

PLAN UNILEVER POUR UN MODE DE VIE DURABLE : BENELUX



AMÉLIORATION DE LA SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE

En œuvrant avec les gouvernements et d'autres parties prenantes, nous parviendrons à atteindre les objectifs en matière de santé publique tant au Benelux que dans le monde entier.

NUTRITION

Combiné avec nos programmes de changement de comportement, notre programme d'amélioration alimentaire nous aidera à apporter des solutions à deux des plus grands défis mondiaux en matière de santé : l'obésité et les maladies cardiovasculaires.

Amélioration de la santé du cœur

Unilever a mis au point un outil pour calculer l'Âge du Cœur ainsi qu'un programme de coaching personnel de 12 semaines afin de motiver les gens à prendre soin de la santé de leur cœur et de les aider à réduire l'Âge de leur Cœur. Vous pouvez trouver l'outil et le plan Âge de votre Cœur aux adresses suivantes : www.agedevotrecoeur.be / www.hartleeftijd.be / www.hartleeftijd.nl. Aux Pays-Bas, le plan Âge de votre Cœur a été lancé en juin 2009 et en Belgique, six mois plus tard. En mai 2010, les Pays-Bas franchissaient le cap des 500.000 calculs de l'Âge du Cœur. Et en Belgique, seulement neuf mois après son lancement, plus de 255.000 personnes avaient déjà calculé l'Âge de leur Cœur.

Unilever continuera d'offrir une vaste gamme de produits et de programmes pour aider les consommateurs à améliorer la santé de leur cœur.

Informations sur une alimentation saine

Nous nous engageons à œuvrer avec les gouvernements et d'autres intervenants pour offrir des informations nutritionnelles complètes sur nos marques de produits alimentaires afin d'aider le consommateur à poser des choix plus judicieux et plus sains.

Aux Pays-Bas, Unilever est l'un des initiateurs du programme Choices avec le logo « Ik Kies Bewust » (2006). Le logo Ik Kies Bewust aide le consommateur à opérer un choix plus judicieux et plus sain parmi l'assortiment de produits alimentaires. Afin de pouvoir afficher le logo Ik Kies Bewust, les produits doivent contenir moins de sel, moins de graisses saturées, moins de graisses trans et moins de sucre ajouté. Fin 2007, la Belgique a lancé le logo « Mon Choix ». Plus d'informations sur www.ikkiesbewust.nl / www.ikkiesbewust.be / www.monchoix.be.

Aux Pays-Bas, bien souvent, les consommateurs ne se rendent pas compte de la quantité de légumes contenue dans les soupes. Pour sensibiliser les gens à la teneur en légumes des soupes, nous avons apposé un label « teneur en légumes » sur toutes nos soupes Unox et Knorr néerlandaises en boîte et en sachet contenant plus de 50 g de légumes par dose.

Réduction des niveaux de sel

Nous nous engageons à contribuer à réduire la consommation de sel dans le Benelux, afin d'atteindre la dose journalière de 5 g de sel recommandée par l'Organisation Mondiale de la Santé entre 2015 et 2020. Notre première étape consiste à aider les consommateurs du Benelux à réduire leur consommation moyenne de sel d'environ 9 à 12 g à un objectif intermédiaire de 6 g par jour, sans pour autant sacrifier le goût.

- Dans le Benelux, des réductions de sel considérables ont déjà été réalisées ; aux Pays-Bas, par exemple, nous avons réduit en moyenne de 18% la teneur en sel des Cup-a-Soup, de 17% celle des soupes Unox en sachets souples et de 12% celle des soupes Unox en boîtes par rapport à 2006. Notre division Foodsolutions Benelux a réduit en moyenne de 13% la teneur en sel de ses fonds, de 15% celle des soupes liquides et de 13% celle de la gamme de produits en poudre Knorr Supérieur.
- Un Test du sel en ligne a été lancé dans le Benelux afin de sensibiliser davantage les consommateurs à leur propre consommation de sel. Plus d'informations sur www.zouttest.be / www.testsel.be / www.zouttest.nl.
- Depuis 2008, Becel pro-activ Bloeddruk, enrichi au potassium, a été commercialisé sur le marché néerlandais pour aider les consommateurs à maintenir une tension artérielle saine.

Aux Pays-Bas, Becel a lancé un pain complet avec

40% de sel en moins par rapport au pain complet habituel.



Amélioration de la qualité des graisses

Nous soutenons les recommandations gouvernementales qui visent à améliorer la qualité des graisses consommées dans le cadre d'une alimentation moyenne au sein du Benelux. Au fil des ans, nous avons constamment réduit les niveaux de graisses saturées et de graisses trans dans nos produits à base de margarines par la reformulation. Nous avons également introduit des choix plus sains (par exemple, les chips de crevettes Conimex, Unox Suze & Thomas Knaks, Blue Band light, Blue Band et Solo liquide light). Toutes nos produits à base de margarines sont aujourd'hui pratiquement sans graisses trans.



