



創造共享價值

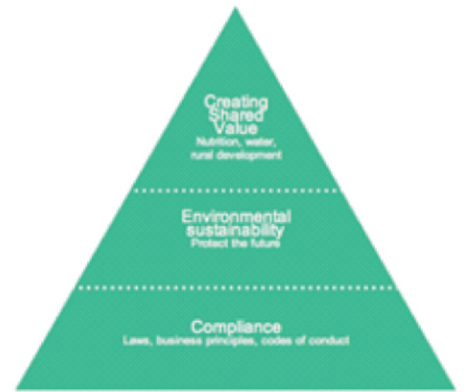


企業簡介

擁有138年歷史的雀巢集團 (Nestle)，起源於瑞士，最初是以生產嬰兒食品起家，而今日，雀巢公司已是世界上最大的食品製造商，在全球80多個國家擁有500多家工廠，近25萬名員工。

雀巢集團旗下有80個品牌，橫跨乳製品、嬰幼兒食品、咖啡機、咖啡飲品、廚房料理、營養保健、穀類早餐、巧克力糖果、營養餐飲及寵物食品等食品事業圈，堪稱是世界最大食品商。

「創造共享價值」是雀巢集團對於集團本身履行企業社會責任的目標與期許，「一個企業希冀長期成功，不僅要創造股東的價值同時還要回饋於社會！創造共享價值(Creating shared value CSV)」這是雀巢集團經營的核心基礎更是對企業社會責任的表現。



企業社會責任

雀巢集團致力於營養層面、偏遠地區發展、水資源、環境保護與人權，以下為截至2011年運行計畫概況：

- 營養層面：雀巢集團提供客戶所需的食品與飲料，不只注重味覺更注重其健康與營養價值，其利用科學方法研究對於人類身體保健的食品成分，提高消費者的健康與福祉，更對弱勢族群、低收入戶的健康狀況特別關注，而雀巢集團所關心的營養層面包括一般消費者、老人、幼兒與孕婦更著重於“微量營養素缺乏”。"雀巢健康兒童全球計畫"便是集團對於全球兒童健康所提出的方案之一，主要議題為幼兒保健以及偏遠地區兒童的營養缺乏探討與實際行動。

- 水資源：對於水資源的關注與實際行動如下

1. 舉辦公開演講，為大眾倡導"水資源缺乏"的議題。
2. 與政府、相關組織合作共同開發創新的解決水資源問題的方案。
3. 將省水概念融入自身產品的製程當中，實施節水計畫，減少用水率。
4. 對供應鏈的農民與廠商提倡省水計畫。
5. 與非營利組織合作改善社區的用水情形。

- 偏遠地區發展：雀巢公司以許多工廠建設在各國家的農村中，因此在"回饋農村及當地社區"上做了許多努力，他們提高產量、確保薪資、保障收入、促進投資，更推動社會與環境的改善，具體行動包括對於牛奶、可可、咖啡等原物料的農民採取高額直接購買原物料並且投資可可及乳品行業。

- 環境保護與人權：加強對於員工的培訓並且雇用員工原則符合兩性平等、職業健康與安全、環境與商業誠信等評估項目。



創造共享價值



公共政策

雀巢集團橫跨全世界，其積極地與各國配合當地的公共政策，尤其是各項關於食品保健與營養標準的政策，包括：雀巢集團為IFBA(國際食品與飲料聯盟)的創始成員、與汎美衛生組織合作減少食品內含的工業鹽成分、與歐盟合作擬定關於飲食、身體活動、健康的行動綱領、與聯合國簽訂契約—CEO Water Mandate、參與世界經濟論壇致力於改善全球各種層面的問題。

環境保護

雀巢集團關注農民、合作夥伴到消費者的各項經濟活動，從中應用產品及原物料生命週期的方法，以改善產品和活動對環境的影響，並且有效地利用自然資源，促進利用可再生資源的管理，盡可能達到"零浪費"的目標。

具體作法為：

1. 減少溫室氣體排放量，提高能源利用效率，並且改用清潔燃料和可再生能源。
2. 優化產品的運輸與倉儲，減少溫室氣體排放量與資源的浪費。
3. 減少產品包裝的材料重量與體積，支持回收和使用再生材料。

參考資料

美國雀巢集團官方網站<http://www.nestle.com/Pages/Nestle.aspx>

台灣雀巢官方網站<http://www.nestle.com.tw/>

CSRWIRE網站<http://www.csrwire.com/members/10393-Nestle>

整理/李宛庭