



**Nestlé**

# СОЗДАВАЯ ОБЩИЕ ЦЕННОСТИ

Социальный отчет компании «Нестле Россия»



---

# Содержание

Обращение Генерального директора .....	1
История «Нестле» в России .....	3
«Нестле Россия» сегодня. Краткая справка .....	9
Концепция социальной ответственности «Нестле» .....	11
Деятельность компании «Нестле Россия»	
в области улучшения условий труда и экологической безопасности .....	16
«Нестле» - ответственный работодатель .....	22
Питание, здоровье и здоровый образ жизни .....	28
«Нестле» и общество .....	37
Поддержка принципов Глобального договора ООН и целей развития тысячелетия.....	51

## Обращение Генерального директора



Дорогие друзья!

Вы держите в руках первый выпуск социального отчета компании «Нестле Россия». В нем мы постарались показать, что компания делает в области корпоративной социальной ответственности с момента начала ее деятельности в России, а это более десяти лет.

Желание привнести положительные изменения в жизнь людей и способствовать устойчивому развитию компании в долгосрочной перспективе прочно вошло в культуру «Нестле» с момента ее основания в 1866 году. Первым продуктом компании, который изобрел ее основатель Генри Нестле, была детская смесь *Farine lactée*, впоследствии спасшая жизнь многим малышам, чей организм не воспринимал молоко матери. На протяжении вековой истории деятельность компании основывалась на принципах, заложенных еще Генри Нестле, главный из которых – создание ценностей не только для компании и ее акционеров, но и для общества в целом. Создание общих ценностей – это суть нашей бизнес-стратегии, которая выражается в

постоянном стремлении улучшать жизнь наших сотрудников, их семей и общества в целом.

Во многих странах мира, где «Нестле» ведет свой бизнес, компания реализует разнообразные проекты поддержки местных сообществ. Социальный отчет Группы компаний «Нестле», вышедший в 2008 году под названием «Создавая общие ценности», дает всеобъемлющую картину того, что делает «Нестле» в мире в области социальной ответственности, трудовых отношений, охраны окружающей среды, помощи фермерам, развития сельских районов, а также в социальной сфере. Мы приняли этот отчет за основу при подготовке социального отчета «Нестле Россия» и постарались осветить различные программы, которые «Нестле» осуществляет в России, направленные на улучшение жизни людей, сохранение окружающей среды, развитие навыков правильного питания и популяризацию здорового образа жизни. Ведь девиз наших социальных программ «Нестле: Сделаем жизнь лучше!».

О том, что стратегия компании в отношении социальной ответственности остается неизменной даже в период мирового экономического кризиса, говорят три инициативы компании, которые были представлены общественности на форуме «Создавая общие ценности» в Нью-Йорке 27–28 апреля 2009 года. Эти три инициативы, а именно запуск глобальной программы «Нестле» «Здоровые дети», открытие центра исследований и развития в Абиджане (Кот-д'Ивуар) для содействия развитию сельского хозяйства в Африке и премия «Нестле» «Создавая общие ценности» за инновационные решения таких проблем, как дефицит продуктов питания, недоступность чистой питьевой воды и недостаточное развитие сельского хозяйства, свидетельствуют о неразрывной связи между ценностями наших акционеров и ценностями общества в целом.

Нам особенно приятно, что программа «Разговор о правильном питании», которую компания «Нестле Россия» совместно с Институтом возрастной физиологии Российской Академии образования и при поддержке Министерства образования и науки РФ проводит в России уже 10 лет, была принята за эталон в анонсированной на форуме программе «Здоровые дети».

С уважением,  
Стефан Де Локер,  
СЕО «Нестле Россия»



Фабрика «Нестле Кубань»  
в г. Тимашевске Краснодарского края

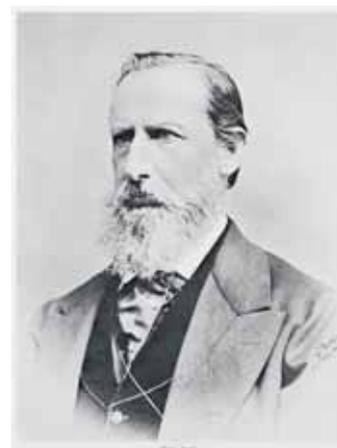
# ИСТОРИЯ «НЕСТЛЕ» В РОССИИ

Отношения «Нестле» с Россией имеют давнюю историю. Компания поставляла свою продукцию в Россию уже в конце XIX века, когда петербургский торговец Александр Венцель подписал эксклюзивный контракт с Генри Нестле на поставку молочной продукции на территории Российской империи.

Новый этап наступил в начале 90-х годов XX века, когда «Нестле» создала сеть импортеров и дистрибьюторов, которые стали активно развивать продажи основных торговых марок «Нестле», включая «Нескафе» и «Несквик».

В апреле 1995 года «Нестле» открыла свое представительство в Москве – Societe pour l'Exportation des Produits Nestle S.A. А уже в 1996 году была создана полноценная российская компания ООО «Нестле Фуд» для организации системы сбыта и маркетинга своей продукции на российском рынке.

В 2007 году компания получила новое имя – ООО «Нестле Россия». При разрешении использовать имя «Россия» Правительством РФ были учтены крупномасштабные инвестиции компании в российскую экономику и ее большой вклад в социальные программы.



**Генри Нестле – основатель компании**



# NESCAFÉ

Nestlé  
PROFESSIONAL

☐ Nestlé PURINA



Gerber



С 1 января 2007 года осуществляется процесс слияния юридических лиц Группы компаний «Нестле» в единую компанию под новым названием «Нестле Россия».

Стабильный успех «Нестле» на российском рынке стал возможным благодаря ряду факторов. «Нестле» укрепила свои позиции и расширила свое присутствие в стране в первую очередь за счет инвестиций в местное производство и промышленную инфраструктуру, за счет активного

продвижения торговых марок, а также постоянного расширения и развития национальной сети сбыта.

Сегодня «Нестле» является лидером рынка кофе, рынка продуктов детского питания, рынков кулинарии, упакованного шоколада и готовых завтраков, а также наращивает свое присутствие на рынках мороженого, кормов для домашних животных и бутилированной воды.

Три торговые марки «Нестле» – «Нескафе» (в 1998, 2000, 2002,

2004, 2006 и 2008 годах), «Магги» (в 1999, 2001 и 2003 годах) и «Россия – щедрая душа» (в 2002, 2003, 2005 и 2008 годах) были удостоены почетной награды «Народная марка», что стало свидетельством высокой популярности этих продуктов у российских потребителей.

## Сведения о компании

«Нестле» является мировым лидером в области питания, здоровья и здорового образа жизни

### Вевей

Расположение штаб-квартиры компании (Швейцария)

**1866**

Год основания компании

**109,9 млрд**

Общая сумма продаж Группы, в шв. франках\*

**18 млрд**

Чистая прибыль, в шв. франках\*

**более 280 000**

сотрудников\*

**456**

фабрик\*

**86**

стран, в которых находятся офисы или производства компании

\* (Данные 2008 года)



Торговые марки компании, в том числе «Россия – щедрая душа», «Нескафе Голд», «Золотая марка» и NUTS были удостоены наград престижного конкурса «Бренд Года/EFFIE» – национальной профессиональной премии в области эффективного маркетинга и рекламы.

Деятельность «Нестле» в России была также высоко оценена ведущими представителями индустрии и экспертами. В 1998 году Американская торговая палата в России объявила «Нестле» «Компанией года» за ее приверженность российскому рынку, производственный рост и узнаваемость продукции. В мае 2004 года «Альфа-Банк» и Институт Лаудера вручили «Нестле» почетную награду «За заслуги



в области иностранных инвестиций в России – 2004».

### Инвестиции в производство

Стратегия компании «Нестле» во всем мире заключается в осуществлении долгосрочных инвестиций. В рамках этой стратегии компания активно вкладывает средства в местное производство, разработку продуктов, отвечающих российским вкусам и традициям, а также использует местное сырье и компоненты. На территории России «Нестле» имеет 13 производств, в которые компания осуществляет постоянные инвестиции. Таким образом, «Нестле» соединяет международный опыт и лидерство в пищевой индустрии с потребностями и вкусами потребителей.

В 1995 году «Нестле» приобрела контрольный пакет акций кондитерской фабрики «Кондитерское объединение «Россия» в Самаре. Инвестиции компании позволили наладить местное производство батончиков

Nuts, шоколада «Нестле» и популярного во всем мире шоколадного напитка «Несквик».

Вторым важным капиталовложением «Нестле» в России стало приобретение в июне 1996 года контрольного пакета акций ООО «Нестле Жуковский» (сейчас это производственный филиал ООО «Нестле Россия»). Значительные инвестиции были сделаны в установку нового современного оборудования, которое позволяет производить традиционное российское мороженое под новыми торговыми марками, такими как пломбир «48 копеек» и эскимо «Кимо», а также продукцию под всемирно известными брендами, в том числе Mega и Extreme.

В январе 1998 года «Нестле» приобрела контрольный пакет акций двух кондитерских фабрик – АО «Алтай» в Барнауле и АО «Камская» в Перми, которые сейчас выпускают шоколадные конфеты, карамель и печенье.

В июне 1998 года в группу предприятий «Нестле» вошло ОАО «Хладопродукт» в городе Тимашевске (Краснодарский край). Эта фабрика мороженого дополняет мощности по производству мороженого «Нестле» в городе Жуковском. В июне 2001 года на ОАО «Хладопродукт» была запущена первая в России линия по расфасовке растворимого кофе «Нескафе».

В конце 1999 года «Нестле» открыла в Жуковском завод по производству кулинарной продукции под торговой маркой «Магги». В 2004 году производственные мощности фабрики были значительно расширены.

Дочерние компании «Нестле» также развивают местное



Завод по производству кулинарной продукции под торговой маркой «Магги» в г. Жуковском Московской области



производство. Так, в 2000 году в городе Домодедово была открыта фабрика по производству бутилированной воды под торговой маркой «Nestle Pure Life» с доставкой на дом и в офис, в 2001 году компания Cereal Partners Worldwide (совместное предприятие «Нестле» и General Mills) приобрела фабрику и наладила производство по выпуску сухих завтраков «Нестле» в Перми.

В 2003 году компания приобрела завод детского питания в Вологде. После ряда необходимых инвестиций завод стал выпускать детские каши, обеспечивая растущий рынок детского питания. В 2004 году завод был преобразован в ООО «Нестле Вологда Детское питание» (сейчас это производственный филиал ООО «Нестле Россия» в Вологде).

В ноябре 2005 года состоялась церемония официального открытия фабрики полного цикла по производству кофе «Нескафе Классик» в Тимашевске.

Калужская область.  
Эта новая фабрика стала первым  
местным производством  
«Нестле Пурина ПетКер». Выпуск  
продукции – сухих кормов для  
кошек и собак под торговыми  
марками Friskies и Darling – начат  
осенью 2007 года



Инвестиции в строительство  
новой фабрики составили около  
120 млн долларов США. В конце  
2005 года произошло присоеди-  
нение ООО «Хладпродукт»  
к ООО «Нестле Кубань». Теперь  
«Нестле Кубань» объединяет две  
фабрики – по производству кофе  
и по выпуску мороженого.

В декабре 2006 года компания  
«Нестле» подписала соглашение о  
создании совместного предприятия  
с компанией «Быстров» – лидером  
российского рынка каш  
моментального и быстрого  
приготовления, а в начале 2009 года  
объявила о консолидации  
100% акций этого бизнеса.

В ноябре 2007 года компания  
«Нестле Россия» объявила о  
покупке Рузской кондитерской  
фабрики (РКФ), выпускающей  
шоколадную продукцию под  
торговыми марками «Комильфо» и  
«Рузанна». Высокое качество  
продуктов РКФ и имидж торговых  
марок «Комильфо» и «Рузанна»  
идеально дополнили портфолио  
шоколадных брендов компании  
«Нестле» в России, усилив ее  
позиции в премиальном сегменте.  
Компания «Нестле» планирует

также осуществить инвестиции  
в расширение производственных  
мощностей РКФ, расположенных  
в Рузском районе Московской  
области.

В августе 2007 года состоялось  
открытие завода по производству  
сухих кормов для домашних  
животных российского  
подразделения «Нестле Пурина  
ПетКер», входящего в группу  
компаний «Нестле». Новая фабрика,  
расположенная в Калужской  
области, стала первым местным  
производством «Нестле Пурина  
ПетКер». Выпуск продукции – сухих  
кормов для кошек и собак под  
торговыми марками Friskies и  
Darling – начат осенью 2007 года.  
Объем инвестиций в строительство  
и оснащение фабрики превысил  
30 млн долларов США. Объем  
производства первой очереди  
фабрики составляет около 40 тыс.  
тонн готовой продукции в год.  
Объем инвестиций в строительство  
и оснащение фабрики превысил  
30 млн долларов США. В начале  
2009 года компания объявила о  
новых масштабных инвестициях  
в расширении производства  
фабрики. Около 1 млрд рублей



будет вложено в строительство второй очереди фабрики по производству влажных кормов для домашних животных под торговой маркой Friskies. Окончание строительства и запуск производства намечаны на лето 2009 года.

