



Casus 3.3 Nestlé

Creating Shared Value

Creating Shared Value is a fundamental part of Nestlé's way of doing business that focuses on specific areas of the Company's core business activities – namely *water*, *nutrition*, and *rural development* – where value can best be created both for society and shareholders.

Dit bericht is te lezen op de website van het Zwitserse Nestlé (www.nestle.com). Nestlé is een van de grootste voedingsmiddelen-bedrijven ter wereld. Het bedrijf produceert tal van producten voor markten over de hele wereld. Het bedrijf manifesteert zich als een belangrijke partner op het gebied van duurzaam ondernemen. Voor meer informatie over activiteiten van Nestlé op dit gebied zie www.nestle.com/csv. Van deze site is ook het Creating Shared Value Report, zeg maar het duurzaamheidsverslag van Nestlé.

- 1 Wat verstaat Nestlé onder *Creating Shared Value*? Voor wie wordt er waarde geschapen en hoe ziet die waarde eruit? Staat het scheppen van financiële waarde centraal?
- 2 Staat het Creating Shared Value-principe op gespannen voet met de (controversiële) visie van Milton Friedman op maatschappelijk verantwoord ondernemen?
- 3 Maak een inventarisatie van de activiteiten die Nestlé ontwikkeld voor mens en maatschappij in het algemeen en het Nespresso in het bijzonder.
- 4 Zijn deze activiteiten van Nestlé te classificeren als liefdadigheid?
- 5 Ga na wat de kern van de problematiek is door een aantal relevante websites te bezoeken en/of filmpjes op YouTube te bekijken.
- 6 Zijn hier ethische principes in het geding of is het een slechte vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen?
- 7 Wat zeggen de *Creating Shared Value*-activiteiten en de controversiële marketing van babyvoedingproducten over een bedrijf als Nestlé?