

# UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN: BENELUX



## GEZONDHEID EN WELZIJN VERBETEREN

In samenwerking met overheden en andere belanghebbenden zullen we helpen doelen te realiseren op het gebied van volksgezondheid in de Benelux en wereldwijd.

## VOEDING

Verbetering van de kwaliteit van wat mensen eten, in combinatie met programma's gericht op gedragsverandering, draagt bij aan oplossingen voor twee van 's werelds grootste uitdagingen op het gebied van volksgezondheid: hart- en vaatziekten en obesitas.

### Gezondheid van het hart verbeteren

Unilever heeft de Hartleefdstest ontwikkeld, alsmede een persoonlijk coachingsplan van 12 weken om mensen te motiveren goed voor hun hart te zorgen en hen te helpen hun Hartleefdstest omlaag te brengen. De Hartleefdstest en het plan zijn te vinden op [www.agedevotrecoeur.be](http://www.agedevotrecoeur.be) / [www.hartleeftijd.be](http://www.hartleeftijd.be) / [www.hartleeftijd.nl](http://www.hartleeftijd.nl). In Nederland is de Hartleefdstest gelanceerd in juni 2009 en in België een halfjaar later. In mei 2010 werd in Nederland de 500.000e Hartleefdstest berekend. En slechts 9 maanden na de introductie in België hadden meer dan 255.000 mensen hun Hartleefdstest berekend.

Unilever zal blijven doorgaan met het aanbieden van een breed productassortiment en programma's om mensen te helpen de gezondheid van hun hart te verbeteren.

### Informereren over gezond eten

We streven ernaar samen te werken met overheden en andere partijen om consistente voedingskundige informatie te verstrekken over onze voedingsmerken, met als einddoel consumenten te helpen bewustere en gezondere keuzes te maken.

In Nederland is Unilever een van de initiatiefnemers van het Ik Kies Bewust-logo (2006). Het Ik Kies Bewust-logo helpt consumenten binnen elke productcategorie een bewuste en gezondere keuze te maken. Om het logo te mogen voeren, moeten producten minder zout, minder verzadigd vet, minder transvet en minder suiker bevatten. Eind 2007 werd het logo ook geïntroduceerd in België: het Ik Kies Bewust/Mon Choix-logo. Meer informatie: [www.ikkiesbewust.nl](http://www.ikkiesbewust.nl) / [www.ikkiesbewust.be](http://www.ikkiesbewust.be) / [www.monchoix.be](http://www.monchoix.be).

In Nederland realiseert men zich vaak niet dat veel soepen worden bereid met een ruime hoeveelheid groente. Om mensen bewust te maken van de hoeveelheid groente in soep, introduceerden we in Nederland op de verpakking van onze Unox- en Knorr-soepen in zak en blik met meer dan 50 g groente per portie, een label dat de hoeveelheid groente aangeeft.

### Het zoutgehalte verlagen

We willen bijdragen aan een lagere zoutconsumptie in de Benelux om uiteindelijk tussen 2015 en 2020 een zoutinname mogelijk te maken van 5 g per dag, zoals aanbevolen door de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO). Onze eerste mijlpaal is te helpen de huidige gemiddelde zoutinname van de Benelux-bevolking te verlagen van ongeveer 9-12 g naar een tussentijds niveau van 6 g per dag – zonder in te leveren op smaak.

- In de Benelux zijn aanzienlijke zoutreducties gerealiseerd: zo is in Nederland ten opzichte van 2006 het zoutgehalte van Cup-a-Soup verlaagd met gemiddeld 18%, van Unox soep-in-zak met gemiddeld 17% en van Unox-bliksoepen met gemiddeld 12%. Unilever Foodsolutions in de Benelux heeft een gemiddelde zoutreductie in voedingsmiddelen gerealiseerd van 13% in fondsen, 15% in vloeibare soepen en 13% in het Knorr-assortiment Supérieur droge soepen.
- In de Benelux werd een online Zouttest gelanceerd om consumenten bewust te maken van hun zoutinname. Meer informatie: [www.zouttest.be](http://www.zouttest.be) / [www.testsel.be](http://www.testsel.be) / [www.zouttest.nl](http://www.zouttest.nl).
- Sinds 2008 is Becel pro.activ Bloeddruk op de Nederlandse markt – verrijkt met kalium – om mensen te helpen een gezonde bloeddruk te behouden.

