



Nestlé in het kort

Nestlé is het grootste voedingsmiddelenbedrijf ter wereld en leider op het gebied van **Nutrition, Health & Wellness**. De huidige CEO van Nestlé, **Paul Bulcke**, komt oorspronkelijk uit België. Het hoofdkantoor bevindt zich in het Zwitserse Vevey, waar Henri Nestlé het bedrijf in **1866** oprichtte.



Meer dan **339.000 medewerkers** wereldwijd.



85,5 miljard euro omzet wereldwijd in 2014.



Gevestigd in **bijna alle landen in de wereld** en in elk land verkrijgbaar.



Elke dag worden er **1 miljard Nestlé-producten** verkocht.



Nestlé is wereldwijd de grootste in Research & Development op het gebied van voeding. **Zo'n 5.200 specialisten** werken continu aan betere en innovatieve producten, bijvoorbeeld door middel van zoutreductie, alternatieven voor suiker en vet.

Wereldwijd produceert Nestlé duizenden verschillende producten. Bekende merken in Nederland zijn onder andere:

Nescafé, Maggi, chocolade zoals **KitKat** en **Bros**, Nestlé-babyvoeding zoals **Nestlé PyjamaPapje**, water waaronder **San Pellegrino** en **Vittel** en Nestlé Purina Petcare met merken als **Felix, Bonzo** en **Purina One**. Met onze missie Good Food, Good Life streven wij ernaar om producten van hoge kwaliteit te maken. Producten voor verschillende momenten van de dag en voor jong en oud. Producten waar mensen van kunnen genieten.

Nestlé in Nederland

Het Nederlandse hoofdkantoor is gevestigd in Amstelveen. Daarnaast heeft Nestlé een fabriek in Nunspeet die babyvoeding produceert voor de Nederlandse en Europese markt.



In Nederland telt Nestlé ongeveer **900 medewerkers**.



Omzet Nestlé Nederland in 2014: **505 miljoen euro**.



CEO Nederland is **Marc-Aurel Boersch**.

Doel en strategie

Nestlé wil erkend wereldleider zijn op het gebied van voeding, gezondheid en welzijn, een betrouwbaar merk en een referentiepunt voor financiële prestaties binnen de branche.

Leiderschap gaat niet alleen over grootte. Het gaat erom hoe je je als bedrijf gedraagt en welk vertrouwen je geniet bij consumenten en andere stakeholders. Hun vertrouwen verdienen we alleen door telkens opnieuw onze beloften waar te maken. Onze ambities komen samen in de missie Good Food, Good Life.

Nestlé opereert volgens het **Creating Shared Value**-principe. Wij zijn van mening dat we op lange termijn alleen waarde kunnen creëren voor onze aandeelhouders als we dat ook doen voor de hele keten en de gemeenschap waarbinnen we werkzaam zijn.



Nestlé Roadmap

De Nestlé Roadmap biedt focus en structuur bij beslissingen over de koers van het bedrijf, zowel strategisch als financieel, zowel op korte als op lange termijn. De Roadmap beslaat drie kerngebieden:

Concurrentievoordelen:

- Grootste product- en merkportfolio
- Grootste R&D-capaciteit
- Wereldwijd vertegenwoordigd
- De mensen, de cultuur en onze waarden

Groeidrijvers:

- Nutrition, Health & Wellness*
- Opkomende markten en Popularly Positioned Products (PPP)**
- Out-of-home
- Meer premiumproducten

Operationele pijlers:

- Innovatie en renovatie van producten
- Producten voor ieder moment, overal verkrijgbaar
- Betrokkenheid van consumenten
- Efficiëntie in de keten

Nestlé is het grootste voedingsmiddelenbedrijf ter wereld. Goede producten, een sterke R&D, brede geografische aanwezigheid, een ondernemende geest, geweldige mensen en sterke waarden vormen de motor achter het bedrijf.

Elk van deze vier gebieden biedt perspectieven voor groei. Je vindt ze in al onze categorieën en overal in de wereld.

* Al onze activiteiten worden gedreven door Nutrition, Health & Wellness, gericht op het bieden van producten met de beste voedingswaarde.