Nous permettrons aux gens d'opter pour des choix durables à leur domicile et sur leur lieu de travail.

En reformulant nos produits Blue Band et Planta, nous avons en outre réduit les graisses saturées à un maximum de 30% par rapport aux graisses totales. Dans le même temps, nous avons augmenté les niveaux de graisses essentielles, l'acide linoléique et l'acide alpha linoléique, nécessaires à la croissance et au bon développement des enfants, à un minimum de 15% (2,1 g) et 30% (0,6 g) respectivement de la quantité journalière recommandée par portion de 20 g.

Promotion de la santé publique

Unilever Health Institute Belgium est une plateforme nationale multi-parties prenantes dont l'objectif est de promouvoir la santé publique par un engagement indépendant des marques. L'Unilever Health Institute soutient VIASANO, un programme local belge de santé publique de prévention de l'obésité de l'enfant et des maladies cardiovasculaires de l'adulte par la création d'une dynamique de groupe et la mobilisation des acteurs dans leur propre environnement. Plus d'informations sur www.viasano.be.

Aux Pays-Bas, Unilever Benelux soutient JOGG (Jongeren Op Gezond Gewicht – Jeune et poids idéal), un programme visant à soutenir les municipalités néerlandaises à combattre et à prévenir efficacement et durablement le surpoids, en particulier chez les jeunes, par la promotion d'un mode de vie plus sain alliant alimentation équilibrée et exercices. Plus d'informations sur www.jongerenopgezondgewicht.nl.

Partenaires

Nous sommes partenaires de plusieurs organisations du Benelux, y compris la Fondation néerlandaise du cœur et la Ligue cardiologique belge. En outre, nous participons à des comités d'experts en matière de nutrition et de santé des principales associations sectorielles du Benelux. Afin que Belges et Néerlandais bougent davantage et pratiquent une activité sportive, Unilever Benelux travaille en partenariat avec le Comité Olympique et Interfédéral Belge (COIB), le Comité Paralympique Belge (CPB), le Comité Olympique Néerlandais*la Fédération Sportive Néerlandaise (NOC*NSF) et la Fédération Royale Néerlandaise de Football (KNVB). Nous soutenons ainsi 4,9 millions de gens engagés dans des sports organisés aux Pays-Bas et 1,2 million en Belgique.

Objectifs futurs de partenariat

Nous soutiendrons les initiatives de santé publique des gouvernements en matière d'obésité et de santé cardiovasculaire afin de contribuer à atteindre les objectifs mondiaux par des contributions nationales.

LES GENS

Main-d'œuvre en bonne santé

Unilever Pays-Bas a choisi récemment un nouveau prestataire de services en matière de santé et de sécurité axé non seulement sur la gestion de l'absentéisme, mais également sur la santé des employés à long terme et sur leur disponibilité durable, élément tout aussi important. Une attention toute particulière est accordée à la prévention, qui demande des bilans de santé réguliers pour tous les employés.

Réduction des émissions liées aux déplacements des employés

Par rapport à 2008, entre janvier et juin 2009, le nombre de déplacements des employés par avion, par train et par voitures de location a chuté de 26% au sein d'Unilever pour la région Benelux. Les alternatives aux déplacements ont été utilisées à bonne fin et le nombre d'installations de téléprésence a littéralement explosé. Par exemple, des unités de téléprésence ont été installées à Bruxelles, à Vlaardingen et à deBrug (Rotterdam), et une deuxième unité a été installée au siège social, à Rotterdam.

Politique durable de location de véhicules

Conformément à la politique de développement durable de notre entreprise, nous avons convenu d'un niveau maximum d'émissions de CO₂ pour les voitures de société. Nous avons fixé une émission maximale de CO₂ de 140-160 g/km en fonction du type de véhicule. Notre politique en matière de carburant a également changé : pour les voitures parcourant plus de 35.000 kilomètres par an, le diesel est obligatoire. En outre, les indemnités de déplacement en transports en commun pour les employés qui renoncent à une voiture de société ont augmenté.



Unilever Benelux s'est fixée pour objectif de réduire d'au moins 30% sa consommation d'eau, ses déchets et ses émissions de gaz à effet de serre et d'utiliser une quantité sensiblement plus importante de sources durables d'ici 2015.

GAZ À EFFET DE SERRE

Réduction des émissions de GES, des déchets et de la consommation d'eau générés par les lessives

Notre plan « Pour une planète plus propre » (Cleaner Planet Plan) est notre stratégie à long terme en matière de lessive durable et englobe les marques Robijn, Omo, Sunil et Coral.

