



Nestlé Good food, Good life

Dia Mundial do Ambiente

A Nestlé Portugal lança Prémio de Sustentabilidade para incentivar parceiros de negócio a partilhar as suas boas práticas

Linda-a-Velha, 04 de junho de 2020 – No âmbito do Dia Mundial do Ambiente, que se realiza amanhã dia 5 de junho, a Nestlé Portugal lança o Prémio de Sustentabilidade Nestlé com o objetivo de incentivar os seus parceiros de negócio, fornecedores de matérias-primas, material de embalagem e serviços, a partilhar com a Sociedade as suas boas práticas de sustentabilidade, seguindo aquela que é também uma preocupação constante da Nestlé: partilhar valor com as pessoas, com as comunidades e com o planeta ao longo da sua cadeia de valor.

Desta forma a empresa convidou os seus parceiros a candidatarem as suas melhores práticas de sustentabilidade ao Prémio de Sustentabilidade Nestlé que premiará as melhores iniciativas nos três pilares do seu propósito de **melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável**: para **Pessoas e Famílias**, para as **Comunidades** e para o **Planeta**. Assim, podem concorrer projetos com impacto nestes três âmbitos, que, pela sua natureza, contribuam para uma vida mais saudável das pessoas, sejam elas colaboradores, clientes ou consumidores, que criem e partilhem valor com as comunidades onde se inserem ou que protejam o meio ambiente.

Ao convidar os seus parceiros de negócios a partilharem com a Nestlé as suas melhores iniciativas nestes três campos, a Nestlé está também a dar-lhes conhecimento daquilo que de melhor tem feito.

Pessoas e Famílias

Como companhia de Nutrição, Saúde e Bem-Estar, um dos principais focos da Nestlé é a melhoria contínua dos produtos do seu portefólio, um trabalho que começou há muitos anos atrás com o objetivo de proporcionar produtos nutricionalmente mais equilibrados e adaptados ao gosto dos consumidores. Os exemplos de reformulação, com reduções de açúcar, sal e gorduras saturadas, estão já presentes nas nossas categorias de consumo, desde a nutrição infantil aos cereais de pequeno-almoço, desde os produtos culinários à nutrição clínica, passando pelos achocolatados e até pelo açúcar que acompanha as principais marcas de café do mercado. Como resultado deste trabalho a Nestlé conseguiu retirar do mercado, desde 2013, 2.750 toneladas de açúcar, o equivalente a 687 milhões de colheres de chá ou 11 mil milhões de kCal.



Nestlé Good food, Good life

Mas não é apenas ao nível da redução destes ingredientes que a otimização do portefólio da companhia se tem desenvolvido. Atenta à constante evolução das necessidades dos consumidores a Nestlé tem introduzido novos ingredientes aos seus produtos e lançado novas gamas nas áreas bio e nos segmentos das restrições alimentares, com produtos sem glúten e sem lactose, ou ainda gamas flexitarianas com a nova marca Garden Gourmet.

Comunidades

Na partilha de valor com as comunidades onde se insere, a Nestlé tem desenvolvido desde 1999, em parceria com o Ministério da Educação, o programa “Nestlé Por Crianças mais Saudáveis”. O objetivo deste programa é ensinar os mais novos – alunos do pré-escolar e ensino básico - a desenvolver hábitos de alimentação saudáveis inseridos em estilos de vida ativos. Só no último ano letivo (2018/19), e de forma direta, este programa impactou 156.126 crianças e 31.662 adultos. Analisando o impacto indireto pela informação transportada pelas crianças para o seio familiar então o número total de impactados ascende às 519.341 pessoas (crianças e adultos).

No âmbito do apoio ao emprego jovem, a Nestlé desenvolve ainda, desde 2014 o programa “Nestlé Needs Youth” para ajudar os jovens até aos 30 anos a entrar no mercado de trabalho. Só em Portugal, entre 2014 e 2019, esta iniciativa gerou 1281 novos contratos de trabalho e 468 estágios.

