



Jó étellel teljes az élet

„PÉLDAÉRTÉKŰ CSR GYAKORLAT 2015”

## Közös Értékteremtés egy egészséges társadalomért

Pályázó:	Nestlé Hungária Kft.
Kategória:	Nemzetközi cég magyar leányvállalata
Alapítás éve:	1991
Alkalmazottak száma:	2000 fő
Éves forgalom (2014):	116 milliárd Ft
Fő tevékenység:	élelmiszerek - édesipari termékek, instant italok, reggeliző pelyhek, állateledel, csecsemőtápszerek, bébiételek és -italok, kávétermékek, konyhai és nagykonyhai termékek valamint klinikai táplálásra alkalmas tápszerek gyártása és forgalmazása
Levelezési cím:	1095 Budapest, Lechner Ödön fasor 7.

A Nestlét közel 150 évvel ezelőtt alapította Henri Nestlé, aki válaszul a magas-csecsemőhalandóságra, Svájcban kifejlesztett egy anyatej-helyettesítő tápszert. A magas minőségű, biztonságos és tápláló, a fogyasztók változó igényeihez és életmódjához igazodó élelmiszerek és termékújdonságok gyártására épülő működési alapelveinek köszönhetően a Nestlé mára a világ legnagyobb élelmiszeripari vállalatává nőtte ki magát. **Meggyőződésünk, hogy csak úgy lehetünk sikeresek ma, és a következő 150 évben, ha a körülöttünk lévő közösség is virágzik és fenntarthatóan működik.** Vagyis az, hogy képesek vagyunk-e hosszú távon értéket teremteni a vállalat számára, a társadalom jövőbeni sikerén múlik, amelyben működünk.

### ***A Nestlé üzleti filozófiája: a Közös Értékkeremtés***

Amellett, hogy adót fizetünk, beruházásokat létesítünk és munkahelyeket teremtünk, szabály- és normakövetően működünk, folyamatosan törekszünk tevékenységünk környezeti hatásainak felelős kezelésére, és arra, hogy tudásunkra és szakértelmünkre alapozva pozitív változásokat hozzunk a társadalom számára; a táplálkozás, a vízgazdálkodás, a vidékfejlesztés és a fiatalok foglalkoztatásának területén. Számunkra ezt jelenti a Közös Értékkeremtés elvein alapuló üzletvitel.

A Nestlé Hungária Kft. Magyarország egyik vezető élelmiszeripari vállalata, amely 1991-ben alakult meg a Nestlé S. A. leányvállalataként. **3 gyárában** (Szerencs, Diósgyőr, Bük) és budapesti székhelyén **több mint 2000 munkavállalót foglalkoztat**, termékei a **háztartások 90%-ában megtalálhatók**. Ez nem csak üzleti lehetőség, hanem felelősség is.

A Nestlé a Közös Értékkeremtés üzleti megközelítést alkalmazza mindennapi tevékenysége során, vagyis amellett, hogy a vállalat számára értéket teremtünk, értéket teremtünk a helyi közösség számára is, amelyben jelen vagyunk. Hisszük, hogy „Jó étellel teljes az élet”, és ez a meggyőződés határozza meg a táplálkozás, egészség és jóllét üzleti stratégiánkat is.

### ***Táplálkozás, egészség és jóllét***

Célunk, hogy Magyarországon elismerten is a vezető és leghitelesebb **táplálkozás, egészség és jóllét** vállalat legyünk. Elkötelezettek vagyunk az iránt, hogy termékeink, munkatársaink, csapataink és a **Közös Értékkeremtés** megközelítés folyamatos fejlesztésével jobbá tegyük fogyasztóink életminőségét, mert „**Jó étellel teljes az élet**”. Segítjük a fogyasztókat abban, hogy egyéni szükségleteiknek megfelelően, tudatosan táplálkozzanak. Meggyőződésünk, hogy az élelmiszereknek egyszerre kell ízletesnek és táplálónak lenniük, és az egészséges táplálkozás a változatosságon és a kiegyensúlyozottságon alapszik. Olyan (1) **termékeket fejlesztünk**, amelyek megfelelnek a legújabb kutatáson, szakmai konzenszuson alapuló táplálkozási elvárásoknak, (2) **edukációval** segítjük a társadalmat, (3) minél szélesebb körben **megosztjuk** a kutatásaink során felhalmozott tudást.