In Nederland introduceerde Becel een meergranen volkorenbrood met

**40%**

minder zout dan  
regulier volkorenbrood.



### De kwaliteit van vet verbeteren

We ondersteunen richtlijnen van de overheid om de kwaliteit te verbeteren van het vet in het gemiddelde eetpatroon in de Benelux. In de loop der jaren hebben we de hoeveelheid verzadigde vetten en transvetten in onze margarineproducten consequent verlaagd door de formulering aan te passen. Ook hebben we gezondere opties geïntroduceerd (zoals Conimex Kroepoek, Unox Suze & Thomas Knaks, Blue Band light wikkel, Blue Band en Solo vloeibaar light). Al onze margarineproducten zijn nu vrijwel transvetvrij.



We zullen onze mensen in staat stellen duurzame keuzes te maken, thuis en op het werk.

## MENSEN

### Zorgen voor gezonde medewerkers

Unilever Nederland is recent overgestapt naar een nieuwe arbodienstverlener, die zich niet alleen richt op verzuimmanagement, maar ook op de gezondheid van medewerkers op de langere termijn en op hun duurzame inzetbaarheid, wat evenzeer belangrijk is. Veel aandacht wordt besteed aan preventie, met onder meer regelmatige gezondheidschecks voor alle medewerkers.

### Terugdringen van broeikasgasuitstoot door zakenreizen

Tussen januari en juni 2009 daalde – in vergelijking met 2008 – het aantal zakenreizen per vliegtuig, trein of huurauto in de Benelux-regio met 26%. Alternatieve mogelijkheden werden goed benut en het aantal 'telepresence'-locaties is enorm uitgebreid. Zo worden er 'telepresence'-units geïnstalleerd in het kantoor in Brussel, bij Unilever Research & Development in Vlaarding en in de Brug in Rotterdam en is in het Corporate Centre in Rotterdam een tweede unit geplaatst.

### Beleid voor duurzame leaseauto's

In lijn met Unilevers duurzaamheidsbeleid hebben we een maximumniveau vastgesteld voor CO<sub>2</sub>-emissies van zakenauto's. We hebben de maximale CO<sub>2</sub>-emissie bepaald op 140-160 g/km, afhankelijk van de grootte van de auto. Ons beleid ten aanzien van de brandstofkeuze is ook aangepast: voor wie meer rijdt dan 35.000 kilometer per jaar is diesel verplicht. Verder zijn de autovergoedingen verhoogd voor medewerkers die afzien van een leaseauto.

Door de formulering van de producten in onze Blue Band- en Planta-portfolio's aan te passen, hebben we de hoeveelheid verzadigd vet verder verlaagd tot een maximum van 30% van het totale vetgehalte. Tegelijkertijd hebben we de hoeveelheden linolzuur en alfa-linoleenzuur – nodig voor de groei en ontwikkeling van kinderen – verhoogd naar respectievelijk minimaal 15% (2,1 g) en 30% (0,6 g) van de Dagelijkse Voedingsrichtlijn (GDA) per dagelijkse portie van 20 g.

### De volksgezondheid verbeteren

Unilever Health Institute Belgium is een nationaal platform waarbij diverse belanghebbenden zich richten op bevordering van de volksgezondheid zonder gebonden te zijn aan een merk. Het Unilever Health Institute ondersteunt VIASANO, een lokaal georiënteerd Belgisch volksgezondheidsprogramma. VIASANO heeft als doel obesitas bij kinderen en hart- en vaatziekten bij volwassenen te voorkomen door het creëren van groepsdynamiek en het mobiliseren van mensen in hun eigen omgeving. Meer informatie: [www.viasano.be](http://www.viasano.be).