Mas este programa foi também mais longe ao chamar a este apoio o envolvimento dos parceiros de negócio da Nestlé, naquela que ficou designada como a “Aliança para a Juventude”. Em território nacional, a Aliança para a Juventude é constituída 18 parceiros – ALPI, BA Vidro, BPI, BP Portugal, Eurogroup Consulting, Germen, Graphics Leader Packaging, Jerónimo Martins, Lift Consulting, Logoplaste, Luis Simões, Nestlé Portugal, Portucel Soporcel, RAR Açúcar, SaicaPack, Sonae, Transportes Álvaro Figueiredo e Vodafone – e entre todos foram já criadas mais de 73.000 oportunidades de trabalho para os jovens, 10.000 oportunidades de estágio e realizados mais de 700 workshops de preparação dos jovens para a sua entrada no mercado de trabalho.

No campo da mobilidade, a Nestlé investiu em infraestruturas digitais e implementou práticas pioneiras de flexibilidade laboral que permitem aos seus colaboradores trabalharem a partir de casa (ou de onde lhes seja mais conveniente), uma medida que foi muito bem recebida pela melhoria substancial que introduz no equilíbrio trabalho/família. Outra medida de enorme sucesso foi a disponibilização de um *shuttle* para transporte de colaboradores entre vários pontos da cidade de Lisboa e o Campus Nestlé, sendo igualmente atribuído um subsídio de transporte aos colaboradores que adotem práticas de *carpooling* ou escolham utilizar o transporte público em detrimento do privado.

Planeta

A nível ambiental, a Nestlé tem vindo a reduzir com sucesso o impacto das suas operações no meio Ambiente. Em 2019 foi consolidado o objetivo de zero resíduos



Nestlé Good food, Good life

enviados para aterro, nesse mesmo ano a empresa reduziu em 12% o consumo de água, em 4,4% o consumo de energia e em 7% as emissões de gases com efeito de estufa.

Ainda em prol do ambiente, a Nestlé, que assumiu em 2018 o compromisso de chegar a 2025 com 100% das suas embalagens recicláveis ou reutilizáveis, conseguiu, no espaço de um ano, eliminar todos os plásticos de uso único nas suas instalações, estando a fazer o mesmo nas instalações dos seus clientes do canal HORECA. No total foram já eliminadas, em 2019, 150 toneladas de plásticos ao longo de toda a cadeia de valor Nestlé.

Também em 2019, a Companhia, em conjunto com a indústria, reforçou a sua aposta na promoção de uma economia mais circular, patrocinando um projeto da Associação Industrial e Comercial do Café (AICC) no sentido de estudar e concluir uma recomendação sobre a reciclagem de cápsulas de café e de outras bebidas, cujas conclusões serão apresentadas em breve. Foi ainda testada com sucesso a utilização de material de ponto de venda 100% reciclável, uma prática que permite um fim de vida com valor acrescentado na economia circular.

Todas estas medidas estão a dar um importante contributo para os três pilares de impacto do propósito Nestlé e são exemplos como estes e outros que a Nestlé quer encontrar junto dos seus parceiros, para poder também aprender com eles e obter sinergias em prol da sustentabilidade.

Sobre a Nestlé

A Nestlé é a maior companhia mundial de alimentação e bebidas. Está presente em 189 países em todo o mundo e os seus 323.000 Colaboradores estão comprometidos com o seu propósito de “Melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável”. A Nestlé oferece um vasto portefólio de produtos e serviços para as pessoas e para os seus animais de companhia ao longo das suas vidas. As suas mais de 2000 marcas variam de ícones globais como Nescafé ou Nespresso, até marcas locais amplamente reconhecidas como CERELAC, NESTUM e SICAL. A performance da Companhia é orientada pela sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-estar. A Nestlé está sediada na vila suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos.

Em Portugal, a Nestlé está presente desde 1923 e tem atualmente 2296 Colaboradores, tendo gerado em 2019 um volume de negócios de 535 milhões de euros. Conta atualmente com duas fábricas (Porto e Avanca), um centro de distribuição (Avanca) e cinco delegações comerciais espalhadas pelo Continente e pelas ilhas.

Para mais informações, por favor, contactar:

Lift Consulting

Sofia Rijo

sofia.rijo@lift.com.pt

GSM: +351 913 010 76