В октябре 2008 года «Нестле» официально объявила о своем намерении инвестировать дополнительно 240 млн швейцарских франков в расширение производственных мощностей фабрики «Нестле Кубань». Такое решение, принятое в период финансового кризиса, еще раз свидетельствует о долгосрочных обязательствах «Нестле» в отношении России. Этот шаг был высоко оценен общественностью и

Правительством Российской Федерации.

Совокупный объем инвестиций «Нестле» в российскую экономику на конец 2008 года составил около 800 млн долларов США.

Деятельность «Нестле» направлена не только на укрепление и модернизацию производственной инфраструктуры и внедрение новых технологий. «Нестле» соединяет международный опыт и лидерство в пищевой индустрии с потребностями и вкусами потребителей. Компания стремится быть высокоэффективным производителем с низкими производственными затратами. «Нестле» вкладывает большие средства в обучение и повышение квалификации сотрудников,

передавая им международный опыт компании и научно-технические знания.

Реклама различных брендов «Нестле» украшает улицы многих городов России.

Реклама «Нескафе Голд» на Невском проспекте в Санкт-Петербурге



## «НЕСТЛЕ Россия» сегодня. Краткая справка

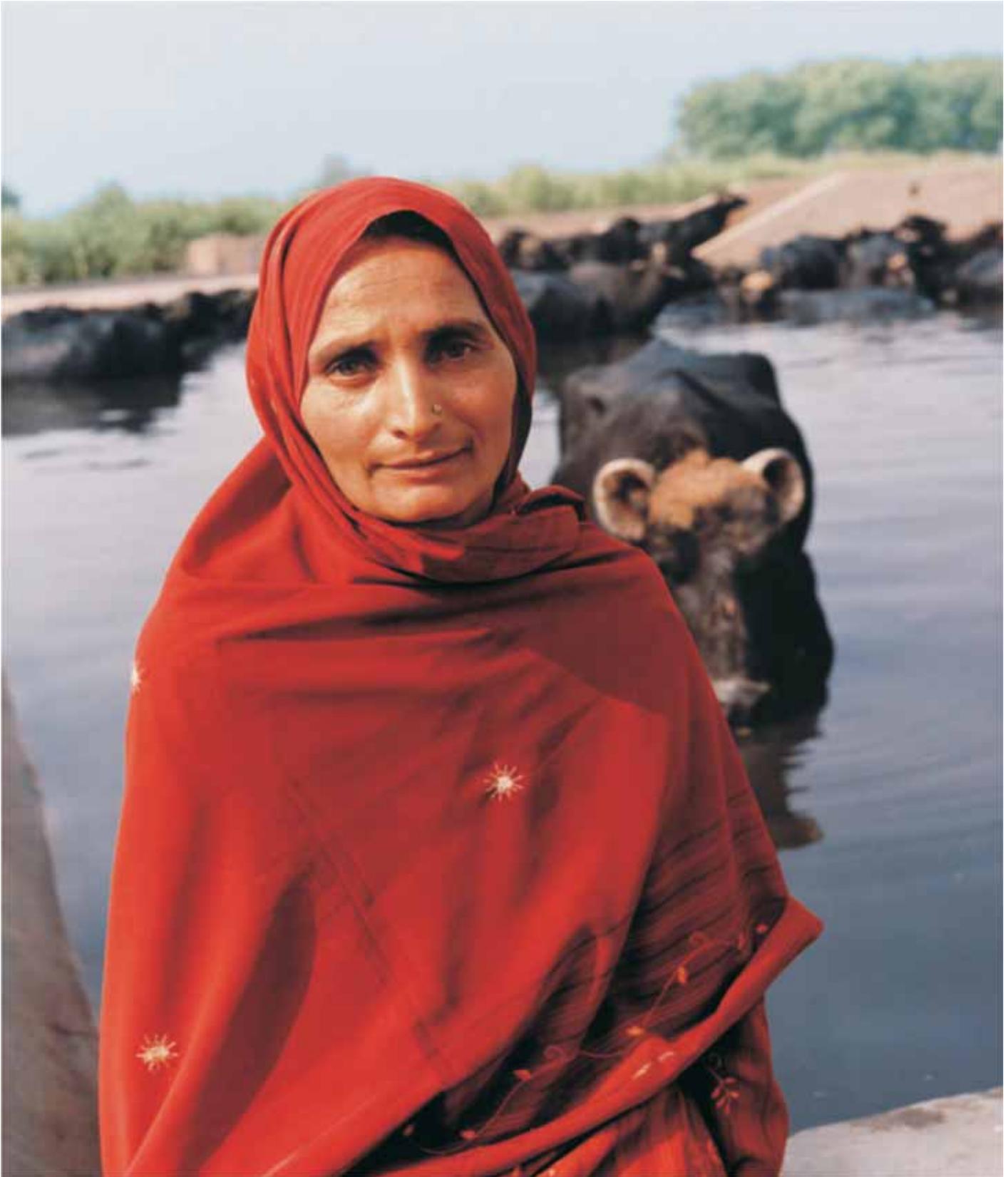


Бизнес «Нестле» в России представляют компании ООО «Нестле Россия», Nespresso, CPW, Nestle Purina PetCare и Nestle Waters.

Продажи «Нестле» в России в 2008 году достигли более 50 млрд рублей. По отношению к 2007 году рост составил более 26%. Российский рынок занимает шестое место по объемам продаж среди всех европейских рынков «Нестле». В прошедшем году «Нестле» укрепила свои лидерские позиции в России во многих категориях рынка продуктов питания и напитков. Общий объем инвестиций «Нестле» в российскую экономику достиг 800 млн долларов США (по данным на IV квартал 2008 года).

### «НЕСТЛЕ Россия» сегодня – это:

- около 10 тыс. сотрудников;
- 13 предприятий, расположенные в таких городах, как Тимашевск (Краснодарский край), Жуковский (Московская область), Барнаул, Пермь, Самара, Вологда, а также п. Ворсино (Калужская область), производят кондитерскую продукцию, кофе и напитки, детское питание, сухие завтраки, каши быстрого приготовления, мороженое, кулинарную продукцию, минеральную воду и корма для домашних животных;
- 10 торговых офисов по всей стране;
- более 500 торговых марок, среди них:
- быстрорастворимые напитки (NESCAFE®, NESQUIK® и др.);
- мороженое («48 копеек», «Кимо», «Розочка», MEGA®, EXTREME® и др.);
- детское питание (Nestle®);
- шоколадные и кондитерские изделия («Россия – щедрая душа»®, «Бон Пари»®, NUTS®, Nestle®, «Шок», NESQUIK®, «Золотая марка»® и др.);
- кулинарная продукция (MAGGI®);
- сухие завтраки (Nestle®);
- каши быстрого приготовления («Быстров»®);
- бутилированная вода (PERRIER®, VITTEL®, «Nestle Pure Life»®);
- корма для домашних животных (PURINA®, FRISKIES®, DARLING®, GOURMET®, DOKO®).



# КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ «НЕСТЛЕ»

Для того чтобы бизнес оставался успешным в долгосрочной перспективе, он должен быть источником ценностей не только для акционеров, но и для общества в целом. В «Нестле» называют такой подход Созданием общих ценностей.

В компании «Нестле» есть собственное видение концепции корпоративной социальной ответственности, стабильности и экологической рациональности. Для «Нестле» социальная ответственность не является чем-то навязанным извне: скорее наоборот, ответственность перед обществом представляет собой неотъемлемую часть бизнес-стратегии компании и ее деловых принципов, которые определяют и регламентируют всю профессиональную и коммерческую деятельность в «Нестле».

«Для того чтобы бизнес оставался успешным в долгосрочной перспективе, он должен быть источником ценностей не только для акционеров, но и для общества. В «Нестле» называют такой подход Созданием общих ценностей. Это не филантропия или какая-то дополнительная функция, а основополагающая часть

стратегии нашего бизнеса. Проще говоря, для того, чтобы работать на благо наших акционеров и нашей компании, мы должны приносить пользу людям в тех странах, где мы работаем. Это фермеры – наши поставщики, сотрудники компании, потребители, местные сообщества.

Необходимыми условиями Создания общих ценностей являются ответственное поведение, обеспечение устойчивости развития бизнеса и соблюдение всех требований. Под этим подразумеваются соблюдение Принципов ведения бизнеса «Нестле», требований национального и международного законодательства, а также экологических норм, принципов социальной справедливости и экономической жизнеспособности».

*(Социальный отчет  
«Нестле»С.А.  
«Создавая общие ценности»,  
2007 год)*

## СОЗДАВАЯ ОБЩИЕ ЦЕННОСТИ: РОЛЬ БИЗНЕСА В ОБЩЕСТВЕ



Генри Нестле основал компанию в 1866 году, и ее бизнес в тот момент основывался на единственном продукте – каше для детей, созданной Нестле, чтобы спасти соседского ребенка, организм которого не воспринимал молоко матери. Начиная с того времени, фундаментальной стратегией компании было создание ценностей для общества, что сопутствовало бы и созданию ценностей для акционеров.

Благодаря этой стратегии за прошедшие 143 года «Нестле» превратилась из маленького семейного предприятия в крупнейшую мировую компанию, ведущую бизнес в области питания, здоровья и здорового образа жизни.

Создание общих ценностей для общества и инвесторов выходит за пределы простого удовлетворения нужд потребителей. Уже в первом издании Корпоративных принципов

ведения бизнеса «Нестле» говорилось: «Наши инвестиции должны служить на благо компании и на благо стран, в которых мы работаем».

Создание общих ценностей также подразумевает создание ценностей для фермеров, являющихся нашими поставщиками, наших сотрудников и общества в целом. Необходимо изучить все точки соприкосновения с обществом и произвести долгосрочные инвестиции как на благо общества, так и на благо акционеров, основная часть которых откладывает деньги на пенсию или уже является пенсионерами.

В течение десятилетий «Нестле» работает с миллионами фермеров – производителей молока и кофе с тем, чтобы они стали лучшими поставщиками, этим самым мы помогли им выбраться из нищеты и сделаться состоятельными. Сегодня «Нестле» работает с 600 тыс. фермеров по всему миру, предоставляя им техническую помощь, микрокредиты на сумму около 30 млн швейцарских франков, а также развивая инфраструктуру. Примерно половина фабрик «Нестле» находится в сельских районах развивающихся стран, и они оказывают значительное влияние на семейный доход местных жителей, качество их жизни и будущее их детей.

Создание общих ценностей также означает бережное отношение к окружающей среде, что рассматривается как основа бизнеса компании на будущие десятилетия и даже века.

Прекращение загрязнения воды

и воздуха, а также неправильного их использования является залогом роста бизнеса компании по производству продуктов питания и напитков в будущем. У нас всех один дом – планета Земля, и будущее нашего бизнеса неразрывно связано с будущим планеты.

Создание общих ценностей означает умение думать на перспективу и из года в год добиваться значительных результатов. Один из фундаментальных корпоративных принципов ведения бизнеса «Нестле» состоит в том, что «мы не принесем долгосрочное развитие в жертву краткосрочным выгодам».

Компания постоянно улучшает показатели работы за год, реализуя так называемую «модель «Нестле»: обеспечение ежегодного органического роста в размере 5-6%, сопровождающегося устойчивым ежегодным ростом прибыльности (ЕВIT). В «Нестле» не принимают сиюминутных решений в деловой и социальной сферах. Например, мы намеренно не стали размещать акции на тех биржах, которые требуют предоставления квартальной финансовой отчетности, поскольку, с нашей точки зрения, это заставляет концентрироваться только на краткосрочных задачах.

Такой подход оправдывает себя. Независимое исследование, посвященное бренду Nestle, показало, что по всему миру у нас очень высокие показатели в области выполнения обязательств перед обществом. Особенно это касается развивающихся стран. Бренд Nestle является фундаментальным фактором успеха компании. Это результат нашего серьезного подхода к отношениям с обществом на протяжении многих

Питер Брабек-Летмат, Председатель Совета директоров «Нестле», и Пол Бюльке, CEO «Нестле», представили новые инициативы «Нестле» на форуме по Созданию общих ценностей в Нью-Йорке в апреле 2009 года



десятилетий и построения бренда, основанного на Создании общих ценностей.

### НОВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ «НЕСТЛЕ» В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ ОБЩИХ ЦЕННОСТЕЙ

Долгосрочные экономические и социальные изменения, которые происходят в мире, – рост численности населения, ограниченность природных ресурсов, особенно проблемы использования водных ресурсов и нехватка продовольствия – не могут быть разрешены правительствами в одиночку. Корпорации тоже должны брать на себя ответственность и вносить свой вклад в решение этих проблем.