Nous avons :

- réduit l'impact écologique de nos activités de fabrication
- développé des produits concentrés hautes performances pour les lessives à basse température et réalisé des économies sur l'emballage et le transport
- fourni des informations et des conseils afin d'aider les gens à utiliser plus efficacement les produits.

En produisant des produits lessiviels plus concentrés, nous avons réduit d'un tiers la consommation de carburant nécessaire au transport de nos lessives liquides et de 20% les émissions de gaz à effet de serre pour nos poudres. Des millions d'emballages de nos produits et un site internet 'Plan pour une planète plus propre' spécialisé proposent des conseils sur des méthodes de lessive efficaces. Plus d'informations sur www.cleanerplanet.nl.

En 2011, l'utilisation d'« énergie vert foncé » (énergie renouvelable à partir de sources additionnelles garanties dont la traçabilité peut être établie à 100%) dans tous nos sites du Benelux – les bureaux et les usines – permettra une réduction des émissions de CO₂ de 31.000 tonnes dans cette région. Ce qui équivaut à retirer de la circulation 2.200 voitures à essence, parcourant chacune 50.000 km par an.

Réduction des émissions de GES générés par nos activités de fabrication

Nous nourrissons l'ambitieux objectif de réduire les émissions de CO₂ sur nos sites de production du Benelux de 50% d'ici 2015, par rapport à 2008. Notre plan d'action se compose de nombreuses petites actions ainsi que de quelques investissements plus importants :

- toutes nos usines achèteront de « l'énergie vert foncé » à partir de janvier 2011
- notre usine de glaces B&J's à Hellendoorn a installé un biofermenteur et une « machine vivante* » qui produit du biogaz à partir des déchets obtenus lors du processus de fabrication des glaces. Ce système fournit de l'énergie à l'usine et permet de réduire les émissions de CO₂ de 500 tonnes par an
- notre usine de margarine de Rotterdam a installé une centrale électrocalogène qui permet des réductions d'énergie de 25%.

Ensemble, ces mesures nous permettront d'atteindre notre objectif de réduction d'émissions de CO₂ de 50% dès 2011, 4 ans avant notre date limite de 2015.

Réduction des émissions de GES générés par nos activités de distribution

Entre 2010 et 2015, à travers tout le Benelux, nous parviendrons à réduire de 25% les émissions de GES générées par nos activités de stockage et de transport. Pour ce faire, nous allons :

- consolider notre réseau d'entrepôts et introduire des bonnes pratiques, telle que l'éclairage basse énergie et des panneaux solaires
- réduire le temps passé sur les routes, par une collaboration horizontale avec la chaîne logistique de tierces parties, l'élaboration d'un nouveau concept de groupage, l'utilisation de la technique du gerbage et de remorques à plancher amovible, une meilleure collaboration avec nos clients et autres fabricants, et le recours plus systématique au transport par rail – fin 2010, 30% du transport international d'Unilever se fera par rail
- chercher à éliminer les pertes et optimiser le processus de remballage.

Réduction des émissions de GES dans nos bureaux

En 2011, le bureau deBrug de Rotterdam sera équipé d'un nouveau système d'entretien du bâtiment, ce qui nous permettra d'optimiser les programmes de chauffage. De concert avec la transition à « l'énergie vert foncé », nous réduirons, rien que pour cette année, les émissions de CO₂ générées par nos bureaux de 25% par rapport à 2008.

Pour les bureaux, un plan de route détaillé a été mis au point en 2009. Il brosse un tableau des petites actions qui, ensemble, font une grande différence, avec des exemples allant de l'élaboration d'une politique de voitures « vertes » en leasing à l'augmentation de l'utilisation de détecteurs de mouvement. Notre objectif est de réduire les émissions de CO₂ de 15% supplémentaires d'ici 2015.

Partenaires

Nous avons collaboré avec le consortium d'ONG néerlandais « HIER » afin de produire pour l'Europe des glaces Ben & Jerry's neutres pour le climat dans notre usine de glaces à Hellendoorn.

Objectifs de partenariats futurs

Nous collaborerons avec une série de partenaires pour aider les gens à réduire leurs émissions de dioxyde de carbone lorsqu'ils utilisent nos produits à domicile.

DÉCHETS

Réduction des emballages et du papier

Nous disposons de programmes d'amélioration continue en matière de réduction des déchets. Dans notre usine de glaces à Hellendoorn, les cadres opérationnels eux-mêmes sont à l'origine d'une innovation pour l'emballage du pot de 150 ml de glace Ben & Jerry's. Il consiste à utiliser un emballage en film rétractable plutôt que des cartons, ce qui nous a permis de réduire le nombre de transports par camion de 60 unités par an pour la distribution à travers l'Europe. Tous nos sites mettent en œuvre de nombreuses initiatives, modestes ou de plus grande envergure, afin de constamment réduire les emballages et le papier utilisé.