# Táplálkozás, Egészség, Jólét



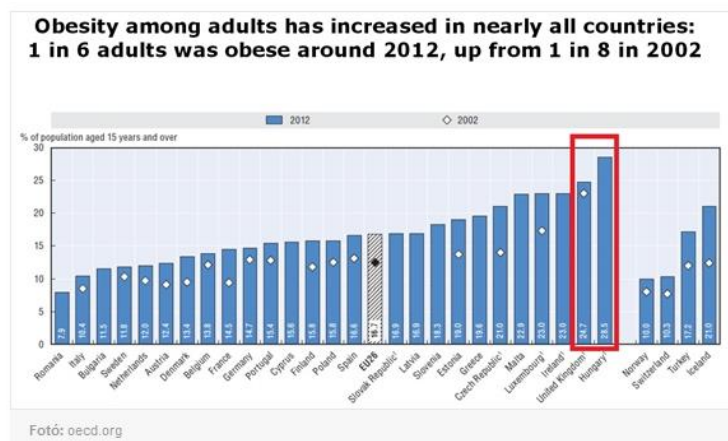
Azt valljuk, hogy valódi eredmény és hatás csak hosszú távon és összefogással valósítható meg. Programjaink nem elszigetelten, hanem a stratégiai célokkal összhangban, az érintetti érdekek mentén valósulnak meg, legyen szó a fogyasztók tájékoztatásáról, a szakmai partnerekkel történő egyeztetésekről, vagy a saját dolgozóink oktatásáról, akik egyben a vállalat nagykövetei is.

## Magyarország egészségügyi státusza

2014-es OECD jelentés szerint a magyar lakosság egészségügyi állapota, különösen az elhízás és az ebből fakadó civilizációs betegségek terén sokat romlott. Nemzetközi kitekintés alapján pedig a felnőttkori elhízás terén az első helyen állunk az Unió országai között, minden harmadik felnőtt túlsúlyos vagy elhízott (28,5%).

Felnőttkori egészségi állapotunkért már sokat tehetünk kisgyermekkorban is. Életünk első 1000 napja (a fogantatástól kétéves korig) meghatározza felnőttkori egészségünket, hiszen olyan minőségi és mennyiségi változások zajlanak a szervezetben, amelyek döntőek a jövőnkét illetően. Gyermekkorban kulcsfontosságú a megfelelő étkezés, a megfelelő étkezési minták kialakítása életkorunk megfelelően, hiszen az iskola egészségügyi adatok alapján is tudjuk, hogy igen magas a

Forrás: Health at a Glance: Europe 2014, OECD



gyermek közötti elhízási aránya is, amely 2012-2013-ban elérte a 10-12%-ot korosztálonként. (forrás: OGYEI 2012/2013).

### ***Hiánypótló kutatás a Nestlé és MDOSZ közös munkájaként***

2013-ban hiánypótló tápanyagbeviteli kutatást indítottunk a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségével együttműködésben, hogy jobban megértsük a 4-10 éves gyermekek táplálkozási szokásait. A kutatás budapesti és kecskeméti óvodás-iskolás gyerekek táplálkozási (élelmiszerfogyasztási- tápanyagbeviteli, reggelizési és fizikai aktivitásait) szokásait vizsgálta mintegy 800 főből álló reprezentatív minta segítségével.

A felmérés eredményei szomorú képet mutattak:

- három gyerekből egy reggeli nélkül indul el otthonról az iskolába,
- továbbá kritikusan alacsony mennyiségű teljes értékű gabonát fogyasztanak, így rostban szegény a táplálkozásuk,
- kritikusan alacsony a folyadékfogyasztásuk, minden 4. gyermek dehidratált.

Ezek az okok is mind hozzájárulhatnak a gyermekkori elhízáshoz, amely bizonyítottan hatással lehet a későbbi egészségi állapotra.