Именно с этой целью «Нестле» в

2009 году начинает реализацию серии инициатив, которые подтверждают дальнейшее стремление компании к созданию общих ценностей. Об этих инициативах объявили Председатель правления «Нестле» Питер Брабек-Летмат и Исполнительный директор компании Пол Бюльке на форуме

«Создание общих ценностей», прошедшем в Нью-Йорке 27–28 апреля 2009 года.

Первый проект – это запуск глобальной программы «Нестле» «Здоровые дети». Цель этой инициативы – до 2011 года запустить программы обучения, направленные на развитие культуры правильного питания и приобщение детей к здоровому образу жизни в тех странах, где работает компания и где эта программа еще не реализуется. Таким образом, по завершении этого проекта программа будет работать в более ста странах мира, в которых «Нестле» ведет свою деятельность. Внедрение программы поможет в решении таких актуальных на сегодняшний день проблем, как недоедание и ожирение детей, особенно школьного возраста. В настоящий момент подобные проекты при поддержке «Нестле» уже реализуются во многих странах, а общая численность детей,



прошедших обучение по таким программам, достигает 10 млн. Из них 3 млн школьников России уже прослушали данную программу, которая в России называется «Разговор о правильном питании» и которую «Нестле» проводит совместно с Министерством образования РФ уже в течение 10 лет.

Второй проект «Нестле» – открытие Центра исследований и развития в Абиджане (Кот-д'Ивуар). Эта инициатива свидетельствует о стремлении компании содействовать развитию сельского хозяйства в Африке. Новая исследовательская программа Центра поможет повысить урожайность таких местных культур, как кукуруза, просо, кофе, какао, а также зерновых культур в странах Западной Африки.

Третья инициатива компании – премия «Нестле» – «Создавая общие ценности». Премия в размере до 500 тыс. швейцарских франков (461 тыс. долларов США) будет присуждаться частным лицам, общественным организациям и небольшим компаниям, предлагающим инновационные подходы к решению таких проблем, как дефицит продуктов питания, недоступность чистой питьевой воды и недостаточное развитие сельского хозяйства. Компания «Нестле» будет вручать такую премию каждые два года.

«Уменьшение потребления воды, улучшение питательных свойств пищевых продуктов и помощь в развитии сельского хозяйства являются настолько же важным условием для реализации бизнес-стратегии компании,

насколько и необходимым для поддержания и укрепления здоровья людей во всем мире. Эти новые проекты помогут многим людям. Они также являются основополагающим фактором трансформации компании в признанного эксперта в области правильного питания и здорового образа жизни», – заявил Пол Бюльке, Исполнительный директор компании «Нестле».

Эти новые проекты «Нестле» в области питания, использования водных ресурсов и развития сельского хозяйства запускаются несмотря на глубокую экономическую рецессию и свидетельствуют о стремлении компании создавать ценности там, где она видит долгосрочные выгоды для бизнеса, для фермеров, для сотрудников компании, для мелких предпринимателей и для общества в целом. Это долгосрочное видение отличает компанию от многих других компаний и оно, несомненно, является конкурентным преимуществом, особенно в развивающихся странах.



«Нестле», следуя своей стратегии продвижения принципов правильного питания и здорового образа жизни, на протяжении трех последних лет поддерживает акцию «Здоровые дети, сильная Россия», цель которой – развитие физической культуры и спорта среди детей и выявления юных талантов для Олимпиады 2014 года в Сочи. Подробнее на сайте [www.ligasp.ru](http://www.ligasp.ru)

## СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КОМПАНИИ «НЕСТЛЕ»

Компания впервые приступила к разработке концепции Создания общих ценностей в рамках отчета 2005 года «Концепция корпоративной социальной ответственности компании «Нестле» на примере реализации в странах Латинской Америки». Составители этого отчета из Группы стратегических разработок (FSG) под руководством управляющего директора Марка Крамера, старшего научного сотрудника Центра бизнеса и управления Высшей школы управления им. Дж.Ф. Кеннеди при Гарвардском университете и директора-распорядителя FSG, тогда указали «Нестле» на необходимость включать в отчетность больше данных. С тех пор вместе со своими подразделениями и консультантами, в число которых входят SustainAbility и AccountAbility, «Нестле» выявила важнейшие проблемы и провела их оценку, а также разработала глобальные индикаторы оценки своей деятельности. В их обсуждении принимали участие и стейкхолдеры компании.

Результатом этой работы стал отчет «Создавая общие ценности» - первый шаг в подтверждение того, что создание долгосрочных ценностей для акционеров взаимосвязано с созданием ценностей для общества.



### История отчетности компании «Нестле»

- Nutritional Needs and Quality Diets – 2008
- Creating Shared Value – 2007
- The Nestlé Water Management Report – 2006
- Nestlé, the Community and the UN Millennium Development Goals – 2006
- The Nestlé Concept of CSR as Implemented in Latin America – 2005
- The Nestlé Commitment to Africa – 2004
- Faces of Coffee – 2003
- Nestlé and Water: Sustainability, Protection, Stewardship – 2003
- The Nestlé People Development Review – 2002
- Sustainability Review – 2001
- Nestlé Environmental Progress Report – 2001
- Nestlé and the Environment – 1995

Вы можете найти эти отчеты по адресу [www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads), отчеты «Создавая общие ценности» 2007 г. и Социальный отчет «Нестле Россия» – на сайте [www.nestle.ru](http://www.nestle.ru)

---

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ «НЕСТЛЕ» В ОБЛАСТИ УЛУЧШЕНИЯ УСЛОВИЙ ТРУДА И ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

---

На территории России «Нестле» имеет 13 производств, в которые компания осуществляет постоянные инвестиции. Общий объем инвестиций компании «Нестле» в России, включая производство и обучение персонала, за весь период деятельности в России составил 800 млн долларов США.

---

Создание современных высокопроизводительных фабрик, придерживающихся высоких стандартов охраны окружающей среды, промышленной безопасности и охраны труда, помогает «Нестле» добиться устойчивого и прибыльного роста путем удовлетворения растущего спроса на продукты питания и напитки. Компания предъявляет высокие требования к качеству сырья и чистоте воды по всей цепочке ценностей. Успех нашего бизнеса в долгосрочной перспективе зависит от чистоты окружающей среды и бережного отношения к природным ресурсам.



Очистные сооружения на фабрике «Нестле Кубань»  
в г. Тимашевске Краснодарского края

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ «НЕСТЛЕ» В РОССИИ – ОХРАНА ТРУДА И ВЛИЯНИЕ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Основное внимание компания «Нестле» всегда уделяла и уделяет вопросам охраны труда и профессионального здоровья сотрудников и подрядчиков, поскольку именно люди создают те ценности, которыми гордится компания. Мнение высшего руководства «Нестле» отражено в лозунге «Даже один несчастный случай – уже много!», и именно в соответствии с этим положением мы устанавливаем свои цели в области охраны труда и планы по их реализации. Важно отметить, что рынок «Нестле Россия и Евразия» занимает лидирующее место среди компаний «Нестле» в других странах в вопросах обеспечения промышленной безопасности.

Уже в течение нескольких лет показатель LTIFR\* компании – один из самых низких: за прошлый год он составил 1,14. Этот показатель отражает уровень несчастных случаев с потерей рабочего времени и равен количеству несчастных случаев с потерей трудоспособности на 1 млн отработанных часов, он учитывает показатели сотрудников компании и ее подрядчиков. Однако, сознавая важность охраны труда на производстве и ценность жизни и здоровья людей, мы постоянно стремимся повышать безопасность и довести показатель LTIFR до нуля. Предпосылки для этого есть: несколько фабрик нашего рынка закончили 2008 год без несчастных случаев с потерей трудоспособности.

Такой результат стал возможным благодаря многим факторам. Руководство компании на деле поддерживает культуру производства и охраны труда, а на



предприятиях рынка «Нестле Россия и Евразия» были организованы службы SH&E, в которых работают опытные и грамотные специалисты.

Работа ведется и в области промышленной безопасности и экологии, что возможно благодаря сильным техническим службам и инженерам предприятий, а также специалистам-экологам.

На многих фабриках рынка работа в области SH&E проводится очень активно. Организованы тренинги и аудиты по безопасному поведению (так называемые поведенческие аудиты BBS), дни охраны труда, командно-штабные учения и комплексные проверки состояния гражданской обороны на предприятиях, дни безопасного вождения и др.

Мы продолжаем совершенствовать работу в области охраны окружающей среды.

Фабрика «Нестле Кубань» была запущена в ноябре 2005 года и стала первой в России фабрикой полного цикла по производству растворимого кофе. На сегодняшний день на фабрике производятся агломерированный кофе «Нескафе Классик», широкий ассортимент кофейных смесей и другая продукция под торговой маркой «Нескафе».

В октябре 2008 года «Нестле» официально объявила о намерении инвестировать дополнительно 240 млн швейцарских франков в расширение фабрики. Инвестиции будут направлены на внедрение новой технологии производства кофе (сублимации), которая позволит наладить полный цикл производства сублимированного кофе «Нескафе Голд». Запуск нового производства позволит «Нестле Кубань» стать самым крупным кофейным производством компании в мире

\* См. терминологию, с.21



Фабрика «Россия» в Самаре – одно из трех крупнейших предприятий по производству кондитерских изделий в Европе и флагманское предприятие «Нестле» в России

Так, на предприятии по производству растворимого кофе в Тимашевске («Нестле Кубань») установлено новейшее оборудование – система дожигания отходящих газов и рукавный фильтр. Это позволило уменьшить как запахи, возникающие в процессе производства растворимого кофе, так и выбросы в атмосферу. Кроме того, там были построены передовые очистные сооружения для очистки производственных стоков. Система очистки включает в себя анаэробную аэробную очистку и отстаивание сточных вод.

На предприятии в Жуковском («Нестле Жуковский»), расположенном вблизи жилых кварталов, была установлена газоразрядно-каталитическая система очистки воздуха с использованием газоконвертора «Ятаган».

На предприятии в Самаре внедрены система очистки сточных вод, а также система мониторинга качества сточных вод.

Количество потребления энергии и воды на единицу продукции постоянно снижается. Ежегодно «Нестле Россия» выполняет цели по уменьшению потребления энергии на 3% и воды на 5% на одну тонну произведенной продукции.

Благодаря оптимизации технологических процессов уменьшается не только потребление ресурсов (воды и энергии), но и влияние на окружающую природную среду, например, прямые выбросы CO<sub>2</sub> в атмосферу.

Практически все фабрики в России (за исключением нового филиала в п. Тучково) успешно прошли аудиты в рамках программы «Нестле» CARE на соответствие внутренним требованиям и стандартам и местному законодательству в области трудового законодательства, экологии и охраны труда. Средний балл по всем 11 предприятиям очень

высокий – 89% (общий показатель по блокам трудового законодательства и SH&E), а в области SH&E он составил 79%.

В 2009 году будут проведены аудиторские проверки в региональных офисах продаж и центральном московском офисе, а в 2010 году – в дистрибьюторских центрах.

Другим важным направлением деятельности службы SH&E становится сертификация предприятий по международным стандартам ISO 14001 и OHSAS/ISO. Глобальная задача «Нестле» для предприятий – пройти сертификацию по обоим стандартам до конца 2010 года. Из 12 фабрик, принадлежащих различным бизнесам и работающим на территории России, уже сертифицированы четыре предприятия, три из которых установили системы интегрированного менеджмента в области охраны труда и экологии.



Фабрику «Нестле» «Камская» в г. Перми называют «Домом Kit Kat». Батончик Kit Kat - основной продукт из общего списка в 75 наименований продукции, производимой сейчас на пермском филиале компании «Нестле Россия»

производственные предприятия и центральный офис в Москве закончили процесс внедрения системы NQMS и успешно прошли сертификацию. NQMS включает в себя стандарты по ISO 9001, ISO 22000 и NQMS. Основой для внедрения интегрированной системы управления, которая будет включать стандарты качества, охраны труда и экологии, станет именно опыт коллег из службы качества. Интегрированная система поможет сделать процесс управления более логичным и эффективным, сохранив то хорошее, что уже было создано компанией.

Эти лидеры наших производственных филиалов – фабрики «Камская» (г. Пермь), «Россия» (г. Самара), «Домодедово» (г. Москва) – прошли сертификацию и по стандарту ISO 14001 и OHSAS 18001. Фабрика «Алтай» (г. Барнаул) сертифицирована по OHSAS 18001 и фабрика «СР» в г. Перми по стандарту ISO 14001. На 2009 год запланирована сертификация еще четырех фабрик: в Тимашевске (Краснодарский край), Вологде, Жуковском (Московская область), п. Ворсино (Калужская область) и Намангане (Республика Узбекистан).