In Nederland steunt Unilever Benelux JOGG (Jongeren op Gezond Gewicht). Dit is een programma gericht op de ondersteuning van Nederlandse gemeenten bij het effectief en duurzaam bestrijden en voorkomen van overgewicht – vooral bij jongeren – door het promoten van een gezonde leefstijl met goede voeding en voldoende beweging. Meer informatie: [www.jongerenopgezondgewicht.nl](http://www.jongerenopgezondgewicht.nl).

### Partners

We werken samen met tal van organisaties in de Benelux, waaronder de Nederlandse Hartstichting en de Belgische Cardiologische Liga. Daarnaast nemen we deel in commissies van experts op het gebied van voeding en gezondheid van relevante industriefederaties in de Benelux. Om de Belgische en Nederlandse bevolking te stimuleren meer te bewegen en te sporten, is Unilever Benelux partnerships aangegaan met het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC), het Belgisch Paralympisch Comité (BPC), het Nederlands Olympisch Comité\*Nederlandse Sport Federatie (NOC\*NSF) en de Koninklijke Nederlandse Voetbal Bond (KNVB). Via deze partnerships ondersteunen we 4,9 miljoen georganiseerde sporters in Nederland en 1,2 miljoen in België.

### Toekomstige partnershipsdoelen

We zullen steun geven aan volksgezondheidsinitiatieven van de overheid op het gebied van obesitas en hart- en vaatgezondheid, om te helpen internationale doelen te realiseren door nationaal een bijdrage te leveren.



Unilever Benelux stelt zich als doel haar waterverbruik, afval en broeikasgasuitstoot met minstens 30% terug te dringen en tegen 2015 aanzienlijk meer gebruik te maken van duurzame bronnen.

## BROEIKASGASSEN

### Broeikasgasuitstoot, afval en waterverbruik door het wassen van kleding verminderen

Het Cleaner Planet Plan is onze langetermijnstrategie voor duurzaam wassen en omvat de merken Robijn, Omo, Sunil en Coral. We hebben:

- de milieu-impact van onze productie verlaagd
- geconcentreerde, goed presterende producten ontwikkeld voor wassen bij lage temperaturen en bespaard op verpakking en transport
- informatie en advies verschaft om mensen te helpen de producten efficiënter te gebruiken.

Doordat we onze wasmiddelen geconcentreerder hebben gemaakt, is een derde minder brandstof nodig om onze vloeibare wasmiddelen te vervoeren en is de broeikasgasuitstoot met betrekking tot onze poeders 20% lager. Op miljoenen verpakkingen en een speciale Cleaner Planet Plan-website worden tips gegeven om efficiënt te wassen. Meer informatie: [www.cleanerplanetplan.nl](http://www.cleanerplanetplan.nl).

In 2011 zal de introductie van 'donkergroene energie' (hernieuwbare energie gebaseerd op 100% traceerbare en gegarandeerde additionele bronnen) op al onze Benelux-locaties – kantoren en fabrieken – onze CO<sub>2</sub>-uitstoot in deze regio verminderen met 31.000 ton. Dit staat gelijk aan het van de weg halen van 2.200 auto's die elk 50.000 km per jaar rijden.

### Broeikasgasuitstoot door onze productie verminderen

We hebben de ambitieuze doelstelling om de CO<sub>2</sub>-uitstoot van onze fabrieken in de Benelux met 50% te verminderen in 2015 ten opzichte van 2008. Onze actieplannen bestaan uit vele kleine acties en een aantal grote investeringen:

- al onze fabrieken zullen vanaf januari 2011 'donkergroene energie' inkopen
- onze B&J's-ijsfabriek in Hellendoorn heeft een biovergister geïnstalleerd en een 'Living Machine\*' die biogas produceert uit het afval dat vrijkomt bij de ijsproductie. Dit levert energie op voor de fabriek en zal de CO<sub>2</sub>-uitstoot met 500 ton per jaar verminderen
- onze margarinefabriek in Rotterdam heeft een warmtekrachtinstallatie geïnstalleerd waarmee 25% energie wordt bespaard.

