuelle de **91 990 kg**. Nous nous efforçons de réduire l'incidence sur l'environnement du transport et de la distribution de nos produits, qui transitent de nos usines et centres de distribution vers les clients et les consommateurs. Par exemple, Nestlé Waters fabrique ses propres bouteilles dans chacune de ses installations d'embouteillage. L'entreprise retire ainsi des routes 20 000 camions chargés de bouteilles vides par année et **réduit de 12 000 000 de kilogrammes** ses émissions annuelles de gaz à effet de serre.

Pour Nestlé, l'eau constitue une priorité sur le plan mondial. Au Canada, nous avons réduit la consommation d'eau dans nos usines et nos bureaux.

Nestlé Waters Canada est l'une des rares entreprises à gérer les ressources en eau aux fins de durabilité, et elle est la seule entreprise, qui produit de l'eau embouteillée au Canada, à compter un hydrogéologue à temps plein au sein de son personnel.

La durabilité en action

- La bouteille recyclable Eco-Shape 500 ml de Nestlé Waters Canada est l'un des contenants les plus légers de l'industrie canadienne des boissons. En effet, elle contient **27 % moins de plastique** que la précédente et 60 % moins de plastique que la bouteille originale de 500 ml en PET.
- Nestlé Waters Canada produit l'eau de source naturelle Montclair, l'une des premières familles de marques d'eau embouteillée à l'échelle mondiale à utiliser un minimum de 50 % de plastique recyclé (PET) dans tous ses emballages.
- Depuis 1998, Nestlé Waters Canada a continuellement réduit la taille de ses étiquettes en papier, ce qui représente, jusqu'à maintenant, une économie de 20 millions de livres de papier.
- Nestlé Waters Canada a reçu, en 2009, le prix *Certificate of Environmental Sustainability Award* (prix de certification en matière de durabilité de l'environnement) de Atlantic Packaging qui vise à reconnaître les entreprises soucieuses d'adopter des pratiques en matière d'emballage durable
- Des programmes de réduction annuelle des déchets d'emballage, mis en place par *Purina* en 2009 et 2010, ont permis de **détourner 500 tonnes de déchets des**

sites d'enfouissement. En 2008, les produits de nourriture pour chats de marque *Pro Plan* ont commencé à être emballés dans des sacs en plastique, et non plus dans des contenants en plastique. Le volume d'emballage a ainsi été réduit de 80 %.

- Nestlé Canada collabore avec TerraCycle, un organisme qui effectue la collecte d'emballages à faible potentiel de recyclage et les «transcycle» en produits amusants et innovants. Ce partenariat a permis de créer la première Brigade des emballages de barres de chocolat au Canada, un programme gratuit qui paye des écoles et des organismes à but non lucratif pour ramasser des emballages de friandises usagés, lesquels sont ensuite transcyclés en différents articles écologiques comme des fourre-tout, cerfs-volants, sacs à dos et plus encore, puis sont offerts chez les grands détaillants canadiens. Pour chaque emballage retourné dans le cadre du programme, Nestlé et TerraCycle versent deux cents à une école ou à un organisme de bienfaisance, au choix du collecteur.
- En 2008, la division Nestlé Crème glacée a décidé de remplacer les contenants de crème glacée de 1,62 litre et de 1,89 litre en carton laminé de polyéthylène par des contenants en plastique, **détournant ainsi plus de un million de kilogrammes de déchets** des sites d'enfouissement chaque année.

Approvisionnement durable

Nestlé est un membre actif de partenariats mondiaux visant à soutenir la consommation et la production durables, comme l'*International Cocoa Initiative* (initiative internationale sur le cacao), le CEO *Water Mandate* (projet pour l'eau des PDG) du Pacte mondial des Nations Unies, la *Sustainable Agriculture Initiative* (initiative pour une agriculture durable) et plusieurs autres.