*„A 4-10 éves gyerekek táplálkozási szokásait vizsgáló, a Nestlével közös reprezentatív kutatásunk eredményeiből látszik, hogy a korai túlsúly és elhízás problémája mellett egyes tápanyagok hiányos, vagy épp túlzott bevitel jellemző. Ez a felnövekvő generáció egészségi kilátásait jelentős mértékben rontja, sőt bizonyos betegségek egyre korábban jelenhetnek meg. Fontosnak tartjuk, hogy közösen tegyünk lépéseket ennek javítására, mert úgy látjuk, hogy valódi megoldást csak az élelmiszeripari gyártók és a szakmai szervezetek összefogása által tudunk elérni.” – mondta Kubányi Jolán, a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségének elnöke.*

### ***Iparági összefogással a népegészségügyi probléma megoldására***

A rossz táplálkozási szokásokból eredő gyermekkori elhízás népegészségügyi probléma, az összetettsége miatt a megoldás, illetve az ehhez való hozzájárulás sem csak egyes szereplők feladata és felelőssége.

**A Nestlénél kiemelt célunk volt, hogy a saját üzleti működésünkön túlmutatva, iparági szinten is szorgalmazzuk a változást és proaktívan tegyünk lépéseket.**

A kutatás eredményeire, továbbá a helyi igényekre és elvárásokra alapozva **10 konkrét táplálkozási vállalat fogalmaztunk meg a termékfejlesztés, a tájékoztatás és az oktatás terén, különös tekintettel a gyermekek kiegyensúlyozott életmódjára.**

A vállalatokkal kapcsolatban kikértük a szakmai érintettek véleményét, ezt **személyes találkozók** és egyéb, több szereplős **konzultációs fórumok** keretében tettük meg.

Kiemelt figyelmet fordítottunk a tudásmegosztásra, így az MDOSZ szakmai támogatásával megvalósított tápanyagbeviteli kutatás eredményeinek széles körű bemutatására. Ezt főként szakmai konferenciák, workshopok, publikációk<sup>1</sup> során valósítottuk meg, ebben kulcsszerepe volt a Nestlé dietetikusának.

A Nestlé a saját vállalatok megtétele és teljesítése mellett aktív szerepet vállalt **az iparági vállalási rendszer létrehozásában** is ([www.egyuttafogyasztokert.hu](http://www.egyuttafogyasztokert.hu)), mert nagyon fontosnak tartjuk, hogy a vállalatok ne elszigetelten működjenek ilyen társadalmi kérdésekben, hanem közösen fellépve járuljanak hozzá a megoldáshoz, ezáltal erősítve az iparág reputációját is. A kezdeményezés eredményeként ma már 25 cég csatlakozott a kezdeményezéshez és 75 vállalatot tettek. A legtöbben több témában is elkötelezték magukat az előrelépésre, ezek között olyan területek szerepelnek, mint termékeik só, zsír, kalória vagy transzszír-tartalma.

A társadalmi szempontból a legfontosabb mérőszám az egészségi állapotban és viselkedésben bekövetkező változás, különös tekintettel a gyermekekre. A Nestlé táplálkozás, egészség és jóllét küldetésének egyik fontos eleme, hogy hozzájáruljon az egészségügyi mutatók javulásához.

### **Az érintettek és a Nestlé Közös Értékteremtése**

A táplálkozás, kiegyensúlyozott életmód szempontjából leginkább releváns érintetti csoportokkal folyamatosan törekszünk a párbeszédre és az együttműködés kialakítására. Az érintetti térkép megalkotásánál alapvetően a státuszukat, a témára gyakorolt hatásukat vizsgáltuk a Nestlével fennálló viszonyuk szempontjából. A multistakeholder megközelítést tartjuk elsődlegesnek, hiszen ahhoz, hogy **a táplálkozási szokások terén változást érjünk el, közös és szisztematikus együttműködésre és fellépésre van szükség. Kulcsérintettek esetén nem pusztán a saját vállalatunk szemszögéből vizsgáljuk a hatásukat, hanem holisztikusabb megközelítésben**, hiszen az egyes vállalatok tevékenysége mellett nagyon fontos az is, hogy iparági szinten mi valósul meg és hol van még tennivaló. Az üzleti mellett a kormányzati, szakmai és civil szektor bevonása elengedhetetlen, mivel összetársadalmi kihívásról van szó, ezért a megoldáshoz mindegyik fél aktív szerepvállalása szükséges.