Следующей задачей службы SH&E станет внедрение совместно со службой качества интегрированной системы управления NIMS. У наших коллег, отвечающих за качество, накоплен большой опыт внедрения интегрированных систем управления: в этом году почти все

Лаборатория экологического отдела фабрики «Нестле Кубань», г. Тимашевск



Пилотным предприятием для внедрения первой интегрированной системы управления на нашем рынке станет кондитерская фабрика в Перми. Это предприятие было выбрано не случайно: именно оно одним из первых внедрило системы управления качеством и прошло сертификацию по ISO 14001 и OHSAS.

Подразделениям «Нестле», расположенным в России, предстоит решить еще много новых задач, связанных с объединением производственных предприятий и расширением ООО «Нестле Россия». Это установление системы охраны труда в торговых представительствах, офисах и дистрибьюторских центрах компании, лицензирование опасных производственных объектов и др.



Линия по упаковке кофе на фабрике «Нестле Кубань», г. Тимашевск

## Терминология

- ISO 14001 (Environmental Management System) – система экологического менеджмента
- OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Management Systems) – системы менеджмента профессионального здоровья и безопасности
- CARE – Глобальная программа «Нестле» по определению соответствия законодательству и другим требованиям в области трудовых отношений, охраны труда и экологии
- S&HE (Safety, Health and Environment) – служба охраны труда, промышленной безопасности и охраны окружающей среды
- LTIFR (Lost time injuries frequency rate) – показатель уровня травматизма с потерей рабочего времени на 1 млн отработанных человеко-часов
- BBS (Behavior Based Safety) – безопасное поведение
- NIMS (Nestle Integrated Management System) – интегрированная система менеджмента «Нестле»
- NQMS (Nestle Quality Management System) – система менеджмента качества «Нестле»

---

## НАШИ СОТРУДНИКИ «Нестле» – ответственный работодатель

---

Успех и стабильность крупной компании во многом зависят от ее сотрудников.

---

«Успех любой компании определяется несколькими составляющими. Это продукт, который производит компания, технологии, необходимые для производства и управления бизнесом. Но самым главным остаются сотрудники и то, каким образом организована их работа.

Именно это отличает одну компанию от другой, а также является фундаментом корпоративной культуры и основным конкурентным преимуществом. Совершенствование корпоративной культуры позволяет более эффективно работать и достигать лучших результатов».

*Анна Славнова, директор по персоналу «Нестле Россия»*



## НАШИ СОТРУДНИКИ

### «Нестле» – ответственный работодатель

«Нестле» обладает сильной корпоративной культурой, в рамках которой работают свыше 280 тыс. сотрудников более чем в ста странах мира. 34,5% персонала находятся в Европе, 38,3% – в Северной и Южной Америке и 27,2% – в Азии, Океании и Африке. Примерно половина наших сотрудников работает в развивающихся странах, гражданами которых многие из них и являются. Например, только около 3% сотрудников африканских предприятий «Нестле» родились на других континентах. На фабриках и офисах «Нестле Россия» работают около 10 тыс. человек.

Успех и стабильность крупной компании во многом зависят от ее сотрудников.

Долгосрочные инвестиции в обучение дают людям возможность получить более хорошую работу и постоянно растущий доход, а с другой стороны – обеспечивают «Нестле» профессиональными кадрами. Именно поэтому вопросам развития и обучения персонала компания уделяет большое внимание.

Приоритетным принципом деятельности производственных площадок компании является безопасность труда. Все сотрудники фабрик не только проходят обязательное обучение по программе вводного инструктажа и инструктажа на рабочем месте, но также обучение «Основам безопасного поведения», что помогает сформировать устойчивую привычку, применимую не только в работе, но и в повседневной жизни.

Ежегодно проводимые в компании «недели охраны труда» позволяют закрепить полученные в этой области знания на практике, а также продемонстрировать их в ходе викторин и конкурсов. Показать свои знания могут и дети сотрудников: для них проводится конкурс рисунка «Безопасность глазами наших детей», и ни один из маленьких конкурсантов не остается без подарка.

«Дни открытых дверей», проходящие на фабриках «Нестле» в России, позволяют школьникам и взрослым познакомиться с теми достижениями, которыми по праву гордится компания. В ходе познавательных экскурсий, которые проводят сотрудники фабрик, посетители имеют возможность не только понять основы технологического процесса, но также убедиться в высоком качестве используемых ингредиентов, применяемых в производстве любимых продуктов, что в итоге формирует приверженность потребителя. Ну и конечно, ни одна экскурсия не проходит без дегустации любившихся лакомств.

Прекрасно производить качественные и вкусные продукты, еще лучше осознавать их преимущество перед аналогичной продукцией других производителей. Разобраться в полезности продукции компании помогает программа Wellness, которая в первую очередь направлена на формирование основ здорового питания. Программа охватывает все уровни сотрудников компании, а также их детей, которые с энтузиазмом приняли участие в тематическом конкурсе рисунка и получили призы за участие.





«Безопасность во всём - общая цель.»  
Награждение лучших аудиторов на фабрике «Камская»

была разработана программа GROW 2 MANAGE, направленная на развитие и совершенствование лидерских качеств и управленческих навыков. Кроме того, все участники программы смогут существенно повысить качество коммуникации как со своими сотрудниками, так и с коллегами.

Компания заинтересована в привлечении в свои ряды наиболее талантливых сотрудников, обладающих творческим потенциалом и способных развивать и приумножать накопленный столетиями опыт. С этой целью в ведущих учебных заведениях проводятся лекции для студентов, которые помогают им сделать правильный выбор будущего места работы.

Дети – наше будущее, но как порой сложно найти правильный подход к их воспитанию, особенно если учесть, как много времени мы проводим на работе. Для того чтобы помочь родителям ориентироваться в быстро меняющемся мире детских реалий и взрослой жизни, создана программа «Один мир: взрослые и дети». Сотрудники компании, имеющие детей в возрасте от одного до 16 лет, теперь имеют возможность получить рекомендации от профессионалов в области детской психологии и педагогики, применить их на практике и разобрать допущенные ошибки.

Опрос удовлетворенности сотрудников «Нестле и Я» позволил определить сильные стороны

компании, равно как и области для совершенствования. В 2007 году опрос показал, что в компании необходимо уделять больше внимания развитию менеджеров, управляющих людьми. В результате

Экскурсия  
на шоколадную фабрику «Россия»  
– лучший праздник для  
первоклассников Самары



Для выпускников вузов разработаны специальные программы стажировок по двум направлениям – маркетингу и финансам. В ходе такой программы молодые специалисты приобретают опыт и знания в области маркетинга, продаж, цепи поставок и финансов, что формирует у них полномасштабную картину взаимосвязи процессов в различных функциональных подразделениях. А по окончании двухгодичной программы компания может предложить лучшим из них постоянную работу.

#### **СПРАВЕДЛИВОЕ ОТНОШЕНИЕ К СОТРУДНИКАМ**

«Нестле» использует надежную систему управления отношениями с сотрудниками. Соответствующие принципы закреплены в Корпоративных принципах ведения бизнеса и Политике по работе с персоналом, рекомендации которых соответствуют законодательным нормам РФ. В соответствии со своей политикой мы соблюдаем законы тех стран, где мы ведем бизнес, а также конвенции Международной организации труда (МОТ), касающиеся использования детского труда и справедливого отношения к работникам.

Соблюдение «Нестле» требований местного законодательства и Корпоративных принципов ведения бизнеса компании проверяется с помощью программы независимого аудита CARE, которая охватывает такие

Менеджмент пермского филиала ООО «Нестле Россия» в г. Перми, вручение сертификата OHSAS 18001:2007 (Система менеджмента профессионального здоровья и безопасности), ноябрь 2008 года



сферы, как работа с персоналом, охрана труда, безопасность и охрана окружающей среды.

«Нестле» уважает право работников создавать представительские организации, а также присоединяться (или не присоединяться) к профсоюзам при условии того, что это право свободно реализуется. Наша политика предусматривает

Программа Wellness знакомит всех сотрудников «Нестле» с основами здорового питания. Обучение на фабрике в г. Жуковском



управление отношениями с профсоюзами в соответствии с требованиями национального законодательства и практиками, изложенными в Корпоративных принципах ведения бизнеса «Нестле». В 19 странах заключены коллективные договоры, участниками которых являются почти 40 тыс. сотрудников.

Умение выслушать точку зрения сотрудника и реагировать на нее – один из принципов компании в отношении персонала.

Во всех подразделениях «Нестле» прислушиваются к мнению работников. Компания Nespresso недавно провела глобальное независимое исследование, которое помогло получить конструктивные отзывы сотрудников по ряду вопросов. Выяснилось, что сотрудники Nespresso хотели, чтобы компания по-новому взглянула на внутрикорпоративные связи. Тогда Nespresso провела

структурированные семинары для анализа предложений сотрудников и воплощения их в жизнь. В результате были реализованы различные программы, включая встречи для обмена мнениями («необычные обеды» и ежемесячные совещания отделов).

#### **ПРОГРАММА «КУЛЬТУРА ВЫСОКИХ ДОСТИЖЕНИЙ»**

В 2007 году в компании была запущена программа «Культура высоких достижений». Она была разработана по результатам исследования удовлетворенности сотрудников, проведенного компанией Boston Consulting Group в 2006 году. В ходе исследования выяснилось, что работа в «Нестле» станет еще более привлекательной для тех, кто открыт для развития и стремится к достижению высоких результатов в работе, если в компании будет более глубокий подход к таким понятиям, как

мотивация и признание заслуг, командная работа, развитие персонала, сервисная культура и др.

Программа «Культура высоких достижений» второй год с успехом осуществляется в головном офисе компании и на некоторых фабриках. В результате улучшился внутренний климат в компании: каждый сотрудник осознает, что в «Нестле» есть условия для того, чтобы реализовать его идеи и использовать его опыт и знания, что будет способствовать достижению еще более высоких результатов.



Работа в «Нестле» – это карьера в крупнейшей международной компании, это лучшие практики и стандарты ведения бизнеса, наработанные с момента основания компании в 1866 году, это личный вклад в создание качественных и полезных продуктов питания, это профессиональные сотрудники, открытые к обмену опытом и знаниями

---

## ПИТАНИЕ, ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

---

Питание является главным направлением, в рамках которого «Нестле» создает ценности для общества.

---

«Нестле» – всемирная продовольственная компания, стремящаяся обеспечить людей продуктами питания и напитками наилучшего качества. В области создания ценностей компания «Нестле» сегодня акцентирует особое внимание на трех основных направлениях: питание, управление водными ресурсами и развитие сельских районов.

От достижений в этих областях напрямую зависят как успех в бизнесе, так и способность удовлетворить растущие потребности общества. Обеспечение пищевой ценности продукции позволило компании стать мировым лидером в области питания, здоровья и здорового образа жизни. Питание является главным направлением, в рамках которого «Нестле» создает ценности для общества; это направление также является основным источником ценностей для акционеров.



# ПИТАНИЕ, ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

## ОРИЕНТАЦИЯ НА ПИТАНИЕ, ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

С первых дней существования компании ее стратегия основывается на производстве продуктов питания, которые обеспечивают здоровье и благополучие потребителей. В последние годы «Нестле» усилила внимание к этой стратегии и стала мировым лидером в области питания, здоровья и здорового образа жизни.

В разработку и обновление своей продукции в целях повышения ее качества и питательности «Нестле» инвестирует значительные средства. Учитывая меняющиеся запросы потребителей, компания также постоянно улучшает вкус и внешний вид своей продукции, неустанно заботясь при этом о повышении ее питательной ценности.



## ВЫБОР В ПОЛЬЗУ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: «60/40+»

Стратегия «Нестле» основана на предложении продукции, которая по питательности и привлекательности для потребителя превосходит конкурентные предложения. В основе этого лежит разработанный компанией процесс тестирования «60/40+». В названии этой программы, которую Отдел здорового образа жизни (wellness) реализует во всех подразделениях «Нестле» в мире, отражены две цели: получение вкусового предпочтения по меньшей мере 60% потребителей по результатам дегустации и получение «плюса» за определение питательной



ценности. Программа направлена на постоянное улучшение вкусовых характеристик и повышение питательной ценности продуктов компании, что способствует росту доли рынка и повышению доходности.

Для обеспечения максимальной отдачи данная программа фокусируется на самых продаваемых из наших товаров. В 2007 году в рамках программы прошли тестирование продукты общей стоимостью 14,6 млрд швейцарских франков, что сделало «60/40+» самой значимой программой в пищевой промышленности (включая и производителей напитков), ориентированной на питательность. В рамках программы «60/40+» компания «Нестле Россия» усовершенствовала ряд продуктов в ассортименте «Магги». Это один из самых популярных в стране продуктов быстрого приготовления, который не содержит вредных для организма трансжирных кислот и избыточного количества соли.