- **Le Plan Cacao de Nestlé** prévoit un **investissement de 110 millions de francs suisses** sur une période de dix ans qui s'ajoute aux 60 millions de francs suisses investis par Nestlé au cours des 15 dernières années dans les initiatives de durabilité du cacao. Notre engagement suppose que nous devons travailler de concert avec les producteurs de cacao dans le besoin de pays en voie de développement pour leur donner de la formation, des ressources et du soutien afin d'assurer la prospérité des plantations de cacao et un modèle de gestion durable à long terme. Partout dans le monde, les consommateurs réclament de plus en plus que les produits qu'ils achètent aient été approvisionnés et produits de manière éthique. Le Plan Cacao de Nestlé est un programme complet qui aborde ce défi sous tous les angles et donne aux consommateurs encore plus de raisons d'apprécier les barres de chocolat dont ils raffolent déjà.
- **Le Plan Nescafé** regroupe toutes les pratiques de production et de culture du café selon le principe de création de valeur partagée de Nestlé. Dans le cadre de ce plan, Nestlé **investira 500 millions de francs suisses dans des projets liés au café** d'ici 2020, distribuera 220 millions de plantules de café à haut rendement, formera 30 000 agriculteurs et appuiera des projets sociaux réalisés dans des collectivités cultivatrices de café.

Terri Tinella, présidente, Nestlé Confiserie, apprend de visu comment le Plan Cacao de Nestlé exerce une incidence positive sur les agriculteurs en Équateur.

Renforcement des collectivités

Création de valeur partagée au moyen de partenariats communautaires

Nestlé Canada soutient la promotion de la santé et du bien-être dans nos collectivités en mettant l'accent sur l'établissement de partenariats avec des organismes de bienfaisance et sans but lucratif qui font progresser la nutrition, l'éducation et l'activité auprès des enfants. Nous soutenons également des programmes qui protègent l'eau et d'autres ressources naturelles pour les générations futures.

Partenariats communautaires

Adopt-A-School – Aberfoyle
Active Playgrounds
Anaphylaxie Canada
Scouts/Guides
Banques alimentaires Canada
Fondation canadienne du cancer du sein
Croix-Rouge canadienne
ProfilAN (Les diététistes du Canada)
Evergreen
Friends of Mill Creek
Hope Mountain Centre for Outdoor Learning
Société pour la prévention de la cruauté envers les animaux
Jeunesse, J'écoute
Fondation des Lions du Canada – Chiens-guides
National Service Dogs
Project Water
St. Felix Centre
Therapeutic Paws of Canada
Centraide
Université de Guelph

Nestlé Canada est un commanditaire fondateur de Jeunesse, J'écoute, un chef de file canadien en matière de services de consultation pour les jeunes. Nous commanditons la plus importante activité de financement de l'organisme à l'échelle du pays, soit la Marche annuelle pour Jeunesse, J'écoute; nous sommes membres actifs du conseil d'administration de cet organisme; et nous imprimons le numéro de téléphone sans frais de l'organisme sur plus de 1,5 million de produits chaque année.

1 800 668 6868
JeunesseJecoute.ca
Jeunesse, J'écoute

FIER COMMANDITAIRE DE
DÉJEUNER POUR APPRENDRE
Enrichir les jeunes esprits pour toute la journée

Essentiels du déjeuner Carnation est un fier commanditaire de Déjeuner pour apprendre, organisme à but non lucratif qui met en place et appuie des programmes de nutrition dans les écoles partout au pays. L'an dernier seulement, Déjeuner pour apprendre a permis de servir à plus de 259 330 enfants et jeunes plus de 44 000 000 repas, dans le cadre de plus de 2 380 programmes de nutrition à l'échelle du Canada.

La Fondation des Lions du Canada
Marche Purina POUR les Chiens-Guides

Nestlé Purina Soins des animaux familiers Canada est fière de commanditer la Marche Purina pour les chiens-guides qui a lieu chaque année et qui représente l'activité de financement la plus importante de la Fondation des Lions du Canada. À ce jour, cette marche a permis de recueillir plus de 8 millions de dollars. La totalité de ces fonds servira directement à élever, à entraîner et à fournir gratuitement des chiens-guides à des Canadiens.

