

Nestlé, un acteur engagé pour le progrès nutritionnel partagé

Veiller à l'équilibre alimentaire : une vocation naturellement inscrite dans les gènes du groupe Nestlé depuis l'invention en 1866 par Henri Nestlé de la première farine lactée pour les bébés. Tout au long de son histoire, Nestlé n'a cessé d'innover, et d'améliorer la qualité nutritionnelle et gustative de ses produits. Et le progrès étant une valeur qui se partage, le groupe Nestlé s'engage, afin que chacun puisse faire des choix éclairés pour une alimentation équilibrée.



Ensemble, mieux manger, mieux vivre

La science et la recherche, au cœur du développement de Nestlé

1,35 milliard d'euros annuel dédié à la recherche, le plus important budget de l'industrie agroalimentaire, pour comprendre, innover et anticiper dans les secteurs de la nutrition et la santé

→ Le Centre de Recherche Nestlé et 29 centres de Recherche et Développement à travers le monde, dont 5 en France.

→ 5200 personnes au service de la recherche et du développement.

→ Plus de 300 accords de collaboration en cours avec des Centres de Recherche et des Universités à travers le monde.

→ Plus de 200 publications scientifiques par an.

→ Une recherche orientée sur l'action concrète : allergies, sciences cognitives, santé digestive, énergie et métabolisme, microbiologie de l'alimentation et de la santé, immunologie, performance physique.

Une qualité nutritionnelle et gustative sans cesse optimisée.

Le groupe est engagé dans une démarche d'amélioration de ses produits :

→ Une optimisation continue des produits (nutrition, goût, ingrédient, portion, emballage...).

→ Le 60/40+ : une méthode unique pour évaluer et optimiser le goût et la qualité nutritionnelle des produits.

→ 5 Chartes PNNS* d'engagements de progrès nutritionnel signées à ce jour avec les pouvoirs publics, pour les marques Herta, Maggi, Davigel, CPF-Nestlé Céréales et Nestlé Nutrition Infantile**.

Une politique volontaire en matière de marketing responsable

→ Mieux encadrer

Définition de « Principes de communication consommateurs » avec un cadre rigoureux donné au contenu de toutes les publicités, par exemple : incitation à une consommation raisonnable (portions), ne pas induire des attentes irréalistes en lien avec la consommation du produit... De plus, depuis plus de 5 ans pas de publicité à destination des enfants sur les produits de gourmandise.

→ Mieux expliquer

Développement du « Nutritional Compass ® », un système d'étiquetage et d'information pédagogique et précurseur présent aujourd'hui sur tous les emballages des produits.

→ Mieux accompagner

Des services pour aider les Français à faire des choix éclairés au quotidien : le site www.croquonslavie.fr et des diététiciennes pour répondre aux questions des consommateurs.

→ Mieux former et informer les salariés

Les formations « Quotient nutritionnel » ont permis de former plus de 3000 salariés Nestlé depuis 2007. Des campagnes de sensibilisation à la nutrition et à l'équilibre alimentaire sont déployées régulièrement dans l'entreprise.

→ Mieux comprendre, agir et soutenir

Pour aller plus loin dans son engagement sociétal, dans la continuité des soutiens développés depuis de nombreuses années, Nestlé a créé en 2008 la première Fondation d'entreprise dédiée à l'alimentation et aux comportements alimentaires : la Fondation Nestlé France. Sa mission : valoriser et promouvoir la transmission du modèle alimentaire français, en ce qu'il induit des comportements bénéfiques au regard des problématiques de santé publique.

*PNNS : Programme National Nutrition Santé

**Nestlé Nutrition Infantile : Produits de diversification de nutrition infantile

Comprendre et partager

1986

Création du Centre de Recherche Nestlé (Lausanne, Suisse) puis ouverture successive de 29 centres de Recherche et Développement à travers le monde



Se mobiliser pour l'avenir

1995

Création du département Nutrition de Nestlé en France : un geste pionnier



1997

Création du « 60/40+ »
Une méthode unique pour évaluer et optimiser le goût et la qualité nutritionnelle des produits



Informier et transmettre

1998

Création des « Rendez-vous Questions de Nutrition » pour les professionnels de santé : échanges et information sur la nutrition

2001

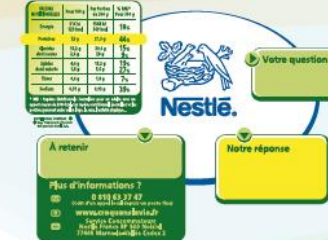
Lancement de www.nutripro.nestle.fr
Le premier site de nutrition à destination exclusive des professionnels de santé

2000

Nestlé est précurseur pour la mise en place volontaire d'un **système d'information nutritionnelle sur tous les produits** (pour 100 g et par portion)

2005

Création du « Nutritional Compass ® », espace dédié à la Nutrition Santé Bien-être sur tous les produits pour y regrouper informations nutritionnelles factuelles, portions adaptées, conseils alimentaires...



2005

Introduction de céréales complètes dans 100 % des céréales du petit déjeuner Nestlé

2005

Création de Nestlé Nutrition, entité regroupant en France, Nestlé Nutrition Infantile, Nestlé Clinical Nutrition et Jenny Craig pour le développement de produits destinés à des cibles particulières



2007

Apparition des RNJ sur la face principale des emballages : un pictogramme informe sur l'apport calorique à la portion consommée ainsi que sa contribution aux RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers)



2007

Signature par Nestlé d'une « Charte Publicité Enfants ». Pas de publicité sur les produits gourmands à destination des enfants



2007

Lancement de la rubrique « Bien-être et Équilibre » du site www.croquonslavie.fr pour aider les Français à faire des choix éclairés sur l'alimentation



2009

Lancement de la démarche « Maggi s'engage » : qualité et origine des matières premières, cahier des charges nutritionnel pour l'élaboration des produits, réduction des emballages



2010

Création de Nestlé Health Science : des services et produits destinés aux personnes qui ont des besoins nutritionnels particuliers à tous les âges de la vie



2008

Création de la Fondation Nestlé France



2010

Lancement du Plan Nescafé, un engagement international pour une agriculture et une production responsables au sein de la filière café

2010-2011

Signature de 5 Chartes PNNS visant à améliorer la qualité nutritionnelle des produits tout en préservant leurs qualités gustatives



2011

La division Nestlé Chocolat révèle son engagement dans la démarche « Mieux Cultiver le Plaisir » qui concilie plaisir, nutrition, approvisionnement et production responsables



Et toujours, une optimisation continue des produits : nutrition, goût, ingrédient, portion, emballage...

2012

Lancement de la nouvelle version du site www.nutripro.nestle.fr