Компания получает поддержку образованного 30 лет назад Совета «Нестле» по питанию, в который входят ведущие ученые-нутрициологи. Совет рассматривает проблемы, связанные с питанием; он также выступает консультантом высших руководителей компании по вопросам влияния на политики и стратегию «Нестле». В течение последних 10 лет Совет занимается исследованием диабета и детского ожирения; по его предложениям были внесены изменения в политики «Нестле», касающиеся снижения содержания трансжирных кислот, соли и сахара в продуктах, а также обогащения продуктов питания железом и другими элементами. «Нестле Россия» сотрудничает с национальным Институтом питания



Российской академии медицинских наук, специалисты которого проводят исследования, подтверждающие положительное влияние ряда продуктов «Нестле Россия» на организм человека.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ НАУКИ И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

«Нестле» использует научные достижения и технологии при разработке продукции, которая помогает улучшать работу желудочно-кишечного тракта, сохранять здоровье в пожилом возрасте и улучшать спортивные результаты:

- в начале 1990-х годов компания «Нестле» одной из первых стала использовать пробиотики – полезные бактерии, укрепляющие иммунитет;
- «Нестле» разработала технологии, позволяющие в бульонных кубиках и приправах «Магги» заместить частично гидрогенизированные жиры натуральным растительным маслом и добавить в них йодированную соль, что помогает избежать проблем с щитовидной железой и

замедленным развитием у детей;

- батончик для спортивного питания PowerBar содержит добавку, которая способна повышать физическую выносливость спортсменов, испытывающих продолжительные нагрузки;
- новая технология производства капучино позволяет получать сливочную «шапку» Nescafé Carruccino со сниженным содержанием жиров.



Исследователи и разработчики «Нестле» потратили более 10 лет на совершенствование технологии низкотемпературного замораживания (LTF), в процессе которого происходит дестабилизация частиц жира в мороженом. При этом привычный вкус и консистенция мороженого сохраняются, однако вполонину уменьшается содержание жира и на треть снижается калорийность. Технология LTF используется в таких продуктах «Нестле», как Dreyer's Slow Churned, La Laitiere, La Lechera, Haagen-Dazs и Movenpick.

### БОРЬБА С ОЖИРЕНИЕМ

Ожирение возникает, когда калории накапливаются быстрее, чем тратятся, а излишек откладывается в организме в виде жира. Одной из главных причин ожирения является чрезмерное потребление высококалорийных продуктов – например, снежков и сладких напитков.

#### Действия «Нестле»

Стратегия «Нестле» в этой области заключается в следующем:

- обновление (или предложение новых) рецептов в целях оптимизации питания, например, путем устранения трансжирных кислот или снижения содержания жира, сахара или соли;
- реализация программы «60/40+», обеспечивающей превосходство продукции компании по вкусу и питательной ценности над продукцией конкурентов;
- использование запатентованных активных ингредиентов, повышающих полезность продуктов питания;
- внедрение «Компаса правильного питания «Нестле»

(Nestlé Nutritional Compass), благодаря которому потребитель получает полную информацию о составе продуктов и может сделать обоснованный выбор;

- организация телефонных служб по работе с потребителями, где можно получить индивидуальную консультацию по вопросам питания;
- разработка специальных брендов и технологий, таких как Lean Cuisine, Jenny Craig и мороженое Slow Churned (медленно взбитое).

«Нестле» несет ответственность за то, чтобы потребитель получал богатые питательными веществами продукты вне зависимости от того,

где эти продукты продаются, и от их цены. Чтобы обеспечить доступными продуктами питания 2,8 млрд людей по всему миру, ежедневный доход которых не превышает 10 долларов США, мы возродили программу «Доступные продукты питания». Сухое молоко Ideal, продающееся в Бразилии, – лишь один из примеров создания общих ценностей для «Нестле» и для общества. В России у потребителей с низким уровнем дохода пользуются популярностью конфеты вразвес или известные бренды «Нестле», выпущенные в маленьких упаковках, такие, как какао «Несквик» в стограммовой пачке, кофе «Нескафе» в мягких



Пирамида питания – пример правильно составленного сбалансированного рациона



упаковках, а также бульоны и приправы «Магги». Под продуктами эконом-класса понимаются не дешевые в плане качества товары, а предложения, сочетающие в себе демократичную цену и высокие стандарты, что достигается за счет уменьшения веса, новых форматов и экономичных упаковок.

### ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПОДХОД К МАРКИРОВКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Хотя обсуждение лучших подходов к маркировке продуктов питания продолжается, «Нестле» еще в 2005 году внедрила компас правильного питания «Нестле» (Nestlé Nutritional Compass). Это нанесенная прямо на упаковку необходимая и понятная для потребителя информация. Благодаря этой программе маркировки, действующей во всем мире, потребители получают

миллиарды более понятных сообщений о продуктах питания. Сегодня «Компас» печатается на всей продукции компании.

В основе «Компаса» лежит информация о составе продукта, однако, помимо нее, также печатаются следующие сведения:

– *Узнайте больше:*

основная информация об ингредиентах или данные, представляющие интерес для потребителей (например, содержание жира, сахара или соли, а также железа или пищевых волокон и их воздействие на здоровье человека);

– *Возьмите на заметку:*

рекомендации о том, как получить максимальную пользу, руководствуясь правилами здорового питания и образа жизни;

Контактная информация на упаковке предоставляет доступ к 96 отделениям Службы по работе с потребителями по всему миру. Почти три четверти (73%) из 10 млн звонков, ежегодно поступающих в

Службу, – это вопросы о продукции и обращения за рецептами или советом по рациону питания. Более 40 млн потребителей по всему миру предпочитают получать информацию или рекомендации «Нестле» по электронной почте или через прямую почтовую рассылку. В 2008 году Служба по работе с потребителями «Нестле Россия» ответила на более чем 20,4 тыс. вопросов и обращений потребителей.

При разработке «Компаса» нутрициологи «Нестле» сотрудничают с различными заинтересованными сторонами, чтобы предоставляемая потребителю информация соответствовала текущим реалиям.



Можно больше узнать о «Компасе», посетив сайт <http://www.nestle.ru/health/compass/>



### ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА NQ

Еще одним ярким свидетельством нашей веры в важность вопросов питания является вовлечение сотрудников компании в глобальную образовательную программу по вопросам питания под названием Nutrition Quotient (NQ). С помощью различных модулей все сотрудники – от членов Совета директоров до рабочих – могут ознакомиться с разработками ученых Исследовательского центра «Нестле» и получить первичные знания о науке о питании – нутрициологии. Общее число участников образовательных программ «Нестле» уже превышает 10 млн человек. В «Нестле Россия» к концу 2008 года было обучено около 2,5 тыс. сотрудников.

### «КАЧЕСТВО ПРОДУКТОВ. КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»

В 2008 году началась телевизионная кампания «Полезные новости от «Нестле» для широкого круга потребителей. В основе программы лежит продвижение таких продуктов, как мороженое «48 копеек», обогащенное витаминами, «Магги на второе» для рыбы, потребление которой в России катастрофически низкое, шоколадный напиток «Несквик», дающий детям заряд энергии и обогащающий их рацион необходимыми витаминами и минералами, а также лакомство для детей – шоколадки «Несквик», на треть состоящие из молочных компонентов. В качестве ведущей кампании выступила Юлия Костюшкина – чемпионка мира по акробатике, чей пример стал убедительным свидетельством преимуществ здорового образа жизни.

Среди сотрудников «Нестле» телекампания была использована



как еще один повод напомнить об основах правильного питания – главное сообщение роликов дополнило материалы, пройденные во время NQ-тренинга для сотрудников.



## ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ – ЭТО ВКУСНО И ЛЕГКО

Здоровый образ жизни – это трудно? Зона здорового питания в магазине – невозможно?

«Нестле» с успехом ответила на эти вопросы акцией «Почувствуй вкус здоровой жизни с WellNes», которая прошла летом 2007 году в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. У каждого, кто участвовал в акции, была возможность не только попробовать продукты компании «Нестле», но и узнать все о здоровой жизни и правильном питании. В акции приняли участие такие бренды «Нестле», как «Россия – щедрая душа», «Нескафе Голд», «Nestle Fitness», «Магги», «Быстров», «Святой источник», «Coffee-mate», «48 копеек», для самых маленьких были представлены бренды «Несквик», «Помогайка» и «Нестле».

Таким образом, поход в магазин превратился из простого шопинга в

прекрасную возможность узнать все о правильном питании, попробовать здоровую пищу

и начать вести здоровый образ жизни.



## МАРШ ЗДОРОВЬЯ

В программу «Марша здоровья», в которой уже участвовали сотрудники фабрик «Россия» в Самаре, «Камская» в Перми, «Нестле Жуковский» в Жуковском Московской области, входили лекции врачей – специалистов в области питания. На лекциях рассматривались такие вопросы, как роль питания в формировании здорового образа жизни, проблемы, связанные с неправильным питанием, основные показатели здорового образа жизни. Работники

могли задать вопросы и получить ответ специалиста по вопросам питания.

После лекции сотрудники заполняли анкету, позволяющую определить уровень базовых знаний в вопросах питания. Все анкеты впоследствии участвовали в конкурсе правильных ответов, а победители получили призы.

Кроме того, для работников фабрик были проведены индивидуальные консультации. Специалисты оценивали обычный рацион их питания и уровень физической активности, а также

давали рекомендации по его коррекции. С большим интересом сотрудники отнеслись к предложению определить основные показатели здоровья: индекс массы тела, артериальное давление, состав тела, уровень холестерина и др.

«Марши здоровья» на фабриках «Нестле Россия» – первые масштабные мероприятия компании, которые прошли в ее региональных филиалах в рамках стратегии «Качество продуктов. Качество жизни».



## «НЕСТЛЕ» И ОБЩЕСТВО

Мы полагаем, что прибыль и забота о людях не просто совместимы: для того чтобы быть успешной, компании необходимо создавать дополнительные ценности для граждан тех стран, в которых она ведет свой бизнес.

Фундаментальной частью долгосрочной бизнес-стратегии «Нестле» является создание ценностей для общества наравне с созданием ценностей для компании. Следуя этой бизнес-философии, «Нестле» смогла превратиться из маленькой швейцарской компании, какой она была в 1866 году, в крупнейшую мировую корпорацию, производящую продукты питания, и в компанию – лидера в области правильного питания и здорового образа жизни.

Мы полагаем, что прибыль и забота о людях не просто совместимы: для того чтобы быть успешной, компании необходимо создавать дополнительные ценности для граждан тех стран, в которых она ведет свой бизнес. Наш вклад состоит прежде всего в том, что мы создаем питательные, полезные продукты, отвечающие критериям правильного питания и здорового образа жизни. Мы также

инвестируем в фабрики – двигатели экономического развития, чья оснащенность и условия труда отвечают последним мировым требованиям. В дополнение к этому мы стараемся оказывать благоприятное воздействие на деловую среду, следуя своим бизнес-принципам, которые полностью исключают коррупцию, и вкладывая средства в обучение персонала компании.

Наша философия – делиться знаниями и опытом с обществом и поддерживать те виды деятельности, которые соотносятся с нашими принципами. Например, программа «Разговор о правильном питании», которую проводит компания «Нестле Россия» и в которой приняли участие уже около 3 млн детей в России, – одна из 30 программ «Нестле», направленных на обучение подрастающего поколения навыкам правильного питания. Эта инициатива, возникшая

десятилетия назад, задолго до основания компании «Нестле Россия», является общей бизнес-философией по созданию репутации «Нестле» как уважаемой компании, играющей позитивную роль в жизни общества.

Компания «Нестле Россия» еще очень молода, но своими социальными инициативами она уже заслужила репутацию ответственной компании. «Нестле Россия» стремится к позитивному долгосрочному развитию, которое строится на силе наших брендов, основных бизнес-принципах и знаниях, которые будут применены во благо общества.

*Нильс Кристиансен,  
вице-президент «Нестле» С.А.  
по внешним связям*

# БОЛЕЕ ЧЕМ ВЕКОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В середине XIX века швейцарский фармацевт Генри Нестле создал революционный продукт – заменитель грудного молока, который обладал всеми питательными свойствами материнского молока, что очень важно в тех случаях, когда мать не может сама кормить своего малыша.

Со временем эта идея нашла свое продолжение в создании других высококачественных продуктов, которые благодаря своим питательным свойствам и потребительским качествам завоевали доверие

потребителей во всем мире. Это доверие всегда побуждало «Нестле» идти дальше своих коммерческих амбиций и создавать ценности не только для компании и ее акционеров, но и для общества в целом.

Социальная ответственность – это добровольные обязательства компании, естественно отражающиеся во всех сферах ее деятельности. В «Нестле» социальная ответственность компании понимается как создание общих ценностей как для акционеров компании, так и для общества в целом.

## «Нестле» и меценатство

Ценности «Нестле» продолжают жить благодаря развитию инновационных идей, которые отвечают интересам потребителей. Деятельность компании в сфере меценатства служит тому доказательством. Это одно из направлений, выбранных компанией, чтобы выразить свою ответственность и солидарность по отношению к гражданскому обществу.