En 2009, Nestlé Waters Canada et des partenaires de l'industrie ont lancé des programmes de collecte et de recyclage de contenants à boissons en plastique et d'autres matériaux recyclables dans les espaces publics. Des projets pilotes ont été réalisés au Québec, en Ontario et en Nouvelle-Écosse, et un autre projet pilote est en cours en Colombie-Britannique. Le programme pilote mené à Halifax a permis d'obtenir un taux de détournement de 95 %, pour les contenants à boissons, et un taux combiné de 83 %, pour les contenants et le papier. D'autres projets pilotes sont prévus en Alberta et en Saskatchewan, et le premier programme permanent a été établi au Manitoba en 2010.

Secours organisés à la suite de catastrophes

Nestlé s'est engagée à appuyer les efforts de secours d'urgence organisés à la suite de catastrophes, au Canada et à l'étranger. Dans les dix dernières années, Nestlé Waters Canada a donné des millions de bouteilles d'eau à des collectivités partout au pays touchées par des avis recommandant de faire bouillir l'eau, des inondations, des incendies et d'autres problèmes liés à l'eau potable. Dans la seule année 2010, l'entreprise a fait don de 135 000 $ en bouteilles d'eau à des Canadiens dans le besoin, et ce, en grande partie grâce à sa relation à l'échelle nationale avec la Croix-Rouge canadienne.

En 2010 et en 2011, Purina et Nestlé Canada ont fait don de plus de 43 000 $ en vue de venir en aide aux sinistrés des tremblements de terre en Haïti et au Japon et des inondations au Pakistan, grâce aux dons des employés, ainsi qu'à l'apport de l'entreprise et du gouvernement qui ont versé un montant équivalent à chaque don.

Bénévolat des employés

Nos employés donnent généreusement de leur temps et de leurs talents à de nombreux organismes de bienfaisance locaux. Que ce soit en participant à la journée de bénévolat dans une banque alimentaire (photo de droite), à la collecte de fonds pour le cancer de la prostate grâce à la campagne annuelle Movember ou en travaillant comme bénévoles pour l'un de nos organismes de bienfaisance, les employés de Nestlé ont créé de la valeur en renforçant les liens des collectivités où ils vivent et travaillent.

En conclusion

Nous avons essayé, dans ce rapport, de vous donner un aperçu de l'engagement de Nestlé en matière de *Création de valeur partagée* au Canada. Si nous avons fait d'importants progrès au fil des ans, nous sommes conscients de tout le travail qui reste encore à accomplir. Nous croyons fermement qu'en suivant une stratégie à long terme, nous continuerons d'apporter une contribution significative dans les collectivités où nous vivons et travaillons. Pour en savoir davantage sur les initiatives Nestlé visant à *créer de la valeur partagée* à l'échelle internationale, visitez le site Web *www.nestle.com*.

Nestlé à l'échelle internationale

Nestlé S.A. soutient des programmes éducatifs qui touchent plus de **10 millions d'enfants de par le monde**, notamment le Programme mondial Des enfants en santé de Nestlé, dont l'objectif est de sensibiliser les enfants d'âge scolaire à la nutrition, à la santé et au bien-être.

Rapport produit par:
Affaires de l'entreprise, Nestlé Canada
Février 2012

Vos commentaires sur ce rapport sont les bienvenus.
Veuillez les transmettre par courriel à l'adresse suivante:

corporate.affairs@ca.nestle.com

Pour plus d'information, veuillez visiter les sites suivants:

www.corporate.nestle.ca/fr
www.nestle.ca/fr
www.nestle-waters.ca
www.purina.ca/fr
www.bebe-nestle.ca
www.nutrition.nestle.ca/fr

Impression:

The Lowe-Martin Group

Papier:
Les copies papier sont imprimées sur du papier entièrement recyclé avec de l'encre à base végétale.
Le papier est certifié par le Forest Stewardship Council (FSC).

RECYCLED
Paper made from recycled material
FSC® C016931
www.fsc.org

BIO GAS ENERGY

EcoLogo
CCD-077
Paper

carbonzero CERTIFIED
CZC -5588-1402-2012
Printing by Lowe-Martin is offset by Carbonzero.

bullfrogpowered
Printing by Lowe-Martin is bullfrogpowered

Ce rapport est également accessible en ligne à l'adresse *www.corporate.nestle.ca/fr*

Nestlé
Mieux manger. Mieux vivre.