---

<sup>1</sup> Kiss-Tóth, B and Biró, L. Survey on the dietary habits of children between the age of 4-10 [Négy-tíz éves gyermekek táplálkozásának felmérése]. *Leges Artis Medicinae*. 2015;25(4-5): 199-204.

Kiss-Tóth, B. Survey on the dietary habits of children between the age of 4-10 [Négy-tíz éves gyermekek táplálkozási szokásainak felmérése]. *Gyermekgyógyászat*. 2015;66(4): 226-229.

Kiss-Tóth, B. Survey on the dietary and physical activity habits of children between the age of 4-10 [Négy-tíz éves gyermekek táplálkozásának és fizikai aktivitásának felmérése]. *Új diéta*. 2015;23(5): 5-7.

1. A Közös Értékteremtés üzleti megközelítés mentén nagyon fontos, hogy megismerjük és megértsük az érintettek elvárásait. **A Nestlénél ez rendszeres érintetti párbeszéd és a szakértőkkel folytatott konzultációs fórumok**, valamint az iparágat képviselő szövetségekkel történő egyeztetés, gondolkodás révén valósul meg.
2. Emellett a magyar fogyasztók táplálkozási szokásait feltérképező, a szakmai szervezetekkel végzett közös kutatás is szerves részét képezi az érintetti együttműködésnek, amelynek mindenképpen társadalmi haszna van, hiszen az eredményeket széles körben megosztjuk. A kutatási anyagokat megismerhették a Magyar Elhízástudományi Társaság éves konferenciáján, az az eredményeket bemutatta a Nestlé és az MDOSZ az OÉTI vezetősége számára is (akik felnőttek között végeznek hasonló kutatásokat). Hamarosan a dietetikusok éves konferenciáján is bemutatásra kerül a kutatás. Ugyanakkor számtalan szakmai publikáció is megjelent a témában.
3. Nem elég kutatni és véleményt cserélni, a Nestlé aktívan vállal szerepet abban is, hogy a megszerzett tudást a szakmai fórumokon továbbadja, képviselje. Így került megrendezésre Magyarországon és Közép-Kelet-Európán először a Nestlé Nutrition Institute által tartott oktatás sorozat, melyen a világ vezető gyermekgyógyászai ismertették a szakmai közönséggel a kisdéd táplálás legújabb kutatási eredményeit, az első 1000 nap jelentőségét az elhízás és egyéb civilizációs beegségek összefüggésében, vagy a fehérje fogyasztás és elhízás kapcsolatát.

Rendszeres konzultációs fórumaink a legjelentősebb szakmai szervezetek jelen vannak, véleményükkel, tudásukkal segítik a Nestlé célkitűzéseit a táplálkozási szokások megváltoztatása terén.

Együttműködő partnereink:

- **MDOSZ** (Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége)
- **OÉTI** (Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet)
- **NEFI** (Nemzeti Egészségfejlesztési Intézet)
- **MESZK** (Magyar Egészségügyi Szakdolgozói Kamara)
- **TÉT Platform**
- **ÉFOSZ** (Élelmiszerfeldolgozók Országos Szövetsége)
- **MGYT** (Magyar Gyermekorvosok Társasága)
- **MET** (Magyar Elhízástudományi Társaság)
- **OGYEI** (Országos Gyermekegészségügyi Intézet)
- **HGYE** (Házi Gyermekorvosok Egyesülete)
- **MAVE** (Magyar Védőnők Egyesülete)
- **MGGYT** (Magyar Gyermek-gasztroenterológiai Társaság)
- **SOTE** Dietetikai Tanszék

## **Nestlé az Egészséges Gyermekéért**

A Nestlé a Közös Értékteremtés szellemében, a kisgyermekkorú kiegyensúlyozott táplálkozás kialakítása érdekében, összhangban **táplálkozás, egészség és jóllét** keretrendszerében kommunikációs kampányt indított információ-megosztás és edukációs céllal. Összhangban a szakmai szervezetek álláspontjával, a cég egyik legfontosabb feladatának azt tartja, hogy a felnövekvő generációk és szüleik körében szemléletváltást tudjon elérni és ne a rossz minták öröklődjenek a családok étkezési szokásaiban.