* Une « machine vivante » est une forme de traitement biologique des eaux usées qui reproduit la fonction nettoyante des 'marécages'.



EAU

Même si le Benelux n'est pas une région affectée par les pénuries d'eau, notre objectif consiste à réduire la quantité d'eau potable utilisée dans nos bureaux de 25%, et de 40% dans nos usines d'ici 2015, par rapport à 2008. Dans cette perspective, plusieurs initiatives de réduction de la consommation d'eau dans notre usine de margarine de Rotterdam ont permis de réduire de 20% les eaux de refroidissement provenant de la rivière.

À travers toute l'Europe, notre plan « Pour une planète plus propre » (voir section sur les émissions de GES) a permis une réduction de 77 millions de litres d'eau dans notre catégorie produits lessiviels entre 2007 et 2009.

APPROVISIONNEMENT DURABLE

Huile de palme durable

Notre objectif mondial consiste à acheter toute notre huile de palme auprès de sources durables certifiées d'ici 2015. En 2010, 100% des besoins en huile de palme de notre production au sein du Benelux étaient couverts par des certificats Green Palm pour une huile de palme durable.

Papier et carton durable ou recyclé

Fin 2010, 62% du papier d'emballage utilisé sur nos sites de production du Benelux proviendront de forêts gérées durablement ou de matériaux recyclés.

Thé durable

Nous avons été le premier producteur de thé à s'engager à s'approvisionner, pour tous ses sachets de thé, auprès de plantations disposant du certificat de la Rainforest Alliance™. Pour 2010, nous nous approvisionnerons pour tous nos sachets de thé Lipton Yellow Label vendus en Europe occidentale auprès de plantations disposant du certificat Rainforest Alliance™.

Aux Pays-Bas, les premiers sachets pyramidaux Lipton Green Tea arboreront le certificat Rainforest Alliance™ dès octobre 2010 alors qu'en Belgique, les sachets de thé Lipton Yellow Label proviennent entièrement de plantations disposant du certificat Rainforest Alliance™.

Fin 2011, **100%** des parfums Ben & Jerry's dans le Benelux seront certifiés Fairtrade. Cela signifie que

42 ingrédients différents (morceaux, tourbillons et arômes) sont ou seront certifiés Commerce équitable, impliquant plus de

22.000 petits agriculteurs.



Knorr utilise 85% d'ingrédients provenant de l'agriculture. D'ici 2012, tous les fournisseurs Knorr de légumes et de fines herbes se seront engagés dans le programme d'agriculture durable « Growing for the Future », impliquant ainsi leurs producteurs dans des plans d'action d'amélioration.

Nous achèterons **50%** de nos 13 principaux légumes et fines herbes auprès de sources durables d'ici 2012, et **100%** d'ici 2015.



Produits laitiers durables pour Ben & Jerry's

Ben & Jerry's a lancé en 2003 un programme d'agriculture laitière durable auprès des agriculteurs et des ONG (organisations non gouvernementales) néerlandais afin d'élaborer des directives pour une agriculture laitière durable. Depuis 2008, tous nos parfums, excepté nos sorbets, arborent le logo Caring Dairy sur l'emballage, ce qui signifie une garantie que 95% au moins des ingrédients laitiers sont produits selon les normes Caring Dairy.

Œufs de poules élevées en plein air

Depuis mars 2010, la mayonnaise Calvé en vente aux Pays-Bas est fabriquée avec des œufs de poules élevées en plein air, suivant en cela l'exemple de Ben & Jerry's, qui est passé à ce type d'œufs dès 2004 déjà.

Cacao durable

Chez Unilever, le cacao représente 4% de nos approvisionnements totaux en matières premières agricoles. Nous utiliserons du cacao provenant de sources durables pour nos glaces Magnum d'ici 2015. Tout le cacao restant proviendra de sources durables d'ici 2020.

Partenariats

En juin 2010, Unilever Pays-Bas a signé l'Actieplan Duurzame Handel (plan d'action pour le Commerce durable) dont l'exécution est confiée à l'Initiatief Duurzame Handel (IDH – Initiative pour le Commerce durable). La mission de l'IDH consiste à stimuler et à augmenter le concept de durabilité sur les principaux marchés de marchandises. Plus particulièrement, Unilever Pays-Bas a signé les accords IDH cacao durable afin de s'assurer un approvisionnement durable de tout son cacao d'ici 2025. D'ici 2020, Unilever souhaite s'approvisionner entièrement en cacao auprès de l'agriculture durable.

Unilever Benelux
BP 160
3000 AD Rotterdam
Pays-Bas
+31 (0)10 439 49 11

Boulevard de l'Humanité 292
1190 Bruxelles
Belgique
+32 (0)2 333 66 66

Novembre 2010