«Нестле» вносит свой вклад в культурную жизнь России и способствует поддержанию великого русского искусства. С 1996 года компания является генеральным спонсором Московского симфонического оркестра – первого независимого оркестра в России, не имеющего государственной поддержки.

В мире российского театрального искусства «Нестле» известна своей поддержкой таких крупных проектов, как театральный фестиваль «Золотая маска», Международный театральный фестиваль им. А.П. Чехова, Третья Международная театральная олимпиада в Москве, а также других театральных проектов.

С 1999 года «Нестле» ежегодно выступала спонсором Международного московского кинофестиваля. В 2003 году «Нестле» стала генеральным спонсором выступлений Мариинского театра в рамках фестиваля «Звезды белых ночей», посвященного 300-летию Санкт-Петербурга. Начиная с 2007 года «Нестле» является спонсором крупнейшего музыкального события страны – Московского Пасхального фестиваля под руководством Валерия Гергиева.

Другой замечательный проект, который компания поддерживает уже третий год, – хор «Московская

оратория». Каждый концерт этого хора, состоящего из певцов-

При поддержке Правительства Москвы

Генеральный спонсор фестиваля:

Министерство культуры Российской Федерации

Спонсоры фестиваля:

Yoko Nagae Ceschina

ПАСХАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ  
ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ  
ВАЛЕРИЙ ГЕРГИЕВ

с 19 апреля по 9 мая

ПАРТЕР.RU 2580000 KONTRAMARKA.RU 933 3200

непрофессионалов, собирает полные залы. Любители хорового пения, многие из которых граждане иностранных государств, настолько заряжают зрительный зал своей энергией и любовью к пению, что уже образовался клуб поклонников «Московской оратории», которые не пропускают ни одного выступления.

«Нестле» с гордостью и удовольствием поддерживает такие интересные проекты, как фестиваль «Хочу танцевать» Центра детского народного творчества «Калинка», фестиваль детских и юношеских театральных студий «Рождественские встречи на Моховой» Санкт-Петербургского общественного благотворительного актерского фонда Николая Симонова, Московский всероссийский фестиваль школьных театров «Русская драма», конкурс современной молодежной эстрады «Майский жук» Детской школы искусств имени М.А. Балакирева, выступления Академического симфонического оркестра Самарской государственной филармонии, фестиваль документального кино «Соль земли» Поволжского общественного историко-культурного фонда (Самара) и др.

За активную благотворительную деятельность и за многолетний вклад в поддержку российского искусства компания «Нестле» в 2003 году была удостоена почетной награды «Золотая маска», а в 2004 году – почетным дипломом и памятным золотым знаком «Меценат», который был вручен компании по решению Попечительского совета фонда «Меценат».

## МОСКОВСКИЙ СИМФОНИЧЕСКИЙ ОРКЕСТР (МСО)

Компания «Нестле» уже более 10 лет является генеральным спонсором Московского симфонического оркестра – первого независимого оркестра в России, существующего без государственной поддержки. Оркестр был образован в 1989 году и сегодня по праву считается одним из лучших в стране. За дирижерским пультом МСО стояли такие замечательные мастера, как Арнольд Кац, Игорь Головчин, Сергей Стадлер. В качестве солистов с оркестром выступали выдающиеся музыканты Вадим Репин, Юрий Башмет, Виктор Третьяков, Александр Князев, Александр Рудин и многие другие. С 2000 года оркестр возглавляет заслуженный деятель искусств России, лауреат Государственной премии РФ, неоднократный обладатель премии «Дирижер года» Владимир Зива.

Свое сотрудничество с оркестром компания «Нестле» начала в 1996 году, став спонсором проекта «Музыкальные памятные даты». В то время оркестр был известен за рубежом, но практически не знаком российским любителям классической музыки. Сегодня благодаря сотрудничеству с «Нестле» МСО по праву считается одним из лучших музыкальных коллективов России, собирает полные залы и получает восторженные отзывы критики в Москве и за рубежом.

С 2003 года Московский симфонический оркестр совместно с «Нестле» и руководством музея-усадьбы «Архангельское» проводит серию летних концертов на открытом воздухе, цель которых – собрать деньги на реконструкцию усадьбы «Архангельское». Летние фестивали в усадьбе проходят с большим успехом, с каждым годом привлекая все больше и больше любителей музыки.



## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

Уже в первом издании сборника принципов управления и руководства «Нестле» (Nestle Management and Leadership Principles) была предельно четко обозначена позиция компании: «Инвестиции нашей компании должны не только работать на наше собственное благо, но и способствовать благополучию и процветанию тех стран, на территории которых мы осуществляем свою деятельность».

Проявлением приверженности «Нестле» к России и особой заботы компании о российских детях стали инвестиции в детские образовательные программы. В течение 10 лет, начиная с 1996 года, «Нестле» была генеральным

спонсором детской телевизионной передачи «Улица Сезам» – российской версии любимой во всем мире детской образовательной программы Sesame Street. Также совместно с экспертами в области возрастной физиологии компания «Нестле» разработала общенациональную школьную программу для детей младшего школьного возраста – «Разговор о правильном питании». Программа создана с учетом российских кулинарных традиций и учит детей основам правильного и здорового питания.

В марте 2009 года компания начала серию кулинарных сессий «Готовим вместе» для выпускников интернатов. Задача этих сессий – не

только научить ребят готовить вкусно и просто, но и помочь трудным подросткам в социализации и адаптации в новой для них среде. В этом проекте участвуют выпускники интернатов, волонтеры «Нестле» и преподаватели ROOF – благотворительной организации, которая совместно с «Нестле» разработала данную программу.



Кулинарная сессия «Готовим вместе». В ней участвуют выпускники интернатов, получающие дополнительное образование в благотворительной организации ROOF, и волонтеры «Нестле Россия»

## «НЕСТЛЕ» ПОДАРИЛА ДЕТЯМ «УЛИЦУ СЕЗАМ»

С 1996 по 2006 год «Нестле» была спонсором детского образовательного сериала «Улица Сезам». Это российский аналог международной образовательной программы Sesame Street, которая уже на протяжении 40 лет приносит радость миллионам детей более чем в 120 странах мира. На разных языках – английском, иврите, русском или зулу – маппеты, кукольные персонажи Sesame Street, помогают детям дошкольного и младшего школьного возраста учиться читать, считать, делиться с товарищами, вместе трудиться, уважительно относиться к разным культурам и сохранять любовь к учебе всю жизнь.

В сотрудничестве с продюсерами из разных стран мира, ведущими специалистами в области образования и компаниями



радио- и телевидения программа Sesame Workshop разрабатывает местные варианты передачи.

В октябре 1996 года состоялась премьера «Улицы Сезам» в России. В течение нескольких телевизионных сезонов российские дети вместе с героями сериала Зелибобой, Бусинкой и Кубиком осваивали полезные знания и навыки. Тепло и с юмором герои программы обсуждали со своими маленькими зрителями вопросы и проблемы, с которыми ребята могут столкнуться в повседневной жизни, учили детей проявлять уважение к окружающим их людям и интересоваться всем новым.

В программе использовались современные разработки ведущих российских педагогов и психологов, позволяющие эффективно организовать обучение дошкольников, познакомить их с

русской культурой, воспитать у них интерес к творчеству, сформировать полезные навыки.

Эта образовательная программа во всем мире продолжает доказывать снова и снова: если дети увлечены и заинтересованы, они учатся.

Спонсорская поддержка «Улицы Сезам» – одна из наиболее важных инвестиций «Нестле» в России наряду с реализацией программы «Разговор о правильном питании». Воспитывая в ребенке взаимопонимание и чувство уважения к другим людям, знакомя детей с основами здорового образа жизни и помогая им в развитии творческих способностей, «Нестле» вносит вклад в образование и здоровье российских детей, а значит – в будущее России.



## РАЗГОВОР С ДЕТЬМИ О ПРАВИЛЬНОМ ПИТАНИИ

### Программа «Разговор о правильном питании» – 10 лет в России:

- в программе приняли участие около 3 млн школьников;
- программа работает в школах 27 регионов Российской Федерации;
- инвестиции «Нестле» в программу за 10 лет превысили 150 млн рублей.

«Нестле» разработала и выступила спонсором множества общедоступных образовательных программ по всему миру, направленных на повышение понимания важности питания и физической активности для сохранения здоровья. Привычка к здоровому питанию закладывается в раннем возрасте, поэтому первоочередное внимание в этих программах уделяется детям школьного возраста.

- Франция и ЕС: реализация спонсируемой «Нестле» программы «Давайте вместе предупредим детское ожирение» в качестве пилотного проекта началась в 1992 году на севере Франции. Сегодня программа работает в десяти французских городах и нескольких других европейских странах; на ее базе была создана Сеть по профилактике детского ожирения, которую финансируют ЕС и «Нестле»;

- Швейцария и Венгрия: программа Nutrikid – это совместная инициатива Швейцарской ассоциации по вопросам питания, Nestle Alimentarium (Музея питания) и «Нестле Швейцария» и «Нестле Венгрия», в рамках которой 170 тыс. школьников получили комплекты образовательных видеоматериалов, игровых карточек и книг, посвященных теме питания;

- Бразилия: 800 тыс. детей в возрасте 5–14 лет занимаются по программе Nutrir, которая обучает добровольцев «Нестле» популяризировать вопросы питания, гигиены и здоровья с помощью игр;

- Таиланд: кампанией «Здоровые тайские дети» было охвачено 5 тыс. начальных школ.

Эти программы подробно описаны на сайте: [www.nestle.com/csv/education](http://www.nestle.com/csv/education)

Первый проект в серии инициатив, озвученных на форуме «Создавая общие ценности» в Нью-Йорке весной 2009 года – это запуск глобальной программы «Нестле» «Здоровые дети». Цель этой инициативы – до 2011 года запустить программы обучения, направленные на развитие культуры правильного питания и приобщение детей к здоровому образу жизни в тех странах, где работает компания, и где эта программа еще не реализуется. Таким образом, по завершении этого проекта программа будет работать в более чем ста странах

мира, в которых «Нестле» ведет свою деятельность. Внедрение программы поможет в решении таких актуальных на сегодняшний день проблем, как недоедание и ожирение детей, особенно школьного возраста. В настоящий момент подобные проекты уже реализуются во многих странах при поддержке «Нестле», а общая численность детей, прошедших обучение по таким программам, достигает 10 млн.



## ПРОГРАММА О ПРАВИЛЬНОМ ПИТАНИИ В РОССИИ



Осознавая важность правильного питания для поддержания хорошего здоровья и формирования здорового образа жизни детей, в 1999 году компания «Нестле» приняла решение о создании и внедрении специальной обучающей программы для детей и подростков, которая называется «Разговор о правильном питании».

Эта программа была разработана в Институте возрастной физиологии Российской академии образования. Руководитель авторского коллектива – директор института, академик Российской академии образования М.М. Безруких.

Основная цель программы – формирование у детей и подростков культуры питания как составляющей здорового образа жизни.

Внедрение и работа программы осуществляются при поддержке Министерства образования и науки

РФ, а также региональных управлений и департаментов образования. В настоящее время программа работает в 27 регионах России, ежегодно в ней принимают участие более 300 тыс. дошкольников и школьников. За годы работы проекта в нем участвовало около 3 млн детей, а компания инвестировала в программу свыше 150 млн рублей.

Программа состоит из трех модулей: для детей 6–8 лет – «Разговор о правильном питании», для детей 9–11 лет – «Две недели в лагере здоровья» и для детей 12–14 лет – «Формула правильного питания». Для каждого модуля подготовлен учебно-методический комплект, в который входят яркие красочные тетради для учащихся, методические пособия для педагогов, плакаты, а также брошюры для родителей.

Содержание программы базируется на российских

кулинарных традициях и имеет строго научное обоснование. Консультационную поддержку программе оказывает Институт питания Российской академии медицинских наук.

Программа может работать в различных типах образовательных учреждений. Сегодня в ней принимают участие не только общеобразовательные школы, но и детские сады, центры дополнительного образования, клубы и т.д. Активно используется программа в работе детских домов и интернатов. Благодаря «Разговору о правильном питании» воспитанники получают очень полезный для них опыт социализации – учатся составлять домашнее меню, накрывать стол, соблюдать правила этикета.

В рамках проекта компания «Нестле Россия» ежегодно проводит три конкурса – для педагогов, детей и семей.

Обучение по программе строится в занимательной для ребят форме. Оно отличается от традиционных уроков – это система игровых заданий, конкурсов, праздников, которые помогают ребятам легко и эффективно осваивать секреты правильного питания.

Учителя и воспитатели, участвующие в конкурсе методик, предлагают на суд жюри свои педагогические разработки и варианты организации обучения по программе. Победители из регионов приезжают в Москву на межрегиональный тур конкурса. Самые интересные идеи и предложения ежегодно публикуются в постоянно обновляющихся методических пособиях. Лауреаты межрегионального тура получают ценные призы от компании «Нестле Россия» и благодарственные письма от Министерства образования и науки РФ.