A vállalat célja, hogy a kampány során a gyermekek táplálkozásával kapcsolatban megfogalmazott problémákra a **NESTLÉ AZ EGÉSZSÉGES GYERMEKEKÉRT Program** megvalósításával kínálja megoldásokat. Így a most elindult program egy, a vállalati kommunikációt is összefogó akciótervként épült fel. Így kiemelt terület egyrészt a:

1. gyerekek kiegyensúlyozott életmódját szem előtt tartó termékfejlesztés,
2. másrészt a szülők folyamatos és egyértelmű tájékoztatása,
3. illetve a gyerekek kiegyensúlyozott táplálkozással kapcsolatos oktatása.

### **1. Termékfejlesztés a gyerekek érdekeit szem előtt tartva**

A termékfejlesztés a **Nestlé az Egészséges Gyermekéért Program első és legfontosabb alappillére**. A vállalat ásványi anyagokkal és vitaminokkal dúsította félévesnél idősebb csecsemőknek és kisdedeknek szánt termékeit, amelyek összetételét és a hozzáadott probiotikumok mennyiségét a csecsemők szükségletei szerint alakították ki. Emellett az elmúlt években több mint 200 millió adag ásványi anyagokkal és vitaminokkal dúsított élelmiszert tett a fogyasztók asztalára, köztük olyan, gyermekeknek szánt termékeket, mint a Nesquik kakaó italpor és a Nestlé reggelizőpelyhek; utóbbiak kalciumtartalmát több mint 70%-kal növelte a cég látva, hogy a gyerekek kalciumfogyasztása elmarad az ajánlott napi beviteli mennyiségtől.

A termékfejlesztés során a Nesquik kakaó italpor receptúrája (OptiStart) új, D-vitamint, cinket és vasat is tartalmazó vitamin és ásványi anyag összetétellel újult meg tavaly, év végére pedig a gyermekeknek szánt reggelizőpelyheket D-vitaminnal dúsították, mivel D-vitamin fogyasztásuk messze az ajánlás alatt marad. 2011 és 2013 között átlagosan 22 százalékkal csökkentették a nekik szánt reggelizőpelyhek cukortartalmát, teljes értékű gabonataralmukat pedig ezzel párhuzamosan növelték: ez mára eléri a 30 százalékos arányt.

### **2. Edukáció és ismeretterjesztés – kommunikációs kampánnyal a kiegyensúlyozott táplálkozásért**

**A kihívás:** Hazánkban a családok 90%-ában kerül Nestlé termék az asztalra. A **célcsoport, a gyerekes anyukák** a Nestlé márkáját a finom és jó ételekhez társítják, de vajon tudják-e, hogy mit jelent a *jó étel*? És azt, hogy a jó étkezés hozzájárul a teljes élethez? A válasz, egyértelműen nem.

### Az ismeretterjesztő kampány céljai:

- Ezért tűztük ki hosszú távú **stratégiai célként** a gyermekek táplálkozásával kapcsolatban megfogalmazott problémákra a NESTLÉ AZ EGÉSZSÉGES GYERMEKEKÉRT Program megvalósításával kínálgjon megoldásokat, a Nestlé üzenetének „JÓ ÉTELLEL TELJES AZ ÉLET” felépítését, mely sikeres átadásával erősítheti a fogyasztók bizalmát a vállalat irányába.
- A hosszú távú stratégia első állomásaként elindítottuk a jó étel definíciójának építését a reggelizés fontosságának életre hívásával. A megvalósítást egy edukációs kampányként valósítottuk meg, ahogy a reggelizés jelentőségéről, a jó reggeli fogalmáról adtunk hiteles és releváns információt a társadalom és a szakma számára is.
- A közös felelősség jegyében a témában jártas, aktívan tevékenykedő szervezetek bevonása a probléma megoldásába, edukációba, ismeretterjesztésbe.
- A munkavállalók aktivizálása, bevonása, hogy a kiegyensúlyozott táplálkozás nagyköveteivé váljanak

### Megvalósítás:

A kommunikáció alapját egy **társadalmat érintő, a Nestlé számára fontos jó ügy adja, a gyermekek megfelelő táplálása adja.** A hiteles kommunikáció alapja a fent említett 4-10 éves gyerekek körében végzett reprezentatív kutatás, és ennek a legfőbb tanulságai.