** Voor consumenten met een lager inkomen of beperktere toegang tot voedzame levensmiddelen ontwikkelt Nestlé Popularly Positioned Products: producten met een hogere voedingswaarde tegen lagere prijzen.

Deze vier kerncompetenties stimuleren productontwikkeling, vernieuwing en kwaliteit, operationele prestaties, interactieve relaties met consumenten en andere belanghebbenden, en differentiatie van onze concurrenten.



Nestlé in Nederland – een lokale speler

Nestlé Nederland, gevestigd in Amstelveen, heeft als hoofdactiviteiten de productie, de invoer en de verkoop van voedingsproducten in Nederland, waaronder **Maggi, Nescafé, Nescafé Dolce Gusto, Nesquik** en verschillende chocoladeproducten als **KitKat, Bros, Lion** en **Smarties**.

Daarnaast zijn er nog negen andere entiteiten van de Nestlé-groep actief in Nederland:

- Nespresso (espressokoffie en -machines)
- Nestlé Purina Petcare (diervoeding)
- Nestlé HealthCare Nutrition (medische voeding)
- Nestlé Infant Nutrition (babyvoeding)
- Wagner (diepvriespizzas)
- Nestlé Professional (**Nescafé, Chef** en **Maggi** voor grootverbruik)
- Tivall (vleesvervangers)

Innovatie en renovatie

Nestlé is de grootste R&D-organisatie op het gebied van voeding ter wereld. Specialisten zijn continu bezig producten te innoveren en te verbeteren. Denk daarbij bijvoorbeeld aan zoutreductie, alternatieven voor suiker en vet.

Voor de ontwikkeling van onze producten baseren wij ons op wetenschappelijk onderzoek. Er werken **5.200 medewerkers** (70 nationaliteiten) in **34 R&D-centra** over de hele wereld (3 wetenschappelijke en onderzoekscentra en 31 product- en technologiecentra). Jaarlijks investeert Nestlé **meer dan 1 miljard euro in R&D**.

Nestlé Research Center

De 21e eeuw confronteert ons met heel wat uitdagingen ten aanzien van levensbehoeften. Voeding heeft een fundamentele plaats in dit debat.

- De wereldbevolking groeit snel.
- De mens leeft langer.
- De gewoonten veranderen.
- Voedingsbehoeften evolueren.

Voeding staat synoniem voor leven, op ieder moment van de dag en van jong tot oud. 25 jaar geleden creëerde Nestlé een nieuw centrum voor fundamenteel onderzoek: het **Nestlé Research Center**. Wereldwijd is dit het grootste privé-instituut dat onderzoek doet naar voedsel en voeding. Dit centrum, dat werd opgericht in 1987, is

Publicatie van cijfers

Nestlé publiceert naast de jaarcijfers (februari) ieder kwartaal haar behaalde resultaten en doelstellingen.

Cijfers 2014 - Nestlé Nederland

- Omzet: 505 miljoen euro
- Nationale omzet: 289 miljoen euro
- Internationale omzet: 122 miljoen euro
- Investerings: 16 miljoen euro
- Eén fabriek in Nunspeet

Creating Shared Value

Leiderschap en vertrouwen kunnen we alleen bereiken wanneer we blijven voldoen aan de verwachtingen: van consumenten wier dagelijkse keuzes onze prestaties beïnvloeden, van onze aandeelhouders, van de gemeenschappen waarin wij actief zijn en van de maatschappij als geheel. Wij zien maar één manier waarop we duurzame waarde kunnen creëren voor onze aandeelhouders: wanneer ons gedrag, strategieën en ondernemingen ook waarde creëren voor de maatschappij waarin wij werken, voor onze businesspartners en natuurlijk voor onze consumenten. Dit noemen wij **Creating Shared Value**.

Wij investeren in de toekomst voor **financiële en ecologische duurzaamheid**: in capaciteit, technologieën, mogelijkheden, mensen, merken en R&D. Het is ons doel te voldoen aan de huidige behoeften, zonder een impact te hebben op het vermogen van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien. Dit doen wij op een manier die zal zorgen voor winstgevend groei op lange termijn, jaar na jaar, en een hoog rendement voor onze aandeelhouders en de maatschappij als geheel.