Ежегодно в июне в Москве компания «Нестле Россия» проводит межрегиональную конференцию «Воспитываем здоровое поколение». Для участия

в конференции приглашаются региональные координаторы программы «Разговор о правильном питании» – сотрудники региональных департаментов образования, а также учителя – победители конкурса методик в регионах. Основная задача конференции – обобщить наиболее эффективный опыт работы программы, обсудить проблемы, возникающие в ходе реализации «Разговора о правильном питании», определить задачи проекта на будущий год. Перед участниками конференции с лекциями, посвященными новым направлениям научных исследований, выступают ведущие специалисты в области возрастной физиологии, диетологии, педагогики. В рамках конференции организуется встреча участников с известными актерами, писателями, певцами.

Результаты 10-летней работы программы «Разговор о правильном питании» убедительно



подтверждают ее эффективность. Исследования, которые проводятся в регионах, свидетельствуют о том, что участие в проекте действительно позволяет школьникам осваивать полезные навыки и знания, связанные с питанием. Дети начинают соблюдать режим питания, правила гигиены, при выборе блюд и продуктов отдают предпочтение более полезным для здоровья и т.д.

Более 70% родителей отмечают, что благодаря программе изменился рацион питания семьи в целом. Взрослые стали уделять больше внимание этой проблеме, чаще включать в меню полезные блюда, следить за регулярностью питания.

Результаты работы проекта позволили Министерству образования и науки РФ рекомендовать всем региональным структурам управления образованием России использовать опыт программы «Нестле» «Разговор о правильном питании» в работе, связанной с укреплением здоровья подрастающего поколения.



## КРЕПКОЕ ПАРТНЕРСТВО

«Нестле Россия» поддерживает известные общенациональные и региональные благотворительные организации с безупречной репутацией, направление деятельности которых соответствует принципам деятельности компании.

«Нестле» видит свою задачу в том, чтобы развивать в России инициативную и эффективную благотворительность и не хотела бы сводить свою деятельность в этой сфере к простой раздаче продукции и оказанию финансовой помощи. Поэтому из всех видов благотворительной помощи «Нестле» выделила в отдельные направления помощь благотворительным организациям, которые ведут проекты по работе с детьми (реабилитация, развитие различных навыков), инвалидами и людьми престарелого возраста.

Среди крупных долгосрочных проектов – совместная работа с

«САМЮ Сосьяль Москва»\* и экологические и спортивные программы для детей Клуба «Приключение» Дмитрия и Матвея Шпаро.

### «САМЮ СОСЬЯЛЬ МОСКВА\*»

Более шести лет «Нестле» сотрудничает с некоммерческим благотворительным Фондом экстренной помощи детям улиц «САМЮ Сосьяль Москва»\*, предоставляя продукты питания и помогая в организации фандрайзинговых концертов. Ежедневно с 8 часов вечера до 12 часов ночи мобильные бригады в составе водителя-охранника, врача-консультанта и психолога на специально оборудованном

---

*\* SAMU – сокращение от французского Service Ambulatoire Medical d'Urgence – «Передвижная служба срочной медицинской помощи». Сосьяль – в переводе с французского «социальная». Вместе получается «Срочная социальная и медицинская помощь».*

автомобиле выезжают на улицы Москвы, чтобы предложить медицинскую и психологическую помощь детям улиц, а то и просто покормить их и поговорить с ними. «САМЮ Сосьяль Москва» дает консультации по вопросам здоровья, в случае острой необходимости организует госпитализацию, консультирует по вопросам оформления или восстановления документов и предлагает посильную помощь в налаживании социальных контактов. Зачастую бригада «САМЮ» – единственные взрослые, к которым уличные подростки обращаются за помощью и советом. Представители «САМЮ» ищут возможность радикально изменить судьбу ребенка, если у него возникает такое желание. Уважение личности ребенка или подростка и его прав, в какой бы ситуации он ни находился, – основа подхода «САМЮ».

### КЛУБ «ПРИКЛЮЧЕНИЕ» ДМИТРИЯ И МАТВЕЯ ШПАРО

Сотрудничество «Нестле» с благотворительным оздоровительным фондом Клуб «Приключение» Дмитрия и Матвея Шпаро началось в 1998 году. «Нестле» поддержала замечательную детскую экспедицию на высочайшую вершину Европы – гору Эльбрус, которую Клуб «Приключение» организовал, чтобы очистить склоны горы от мусора. «Нестле» учредила приз «Лучшему сборщику мусора».

В 2000 году при содействии «Нестле» Клуб «Приключение» открыл в Карелии детский оздоровительный экологический





лагерь «Большое приключение», который принял в тот год 100 детей, проявивших себя по месту жительства в практической экологической работе. Среди них были глухие дети из Зеленограда. «Нестле» предоставляла продукцию питания в период становления лагеря в 2000–2003 годах. Лагерь рос и количественно, и

качественно. В 2007 году Клуб «Приключение» получил Гран-при Всероссийского конкурса научно-методических материалов по организации отдыха и оздоровления детей. В 2008 году в лагере побывало 2,5 тыс. детей, 1,8 тыс. из них – это дети из семей, требующих социальной защиты, из детских домов, из московских



приютов; 500 детей из коррекционных школ Москвы, Мордовии, Чувашии, Карелии, Ленинградской и Ярославской областей. «Нестле» обеспечивает питанием детей во время проезда из Москвы в лагерь и обратно.

В 2005 году «Нестле» поддержала грандиозное мероприятие, которое Клуб «Приключение» проводил совместно с Федерацией легкой атлетики России, – российско-британскую эстафету «Великий Русский путь» из Владивостока в Санкт-Петербург. «Помощь в обеспечении питания спортсменов, пробежавших ежедневно десятки километров, лакомства для мальчишек и девчонок, которые встречали официальных участников эстафеты по всей России – так неожиданно продуктивно и весело пригодилась превосходная продукция «Нестле», в первую очередь сладкие батончики «Шок», – говорит руководитель Клуба Дмитрий Шпаро.

В 2008 году компания предоставила подарки для всех участников традиционного (18-го по счету) вечера Клуба «Приключение» для московских инвалидов, в котором приняло участие 750 человек.

Очередной содержательной страницей в 11-летней истории отношений Клуба «Приключение» и «Нестле» стала новая программа в Карелии «Дети путешествуют с собаками». Неимоверный энтузиазм детворы, 13–17-летних подростков вызывают летние походы с собаками: каждый ребенок пристегивает к поясу поводок собаки, ребенок несет рюкзак, определенную поклажу несет собака, путешественник заботится о своем четвероногом друге (всего в группе 10 детей и два инструктора). В зимних походах

дети похожи на покорителей полюса: идут на лыжах, есть и собачьи упряжки. С октября 2008 года Клуб «Приключение» получает корм для своих 38 собак. «Корм пришелся нашим собакам по вкусу – они сильны и красивы, – говорит Дмитрий Шпаро. – Стоит сказать, что с 2007 года лагерь стал всесезонным, и зимой 2007 – 2008 года, и нынешней зимой лагерь принял 600 детей из московских коррекционных школ в соответствии с целевой городской программой интеграции и реабилитации молодых инвалидов. Мы все хорошо теперь понимаем, что нашли просто великолепную форму социальной и психологической реабилитации детей-инвалидов, на которых триада – природа, путешествие, собаки – действует самым наилучшим образом. Таким образом, «Нестле» участвует в абсолютно новаторской педагогической программе «Большое приключение» в Карелии, которая направлена на развитие, воспитание, оздоровление детей в возрасте 13–17 лет, в том числе детей, попавших в трудную жизненную ситуацию, и детей-инвалидов. Надеемся, что наше сотрудничество с «Нестле» будет продолжаться и дальше».

«Объект сдан!»  
Интернат № 80 готов к возвращению ребят после летних каникул  
(Благотворительная акция сотрудников «Нестле Россия» в июне 2008 года)

## КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО

Вовлечение в добровольческую деятельность как можно большего числа сотрудников компании – одна из задач последнего времени. Волонтерство стало особенно актуально в период кризиса, когда финансирование благотворительных организаций существенно сократилось. Сотрудники «Нестле» во всем мире участвуют в различных добровольческих программах. В некоторых странах это крупные долгосрочные программы (Nutrir), в других – «день волонтеров» или пожертвования со стороны сотрудников на определенные программы. В «Нестле Россия» корпоративное волонтерство зародилось недавно, но, по откликам первых волонтеров, несомненно, набирает силу.

«Наш первый опыт в Москве заключался в благоустройстве территории интерната № 80 г. Москвы и дома ребенка во Фрязино. Можно считать актом доброй воли и покупку подарков

для акции «Елка ангелов», которую «Нестле» провела совместно с «Армией спасения» в декабре 2008 года. Эта акция показала, что добрых людей в «Нестле» немало. Может быть, не все могут поехать в выходные на волонтерские работы, но очень многие могут что-то купить или пожертвовать и делают это с большим желанием. Я знаю, что ряд сотрудников «Нестле» уже давно самостоятельно, без помощи и призывов компании, участвуют в волонтерских акциях, и хотелось, чтобы таких людей стало больше. На корпоративном уровне мы планируем организовать день донора вместе с фондом «Подари жизнь» и работу в детских домах и постараемся зажечь своим энтузиазмом всех наших сотрудников – ведь сейчас и дети, и пожилые люди нуждаются в помощи», – говорит менеджер по КСО ООО «Нестле Россия» Ольга Прохода.



## «ЕЛКА АНГЕЛОВ»

Новогодний праздник 2009 года, несомненно, запомнится детям – участникам акции «Елка ангелов» (Angel tree) как один из самых счастливых. Эта акция стала возможной благодаря сотрудникам «Нестле», которые купили подарки для детей, и благотворительной организации «Армии спасения», офицеры которой провели всю подготовительную работу и доставили подарки детям. Обычно дети из детских домов получают на праздник одинаковые подарки. В этот раз каждый из них мог высказать свою заветную мечту. Все их пожелания были занесены в списки и на карточки с изображением ангела, которые подготовила «Армия спасения».

Акция была адресована детям-инвалидам из благотворительной организации «Мария +», ребятам, которые во время Нового года и

Рождества находились на лечении в Реанимационно – хирургическом корпусе (больница Рошаля), и воспитанникам интерната № 4 г. Москвы. У них были самые разные новогодние пожелания: от настольных игр до мобильных телефонов и предметов одежды. Офицеры «Армии спасения» обратились к «Нестле» с просьбой купить подарки и нашли самый горячий отклик. Карточки с «ангелочками» разошлись в один миг, и уже через день офис департамента корпоративных вопросов, где собирали подарки, был заполнен коробками с бантами и праздничными пакетами. Всего в акции приняли участие около 200 сотрудников «Нестле», некоторые из них купили по 3 – 4 подарка.

«Елка ангелов» – акция, которую «Армия спасения» проводит во всем мире уже 30 лет. В России она была проведена впервые, и «Нестле» стала первой компанией в России, поддержавшей эту акцию.



Подарки для детей из интерната №4

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

13 июля 2007 года экспедиция «Нестле Россия», в которую входило 17 человек – членов правления компании, покорила высочайшую гору России и Европы – Эльбрус. Безусловно, совместное покорение вершины способствует укреплению командного духа и сплочению, однако инициатива руководства «Нестле» имела еще и вполне конкретную задачу – помочь тем, кто в этом нуждается, а именно, собрать деньги для детских домов и детских программ в тех регионах, где расположены фабрики «Нестле».

Уже на стадии планирования восхождения руководство компании обратилось к партнерам с открытым письмом, в котором призвало оказать спонсорскую поддержку акции и помочь тем, кто еще далек от благополучия. Эта инициатива получила живой отклик не только в сердцах непосредственных участников экспедиции, но и у представителей многих российских и иностранных компаний, таких как ООО «Краун Корт Кубань», ООО «Энерго», ООО «Диалит», ООО «Фрегат-С», компания «Уайт энд Кейс ЛЛК» (США), ЗАО «Внешнеторговая фирма «Фудлайн», ООО «Кондитер Фуд», ООО «Эсорт Сервис», ООО «Публисис Юнайтед», ООО «ДЛА Пайпер Рус Лимитед» (Великобритания). Все они выделили средства, благодаря которым стало возможным осуществить ряд благотворительных проектов в тех российских регионах, где находятся фабрики «Нестле».

Размер грантового фонда составил более 700 тыс. рублей. Получателей средств отбирал



Восхождение на Эльбрус команды «Нестле Россия» продолжалось 10 дней – с 6 по 16 июля 2007 года. Состав команды был интернациональным – в восхождении приняли участие представители России, Франции, Бельгии, Швейцарии, Германии, Великобритании, США и Канады. За время экспедиции участники совершили подъем на гору Чегет (3300 м), достигли ледниковых озер (3350 м), прошли несколько тренировок в горных приютах «Бочки» (3450 м) и «Приют 11» (4200 м) и на седьмой день восхождения после почти 9-часового штурма покорили Эльбрус.