Az edukációs kampány főbb pillérei:

1. Az **edukációs kampány** a szélesebb közvéleménnyel ismertette meg a problémát és megoldást kínált a kiegyensúlyozott reggeli jelentőségével. A kommunikáció hitelességét az MDOSZ szakmai részvétele és a MET (Magyar Elhízástudományi Társaság) főtitkárának jelenléte segítette.
  - a. A kommunikáció során rendhagyó és klasszikus eszközökkel támogattuk a kutatás eredményeinek széles körű eljuttatását.
  - b. Interjúszervezéssel adtunk lehetőséget a téma szakértőinek a főbb üzenetek eljuttatására.
2. Kampányunk központjaként a két saját online kommunikációs felületünket használtuk. Szeptemberben elindítottuk az **egészségtudatos családok közösségét a FB-on**, ami napi tippekkel segít, majd megújult a **Nestlé életmód weboldala**, jól közvetítve a teljes élet és a jó étel dimenzióit.



3. A gyors és széles elérés érdekében a reggelizés fontosságáról szóló 5 részes **edukatív miniprogramot sugárzott az RTL Klub** (szept.), illetve a TV2 Mokka reggeli műsorát a Nestlé JÓ ÉTELEL TELJES AZ ÉLET szponzorálta.

#### **Edukációs kampány főbb eredményei:**

- Az edukációs kampány az elmúlt alig egy év alatt 165 megjelenést eredményezett a témában, több mint 3x elértük a teljes magyar társadalmat (bruttó elérés: 36,6 millió).
- A téma napirendre került a sajtóban, országos televíziók hírműsorai (RTL Klub Híradó, TV2 Tények), rádió, napilapok és vezető online hírportálok foglalkoztak a témával. A babamama és egészségügyi sajtó pedig állandó napirendre tűzte a témát.
- Az RTL-en futó filmekkel a célcsoport 69%-a (405.000 fő) találkozott legalább egyszer. A Mokka a márkauzentet a célcsoport 55%-ához, 322.000 főhöz juttatta el. A mini program során feldolgozott témák lefedték a reggelizés teljes témáját: védőnő, gasztroenterológus, gyermekgyógyász és allergológus szakember segítségével adtuk át a gyermekek táplálkozását érintő legfontosabb kérdéseket: a reggelizés fontosságát, az első 1000 nap fontosságát, a túlsúly veszélyeit, a rost szerepét.



### **3. A gyermekek oktatása**

A Nestlé az **Egészséges Gyermekekért Program** harmadik alappillére a **gyermekek oktatása**, annak érdekében, hogy a szülői és intézményi hatás mellett a közvetlen tapasztalat is meghatározza a gyerekek étkezéshez való viszonyát.

A Nestlé 2015-ben is folytatja a 2003 óta futó Nutrikid programját, hogy tovább népszerűsítse az egészséges táplálkozás alapelveit az iskolás gyerekek körében. A programban eddig több mint 430 000 gyermek vett részt és a magyarországi általános iskolák 85%-át elérték.

A program 2014-ben egy szigorú **monitoring rendszerrel** bővült, amelynek keretében az oktatás előtt és utáni tudásfelmérésre kerül sor a NEFI szakembereinek irányításával, mérve az így bekövetkezett változásokat. Általános tapasztalat, hogy az oktatásban résztvevő gyerekek tudatosabban táplálkoznak és zöldség- valamint gyümölcsfogyasztás magasabb az átlagnál körükben.

### ***A közös felelősség jegyében érintett szervezeteket folyamatosan bevonjuk a munkába:***

Rendszeresen konzultációs fórumainkon (negyedévente) beszámolunk az eddigi eredményekről és megismertetjük a terveinket a jövőre vonatkozóan. Az érdekcsoportok pedig véleményezik az elképzeléseket, közös tevékenységeket definiálnak, közös feladatokat, ahol tovább tudunk lépni a közös siker érdekében.