Samen zullen deze maatregelen ons helpen al in 2011 onze doelstelling van een CO<sub>2</sub>-reductie van 50% te halen – 4 jaar eerder dan onze einddatum van 2015.

### Broeikasgasuitstoot door onze distributie verminderen

Tussen 2010 en 2015 zullen we in de gehele Benelux de broeikasgasuitstoot van opslagfaciliteiten en transport met 25% verminderen door:

- ons netwerk van opslagfaciliteiten te consolideren en 'best-practices' breed in te voeren, zoals energiezuinige verlichting en zonnepanelen
- de transporttijd tot een minimum terug te brengen via horizontale samenwerking met derden op het gebied van logistiek, een nieuw poolconcept te ontwikkelen, gebruik te maken van dubbelstapelen en trailers met een dubbele laadvloer, samenwerking met onze klanten en andere producenten te verbeteren en meer gebruik te maken van transport per spoor – tegen het eind van 2010 zal 30% van Unilevers internationale transport per spoor plaatsvinden
- ernaar te streven afval te elimineren en het herverpakkingproces te optimaliseren.

### Broeikasgasuitstoot in onze kantoren verminderen

In 2011 zal ons kantoor deBrug in Rotterdam worden uitgerust met een nieuw onderhoudssysteem, waardoor de verwarming optimaal kan worden geregeld. In combinatie met de overstap naar 'donkergroene energie' zullen we alleen al in dat jaar de CO<sub>2</sub>-uitstoot van onze kantoren met 25% verminderen, vergeleken met 2008. Voor de kantoren is in 2009 een uitgebreid stappenplan ontwikkeld waarin een serie kleine acties staat omschreven die samen een groot verschil maken. Deze variëren van de ontwikkeling van een 'groen' leaseautobeleid tot meer gebruik van bewegingssensoren. Ons doel is tegen 2015 onze CO<sub>2</sub>-uitstoot met nog eens 15% te verlagen.

### Partners

We hebben samengewerkt met HIER, een Nederlands consortium van ngo's, om in onze ijsfabriek in Hellendoorn klimaatneutraal Ben & Jerry's-ijs voor Europa te produceren.

### Toekomstige partnershipsdoelen

We zullen samenwerken met een scala van partners om mensen te helpen hun CO<sub>2</sub>-uitstoot terug te dringen bij het gebruik van onze producten thuis.

## AFVAL

### Verpakkingsmateriaal en papier verminderen

We werken volgens continue verbeteringsprogramma's om afval terug te dringen. In onze ijsfabriek in Hellendoorn werd door de lijnoperators zelf een innovatie voorgesteld voor de verpakking van de Ben & Jerry's-shorty (150ml). Het betreft het gebruik van krimpfolie in plaats van kartonnen dozen, waardoor per jaar 60 vrachtwagens minder nodig zijn voor distributie in Europa. Bij al onze vestigingen lopen talloze kleinere en grotere initiatieven om het verpakkingsmateriaal en het papier dat we gebruiken steeds verder te verminderen.

\* Een 'Living Machine' is een vorm van biologische afvalwaterverwerking die de reinigende functie van 'wetlands' nabootst.



## WATER

Hoewel onze landen niet zijn aangemerkt als waterschaars, is het onze doelstelling tegen 2015 de hoeveelheid drinkwater die in onze kantoren wordt gebruikt te verminderen met 25% en in onze fabrieken met 40%, in vergelijking met 2008. Diverse waterbesparingsinitiatieven in onze margarinefabriek in Rotterdam hebben al geleid tot een vermindering met 20% van het gebruik van rivierwater als koelwater.

In Europa heeft het Cleaner Planet Plan (zie onder Broeikasgassen) ons in staat gesteld in onze wasmiddelen categorie 77 miljoen liter water te besparen tussen 2007 en 2009.