экспертный совет, сформированный «Нестле Россия» совместно с Российским представительством Британского благотворительного фонда CAF Россия, которое также участвовало в передаче собранных средств детским учреждениям. Детские учреждения выбирали в четырех регионах: в Самарской области и в Алтайском, Краснодарском и Пермском краях. А победителями закрытого конкурса «Восхождение на Эльбрус» стали девять проектов, ориентированных на детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. На выделенные средства было приобретено различное оборудование для развития и досуга – от спортивного и игрового до профессионального. Многие из организованных и проведенных мероприятий положили начало новым программам помощи детям и социальной адаптации.

Так трудный путь до вершины оказался кратчайшим путем к решению проблем тех, кто нуждается в реальной помощи.

«Нестле» благодарит своих партнеров в осуществлении этой акции.

#### **Программы – победители конкурса:**

1. МОУ для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, «Детский дом № 1», Алтайский край, г. Рубцовск, проект «Сенсорная комната – не роскошь, а необходимость»
2. МОУ для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, «Детский дом № 2», Алтайский край, г. Рубцовск, проект «Спорт – детям!»
3. МОУ «Специальная (коррекционная) образовательная школа – интернат VIII вида № 1», Алтайский край, г. Рубцовск, проект «Умные руки – достойная жизнь»
4. Чайковская местная общественная организация «Совет замещающих семей «Данко», Пермский край, проект «Здравствуй, дедушка Мороз!!!»
5. Ассоциация образовательных учреждений Пермского края для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, «Возрождение», проект «Мы любим спорт!»
6. Краснодарская городская общественная благотворительная организация «ОДА», г. Краснодар, проект «Доступность образования – шаг к независимой жизни»
7. Фонд помощи детям-инвалидам «НАДЕЖДА», г. Краснодар, проект «Жизнь и спорт для всех»
8. ГОУ для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (специальный (коррекционный) детский дом для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и с отклонениями в развитии), г. Сызрань, Самарская область, проект «Спортивный серпантин»
9. Самарская общественная организация инвалидов-колясочников «Ассоциация «Десница», г. Самара, проект «ФотоРадуга»

## ФАБРИКИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

13 предприятий «Нестле», расположенные в таких городах, как Тимашевск (Краснодарский Край), Жуковский (Московская область), Барнаул, Пермь, Самара, Вологда, а также в поселке Ворсино Калужской области, производят кондитерскую продукцию, кофе и напитки, детское питание, сухие завтраки, каши быстрого приготовления, минеральную воду и корма для домашних животных. Инвестиции в модернизацию производств, обучение персонала за 12 лет деятельности компании на российском рынке составили более 800 млн долларов США. Помимо этих инвестиций, «Нестле» осуществляет существенный вклад в развитие региональных социальных программ в области образования, поддержки культуры и продвижения здорового образа жизни. Активные шаги благотворительности компании заметны во всех регионах, где компания ведет свою деятельность. Действуя в соответствии со стратегией компании по созданию общих ценностей не только для акционеров, но и для общества, «Нестле» совместно с администрацией районов воплощает в жизнь проекты, имеющие своей задачей создание ценностей для жителей того или иного региона. В этом компании помогает ряд благотворительных организаций в Москве и регионах, с которыми «Нестле» уже на протяжении нескольких лет осуществляет различные благотворительные проекты, руководствуясь своим девизом «Нестле: сделаем жизнь лучше!».



На празднике в Краснодаре в 2008 году, посвященном Году семьи, чествовали журналистские семьи и семьи, ставшие героями публикаций местных СМИ



Шоколадное приключение для детей Самары.

## «Я – ГРАЖДАНИН»

Уже более трех лет в рамках программы «Я – гражданин» сотрудники «Нестле Кубань» оказывают адресную помощь 200 семьям, проживающим в Тимашевском районе. В первую очередь это семьи ветеранов и инвалидов Великой Отечественной войны, многодетные семьи. «Нестле Кубань» поддерживает различные мероприятия для инвалидов, организуемые Тимашевским районным обществом инвалидов. Благодаря помощи компании летом 2007 года 28 инвалидов смогли осуществить однодневную поездку на черноморское побережье. С июня 2007 года 500 малообеспеченных семей Тимашевского района получают бесплатную подписку на районную газету «Знамя труда».



Визит сотрудников «Нестле Кубань» к малообеспеченным жителям Тимашевского района в рамках программы «Я – гражданин»

## «СОГРЕЕМ ДЕТСКИЕ СЕРДЦА»

Общественная благотворительная акция «Согреем детские сердца» проходит на Кубани с 2002 года по инициативе губернатора Краснодарского края Александра Ткачева. Акция направлена на помощь детям из многодетных и малообеспеченных семей, воспитанникам коррекционных школ и школ-интернатов, детям погибших военнослужащих. В Краснодарском крае такие благотворительные акции проводятся дважды в год. Компания «Нестле Кубань» является одним из самых активных партнеров этого проекта в Тимашевском районе. Участие и помощь со стороны компании помогает детишкам гармонично

развиваться, ощущать тепло и заботу окружающих людей. Перед началом учебного 2008 года компания «Нестле Кубань» в ходе акции «Согреем детские сердца» подарила более 50 именных сертификатов на покупку одежды, обуви и письменных принадлежностей для школьников из малообеспеченных семей Тимашевского района. «Наше долгосрочное партнерство с компанией помогает более эффективно решать многие социальные вопросы в районе», – отмечает начальник отдела по вопросам семьи и детства Муниципального образования Тимашевский район Анатолий Нестеров.



Мы ценим и признательны нашим партнерам в России за сотрудничество в рамках осуществления социальных программ:

**В области поддержки культуры:**

1. Московский симфонический оркестр
2. Мариинский театр – Московский Пасхальный фестиваль под управлением В. Гергиева
3. Хор «Московская оратория»
4. Центр детского народного творчества «Калинка»
5. Санкт-Петербургский общественный Благотворительный актерский фонд Николая Симонова
6. Театральный музей им. А.А. Бахрушина – Бахрушинский благотворительный фестиваль
7. Детская школа искусств имени М.А. Балакирева
8. Академический симфонический оркестр Самарской государственной филармонии
9. СГОФ «Поволжский общественный историко-культурный фонд» – фестиваль документального кино «Соль земли»
10. Московский всероссийский фестиваль школьных театров «Русская драма»

**В области поддержки детских образовательных и спортивных программ:**

1. Благотворительный оздоровительный фонд «Клуб «Приключение» Дмитрия и Матвея Шпаро
2. Детский театр студия исторического костюма «Натали»
3. Благотворительный фонд ROOF
4. Региональный общественный благотворительный фонд «Таганский детский фонд»
5. Фонд «Участие»
6. Детский реабилитационный центр «Вдохновение»
7. Санкт-Петербургский общественный фонд поддержки скаутских и пионерских отрядных движений «Крылатый единорог»
8. Благотворительный фонд «Большая перемена»
9. Региональный благотворительный фонд «Страна детства»
10. Краевой социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Солнышко» (Барнаул)
11. Самарская областная федерация конного спорта
12. Лига социального партнерства

**В области поддержки детей-инвалидов и инвалидов с детства**

1. Ассоциация «Даун Синдром»
2. Благотворительный фонд «Даунсайд Ап»
3. Центр внешкольной работы «Раменки»
4. Межрегиональная общественная организация инвалидов «Пилигрим»
5. Всероссийское общество инвалидов – «Бирюлево-Восточное»
6. Ассоциация молодых инвалидов России «Аппарель»
7. Региональная общественная организация по развитию художественных способностей детей-сирот и детей-инвалидов «Дети Марии»
8. Региональная общественная организация инвалидов «Перспектива»
9. Центр инвалидов «Пеленг»
10. ГУ СО КК «Медведовский психоневрологический интернат» (Тимашевск)
11. ГУ СО КК «Тимашевский дом-интернат для престарелых и инвалидов»
12. Управление социальной защиты населения в Тимашевском районе
13. Тимашевская районная организация ККОООО Всероссийское общество инвалидов
14. ГУ «Реабилитационный центр для детей и подростков с ограниченными возможностями» (Самара)
15. Кировская районная общественная организация Всероссийского общества инвалидов (Самара)
16. Муниципальное специальное (коррекционное) образовательное учреждение для воспитанников с отклонениями в развитии (слабослышащих и позднооглохших) – школа-интернат № 117 (Самара)
17. Пермское региональное отделение общероссийской общественной организации инвалидов – "Поддержка президентских программ по делам инвалидов"
18. Пермская краевая федерация физической культуры, спорта и творчества инвалидов

Формат данного издания, к сожалению, не позволяет перечислить всех, кому компания «Нестле» на протяжении 12 лет своей деятельности в России оказывала помощь и поддержку в проведении той или иной благотворительной акции. В этом отчете мы постарались обобщить основные направления деятельности компании «Нестле Россия» в области социальных и гуманитарных программ. Это – питание, здоровье, здоровый образ жизни, благосостояние детей и молодежи, помощь пожилым и инвалидам, взносы, диктуемые местными нуждами.

Выбор приоритетных областей является частью общей стратегии компании и повышает ценность наших знаний, опыта и заботы о гуманитарных вопросах. Мы благодарим наших партнеров – фонды CAF Россия, «Здесь и сейчас», «Подари жизнь», «United Way», «Partners in Hope», «Армия спасения» и многие другие за предоставление экспертизы в проведении благотворительных программ.

## Поддержка принципов Глобального договора ООН и Целей развития тысячелетия

Компания «Нестле» обеспечивает соблюдение высоких этических норм во всех своих подразделениях путем строжайшего соблюдения «Принципов деятельности», регулирующих деловую активность и взаимоотношения компании по всему миру в сфере ее интересов. В них закреплено, как основополагающие идеи честности и уважения к людям и окружающей среде должны отражаться во всех наших действиях в бизнесе. В рамках непрерывной эволюции этих принципов в 2002 году в этот документ были включены 10 принципов Глобального договора ООН, касающиеся прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и борьбы с коррупцией.

«Нестле» официально поддерживает Глобальный договор ООН и его 10 принципов, разработанные по инициативе Генерального секретаря ООН Кофи Аннана. Глобальный договор призывает компании принять, поддержать и реализовать в сфере своих интересов совокупность основных универсальных ценностей в области прав человека, трудовых отношений и сохранения окружающей среды.

Принципы Глобального договора ООН	Некоторые примеры действий «Нестле»	Цели развития тысячелетия ООН
Принципы, относящиеся к правам человека	Расширение участия в Международном соглашении по какао и специальных проектах «Нестле» по какао в Западной Африке	1. Ликвидация нищеты и голода
Принципы, относящиеся к трудовым отношениям	Программа независимого аудита CARE покрывает все аспекты работы с персоналом, вопросы охраны труда и безопасности, а также охраны окружающей среды	2. Обеспечение всеобщего начального образования
Принципы, относящиеся к охране окружающей среды	Снижение потребления воды и оказание влияния на поставщиков с тем, чтобы они также бережно относились к воде; повышение эффективности использования электроэнергии и снижение выбросов парниковых газов; оптимизация количества упаковочных материалов и использование упаковки, не наносящей вред окружающей среде; основатель Глобального договора CEO по использованию воды под эгидой ООН	3. Поощрение равенства мужчин и женщин и расширение прав и возможностей женщин
Принципы, относящиеся к борьбе с коррупцией	Принятие Кодекса делового поведения «Нестле»	4. Сокращение детской смертности
		5. Улучшение охраны материнства
		6. Борьба с ВИЧ/СПИДом, малярией и другими болезнями
		7. Обеспечение устойчивого развития окружающей среды
		8. Формирование глобального партнерства в целях развития

В этой таблице представлены лишь несколько примеров действий, предпринятых «Нестле» в 2007 году в рамках выполнения обязательств участника Глобального договора ООН. Более подробная информация на сайте [www.nestle.com/csv/downloads](http://www.nestle.com/csv/downloads)

«Нестле» поддерживает Цели развития тысячелетия ООН. Компания ведет более 120 проектов и программ по всему миру, непосредственно связанных с Целями развития тысячелетия. Мы полагаем, что реализовав эти задачи с помощью партнерств, призванных решать локальные проблемы и использовать местные знания и возможности, можно добиться устойчивых положительных изменений. Создавая общие ценности для себя и для общества, «Нестле» вносит особый вклад в достижение Целей развития тысячелетия.

---

## **Социальный отчет ООО «Нестле Россия»**

Отчет подготовлен отделом корпоративных вопросов и коммуникаций

ООО «Нестле Россия»

Москва, 115054, Павелецкая площадь, д 2, стр. 1

Июнь 2009 г.

Дизайн, препресс и печать

ООО «Принт-Сервис»



**Nestlé**