Eddig **több mint 10 szervezettel folyamatosan dolgozunk, dolgoztunk együtt a kitűzött cél megvalósítása érdekében** (OGYEI, MAVÉ, HGYE, MET, ÉFOSZ, OÉTI, NEFI, MDOSZ, TÉT Platform, MGGYT).

**A Nestlé Egészséges Gyermekéért Programjával támogatóként csatlakozott az öt szakmai szervezet (a Magyar Gyermekorvosok Társasága, a Magyar Gyermek-gasztroenterológiai Társaság, a Házi Gyermekorvosok Egyesülete, a Magyar Védőnők Egyesülete és az Országos Gyermekegészségügyi Intézet) által életre hívott Összefogás a Gyermek Egészségéért kezdeményezéshez is.**

Ez a **szakmai összefogás azért jött létre**, hogy támogassa a kisdedkori helyes táplálást, és elősegítse a szakmai szervezetek közös fellépését a döntéshozók felé. A létrehozók tudományos és kutatási eredményeket megosztva támogatnák a tudásátadást és a közös gondolkodást, valamint edukációs programokat dolgoznak ki és juttatnak el a házi gyermekorvosoknak és védőnőknek, egészségügyi szakembereknek.

Mivel ezek a törekvések összhangban állnak a **Nestlé az Egészséges Gyermekéért Program** céljaival, a vállalat a program keretein belül segíti a szakmai összefogás által életre hívott első allergia- és elhízás elleni központ kialakítását Pécsen, valamint megosztja kutatásainak eredményeit az összefogás szakembereivel. Segítik továbbá az összefogás kommunikációját is, olyan tájékoztató anyagokat dolgoznak ki, mellyel a széles nyilvánosságot is elérik.

### ***Egyedülálló kezdeményezés: Táplálkozástudományi szakos hallgatók gyakorlati oktatási programjának kidolgozása és tantervbe építése***

**Célunk:** Vállalatunk tapasztalt szakembereinek közreműködésével olyan gyakorlati tudást kívántunk átadni a táplálkozástudományi szakot végző hallgatóknak, amely segíti őket az élelmiszercsomagolásokon és egyéb kommunikációs csatornákon található tájékoztatás értelmezésére, a tudatos élelmiszerválasztás oktatására, valamint felkészíti őket szakmai tudásuk hatékony átadására és a különböző kommunikációs technikák alkalmazására.

#### **Elméleti oktatás**

Aktivitásunk: A budapesti Semmelweis Egyetem Egészségtudományi Kar, Dietetikai és Táplálkozástudományi Tanszékével kötött együttműködésünk keretében kidolgoztunk és beépítettünk egy gyakorlati tantárgyat az MSC táplálkozástudományi szakember képzés tantervébe, amely a „Fogyasztók tudatos élelmiszerválasztása” nevet

viseli. A tantárgyat a Nestlé képzett szakemberei, multidiszciplináris megközelítésben adják át, minden érintett szakma, mint a vállalat élelmiszermérnökeinek, kutatóinak, kommunikációs szakembereinek, jogászáknak, illetve dietetikusának bevonásával.

A fél éves képzés tanórái a következőkbe engednek belátást a tanulók számára:

- a dietetikus/táplálkozástudományi szakember élelmiszeriparban betöltött szerepe,
- az élelmiszerfejlesztéshez, a szakmailag megfelelő tájékoztatáshoz és oktatáshoz szükséges készségek,
- támogató kutatási és fejlesztési területek;
- fogyasztói kutatási módszerek, a fogyasztók széleskörű megismerése;
- a hatékony szakmai tudásmegosztáshoz szükséges kommunikációs készségek és módszerek;
- az élelmiszercsomagolás (jelölés, tápanyag- és egészségügyi állítások) és élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatás értelmezése,
- valamint a népegészségügyi problémákat célzó kezdeményezések és azok iparági kontextusa.