## DUURZAME LANDBOUW

### Duurzame palmolie

Ons wereldwijde doel is 100% van onze palmolie te betrekken uit gecertificeerde duurzame landbouw tegen 2015. In 2010 wordt 100% van de palmolie die nodig is voor onze activiteiten in de Benelux gedekt door GreenPalm-certificaten voor duurzame palmolie.

### Duurzaam papier en karton

Tegen het eind van 2010 zal 62% van het papieren verpakkingsmateriaal voor onze productie-activiteiten in de Benelux worden betrekken uit gecertificeerde duurzaam beheerde bossen of van hergebruikt materiaal.

### Duurzame thee

Wij waren de eerste theeproducent die zich ervoor inzette de thee voor al onze theezakjes te betrekken van boeren en plantages die Rainforest Alliance™-gecertificeerd zijn. In 2010 zullen we al onze thee voor Lipton Yellow Label-theezakjes in West-Europa betrekken van door Rainforest Alliance™ gecertificeerde bedrijven. In Nederland dragen sinds oktober 2010 de eerste piramidevormige theezakjes van Lipton Green het logo van de Rainforest Alliance™. In België wordt inmiddels alle thee voor Lipton Yellow Label-theezakjes betrekken van door Rainforest Alliance™ gecertificeerde boeren en plantages.

Eind 2011 zal

**100%** van de Ben & Jerry's-smaken in de Benelux Fairtrade-gecertificeerd zijn. Dat betekent dat

**42** verschillende ingrediënten chunks, swirls en smaken – Fairtrade-gecertificeerd zijn of zullen worden, waarbij meer dan

**22.000** kleine boeren zijn betrokken.



85% van de ingrediënten die worden gebruikt voor Knorr-producten is afkomstig uit de landbouw. Tegen 2012 zullen alle Knorr leveranciers van groenten en kruiden deelnemen aan Growing for the Future, ons programma voor duurzame landbouw, wat betekent dat hun telers zullen worden betrokken bij het maken en uitvoeren van verbeteringsplannen.

Tegen 2012 zullen we **50%** van onze top 13 groenten en kruiden betrekken uit duurzame landbouw en tegen 2015 zal dit

**100%** zijn.



### Duurzame zuivel voor Ben & Jerry's

In 2003 startte Ben & Jerry's samen met Nederlandse boeren en ngo's (niet-gouvernementele organisaties) een programma om richtlijnen te ontwikkelen voor duurzame zuivel. Sinds 2008 dragen alle smaken – behalve sorbets – het Caring Dairy-logo op de verpakking, een garantie dat minstens 95% van de zuivel ingrediënten is geproduceerd in overeenstemming met Caring Dairy-normen.

### Vrije-uitloopeieren

Sinds maart 2010 wordt alle Calvé-mayonaise in Nederland gemaakt met vrije-uitloopeieren, in navolging van de overgang van Ben & Jerry's op vrije-uitloopeieren, al in 2004.

### Duurzame cacao

Cacao vertegenwoordigt 4% van onze totale inkoop van landbouwgrondstoffen. Tegen 2015 zullen we de cacao voor ons Magnum-ijs betrekken uit duurzame landbouw. Tegen 2020 zal alle overige cacao worden betrekken uit duurzame landbouw.

### Partnerships

Unilever Nederland heeft in juni 2010 het Actieplan Duurzame Handel ondertekend, waarvan de uitvoering ligt bij het Initiatief Duurzame Handel (IDH). De missie van IDH is duurzaamheid binnen de belangrijkste grondstoffenmarkten te stimuleren en op grotere schaal toe te passen. In maart 2010 ondertekende Unilever Nederland al de IDH-overeenkomst Duurzame cacao, gericht op een volledig duurzame cacao productie tegen 2025. Unilever wil tegen 2020 al haar cacao betrekken uit duurzame landbouw.

Unilever Benelux  
Postbus 160  
3000 AD Rotterdam  
Nederland  
+31 (0)10 439 49 11

Humaniteitslaan 292  
1190 Brussel  
België  
+32 (0)2 333 66 66