Onze prestaties

In Europa heeft Nestlé:



meer dan **100.000 WERKNEMERS**
(28,4% van het hele personeel wereldwijd)



153 FABRIEKEN



16 R&D-CENTRA

De Nederlandse organisatie is vooral gericht op Marketing & Sales. Overal ter wereld hanteert Nestlé een lokale marketingbenadering. Producten worden ontwikkeld of aangepast volgens de behoeften van de lokale consument.

Nestlé Needs YOUTH

Door de huidige economische crisis groeien de werkloosheidscijfers onder jongeren in Europa. Volgens Nestlé is de aanpak van dit probleem niet alleen de verantwoordelijkheid van de overheid, maar moet ook het bedrijfsleven een steentje bijdragen. In 2013



heeft Nestlé het **Nestlé Needs YOUTH**-initiatief aangekondigd waarmee duizenden kansen worden gecreëerd voor Europese jongeren onder de 30 jaar. In Nederland helpt Nestlé in de periode 2013-2016 300 jongeren aan een baan of stageplek.

Met Nestlé Needs YOUTH richten wij ons op de volgende pijlers:

1. Get Skilled & Hired

Nestlé investeert in het creëren van kansen door middel van bijvoorbeeld banen, stage- en leerplekken. Door het jaar heen biedt Nestlé stage- en leerplekken op verschillende afdelingen binnen alle Nestlé-ondernemingen in Nederland. Daarnaast investeren wij in samenwerkingsverbanden met scholen en universiteiten en in de North-South Alliance, waarmee jongeren uit Zuid-Europa de kans krijgen in Nederland ervaring op te doen.

2. Readiness for Work

Binnen deze pijler organiseert Nestlé onder meer sollicitatietrainingen, (social media) workshops en cv-clinics voor jongeren, om hen op die manier te helpen met een goede start op de arbeidsmarkt. Daarnaast is er een mentorprogramma waarbinnen een medewerker op vrijwillige basis een jongere coacht. Door advies te geven over het cv en rollenspellen ter voorbereiding op een sollicitatiegesprek krijgen jongeren inzicht in hoe zij zich het beste op de arbeidsmarkt kunnen presenteren.

3. Alliance for YOUTH

Samen met andere organisaties kunnen we het jeugdwerkloosheidsprobleem effectiever aanpakken. In de Alliance for YOUTH werken we samen met onze toeleveranciers en andere partners aan dit probleem op zowel Europees als lokaal niveau. Wereldwijd heeft Nestlé met ruim 200 organisaties de krachten gebundeld om jonge mensen aan een baan te helpen. Nestlé zoekt de samenwerking met organisaties in Nederland voor het maximale resultaat.



Overnames en samenwerkingsverbanden

Nestlé groeide door de jaren heen uit tot het grootste voedingsmiddelenbedrijf ter wereld, voor een belangrijk deel dankzij overnames en nieuwe samenwerkingsverbanden, zoals:

- Acquisitie van Pfizer – babyvoeding
- Partnership met Yinlu
- Partnership met Hsu Fu Chi

Daarnaast heeft Nestlé een aantal joint ventures opgebouwd in de voedings- en drankensector, maar ook in de farmaceutische sector:

- Cereal Partner Worldwide (CPW) met General Mills
- Beverage Partners Worldwide (BPW) met The Coca-Cola Company



Goed om te weten

- Per seconde worden wereldwijd **5.500 kopjes Nescafé** gedronken.
- Wereldwijd bestaan er **meer dan 200 verschillende smaken Nescafé** om tegemoet te komen aan lokale voorkeuren van consumenten.
- Iedere **seconde** worden er **481 KitKat-repen** gegeten.
- **Bros** is een **typisch Nederlands merk** dat ruim 75 jaar geleden op de markt werd gebracht door de familie Bendsdorp in Bussum.
- **Maggi** viert in 2015 haar **120-jarige bestaan** in Nederland.
- De aangepaste recepturen van **Maggi** bevatten in 2012 ruim 14.000 ton minder zout dan in 2005. Dat is één keer de wereld rond met bouillonblokjes.
- In 2011 werd Nestlé als eerste zuigelingenvoedingfabrikant opgenomen in de **FTSE4Good Index**. Dit omvat stricte criteria rondom de marketing van alternatieven voor borstvoeding.