### **Gyakorlati bevonás**

Aktivitásunk: A képzésben részesülő hallgatóknak lehetőséget biztosítunk tudásuk gyakorlati átadására is bolthelyi tanácsadás formájában. Őszi, Spar üzletláncsal kötött, a táplálkozás, egészség, jóllét témájára épülő edukatív aktivitásunk részeként a hallgatóknak lehetőségük nyílt arra, hogy az üzletekben találkozzanak a vásárlókkal és interaktív játékok mentén szakmai tanácsadásban részesítsék őket. Ennek segítségével olyan gyakorlatra tehettek szert, amelyet kamatoztatni tudnak jövőbeni munkájuk alkalmával.

### ***Egészséges táplálkozás oktatási program munkavállalóink számára***

**Célunk:** Annak érdekében, hogy munkavállalóink a termékfejlesztés, a gyártás és a kommunikáció különböző területén, valamint saját életük során is az egészséges táplálkozás képviselőivé váljanak, 2014-2015 évre vállaltuk, hogy a Nestlé Hungária minden dolgozóját (2000 fő) táplálkozási tréningben részesítjük.

### **Elméleti oktatás**

Aktivitásunk: Az oktatás több lépcsős, interaktív tréningorozat formájában valósult meg az adott munkakörre szabott mélységben és formában.

Irodai dolgozóink és területi képviselőink (400 fő) interaktív, játékos előadás formájában sajátították el az egészséges táplálkozás alapjait. A közvetlenül termékfejlesztéssel és kommunikációval foglalkozó kollégáink ezen felül az adott termék kategóriához illő speciális tréningben is részesültek, amely során a termékek összetételéről, gyártásáról, étrendbe illeszthetőségéről, valamint fejlesztés irányairól tudhattak meg részleteket.

Gyári dolgozóink (1600 fő) munkakörétől függően személyes, online tréning vagy nyomtatott oktatóanyag formájában sajátítják el a táplálkozás alapjait. A tréningek video felvételre kerültek, amelyet minden dolgozónk számára elérhetővé tettünk.

### **Gyakorlati bevonás**

Aktivitásunk: A kiegyensúlyozott életmód gyakorlati megvalósításának lehetőségeit egészségnap, családi nap, pályázat, illetve szűrőprogram formájában sajátíthatták el munkavállalóink.

Kollégáink a budapesti iroda, valamint a szerencsi és a diósgyőri gyáraink mellé települő Magyarország Átfogó Egészségvédelmi Szűrőprogram szűrőkamionja segítségével egészségi szűrésen vehettek részt, illetve a kapott eredményekre épülve, dietetikai szakmai tanácsadásban is részesültek.

Központi irodánk Egészségnapja keretében kollégáink kiegyensúlyozott reggelit és ebédet fogyasztottak, saját termékeink beépítésével; jóga- és zumba órákon vehettek részt; ezen felül sportpszichológussal is találkozhattak a munka-magánélet egyensúly megteremtése céljából. Büki gyárunk Családi napján, valamint területi képviselőnk értekezletén interaktív társasjáték segítségével vontuk be a résztvevőket és családjaikat a kiegyensúlyozott étkezés mindennapi megvalósításának alapjaiba.

### **Hogyan tovább?**

*„Hisszük, hogy a Nestlé Közös Értékkeremtési filozófiája, a Nestlé vállalásai, az Egészséges Gyermekéért Program, mint jövőbe mutató kötelezettségvállalások világosan mutatják a Nestlé által képviselt értékeket, az általa követendő stratégiai irányt, illetve azokat a normákat, melyekkel szemben elszámoltathatóak vagyunk. Vállalásaink, kezdeményezéseink valóságosak és hitelesek, és mi minden tőlünk telhetőt megteszünk azért, hogy megvalósuljanak.”* – Jean Grunnenwald, a Nestlé Hungária Kft. ügyvezető igazgatója.

Kezdeményezéseink és munkánk eredményei évek múlva, vagy akár egy új generáció felnövekedését követően válnak láthatóvá. Addig is folytatjuk a megkezdett munkát mind a termékfejlesztés, mind edukáció és ismeretterjesztés során.

Hamarosan újabb egyedülálló kutatási eredményeket mutatunk be iparági összefogás eredményeként 6 hónapos és 2 éves gyermekek táplálkozási szokásait vizsgálva. A prevenció, oktatási tevékenységünket szeretnénk megvalósítani egy mintaprojekt elindításában is, amely szintén egyedülálló kezdeményezés lesz Magyarországon.