

Unilever doet ambitieuze nieuwe toezeggingen voor een afvalvrije wereld

7-10-2019

Londen/Rotterdam: Unilever, eigenaar van merken zoals Dove, Ben & Jerry's, Lipton en Omo heeft ambitieuze nieuwe toezeggingen gedaan om haar plasticafval te verminderen en bij te dragen aan de transitie naar een circulaire economie voor plastic.

Unilever heeft bevestigd dat het bedrijf tegen 2025:

- Het gebruik van nieuw plastic zal halveren, door het absolute gebruik van plastic verpakkingen met meer dan 100.000 ton te reduceren en het gebruik van gerecycled plastic sneller te laten groeien.
- Meer plastic verpakkingen zal helpen inzamelen en verwerken dan het verkoopt.



Met deze nieuwe doelstellingen is Unilever het eerste grote wereldwijde consumentengoederenbedrijf dat zich verplicht tot een absolute reductie van plastic in haar portfolio.

Unilever ligt op schema om eerdere doelstellingen te realiseren. Zo zal zij ervoor zorgen dat alle plastic verpakkingen herbruikbaar, recyclebaar of composteerbaar zijn tegen 2025 en zal zij, eveneens tegen 2025, ten minste 25% gerecycled plastic in haar verpakkingen gebruiken.

Alan Jope, CEO van Unilever: "Plastic heeft zijn plaats, maar niet in het milieu. We kunnen plasticafval alleen verminderen door snel te handelen en door radicaal actie te ondernemen. Op alle punten in de plasticketen.

Ons uitgangspunt moet liggen bij het ontwerp - dus bij de vermindering van de hoeveelheid plastic die we gebruiken - om er vervolgens voor te zorgen dat het plastic dat we gebruiken steeds meer uit gerecyclede bronnen komt. We hebben ons eerder al als doel gesteld te zorgen dat al onze plastic verpakkingen herbruikbaar, recyclebaar of composteerbaar zijn.

Dit vereist een fundamentele heroverweging van de benadering van onze verpakkingen en producten. We moeten hiervoor nieuwe, innovatieve verpakkingsmaterialen introduceren en nieuwe businessmodellen opschalen, zoals verpakkingen die herbruikbaar zijn en opnieuw gevuld kunnen worden. Dit moet met een ongeken

De nieuwe toezeggingen houden in, dat Unilever tegen 2025 jaarlijks ongeveer 600.000 ton plastic zal helpen inzamelen en verwerken. Dit zal worden gerealiseerd via investeringen en partnerschappen die de infrastructuur voor afvalbeheer verbeteren in veel van de landen waarin Unilever opereert.

Jope voegt toe: "Onze visie is een wereld waarin iedereen samenwerkt om ervoor te zorgen dat plastic in de economie, maar buiten het milieu blijft. Ons plastic is onze verantwoordelijkheid en daarom doen we de toezegging om meer in te zamelen dan we verkopen, als onderdeel van ons streven naar een circulaire economie. Dit is een enorm uitdagende, maar tegelijkertijd spannende taak die zal bijdragen aan de groei van de wereldwijde vraag naar gerecycled plastic."

Ellen MacArthur, oprichter van de Ellen MacArthur Foundation: "De aankondiging die Unilever vandaag doet, is een belangrijke stap in het creëren van een circulaire economie voor plastic. Door onnodige verpakkingen te verwijderen via innovaties zoals verpakkingen die herbruikbaar zijn of opnieuw gevuld kunnen worden, en concentraten, gecombineerd met een toenemend gebruik van gerecycled plastic, laat Unilever zien hoe bedrijven steeds minder afhankelijk kunnen worden van nieuw plastic. We sporen anderen aan om hun voorbeeld te volgen, om samen het onnodige plastic te verwijderen, te innoveren, zodat wat we wel nodig hebben circulair wordt en om uiteindelijk een economisch systeem op te zetten waarin plastic verpakkingen nooit afval worden."

Sinds 2017 werkt Unilever aan een heel nieuwe benadering van plastic verpakkingen volgens het principe van 'Less, Better, No Plastic'.

Via Less Plastic heeft Unilever gezocht naar nieuwe manieren om producten te verpakken en te leveren, waaronder het gebruik van de nieuwe Cif supergeconcentreerde Eco-navulverpakkingen waardoor er 75% minder plastic nodig is, en nieuwe navulstations voor shampoo en wasmiddel in winkels, universiteiten en mobiele verkooppunten in Zuidoost-Azië.

Better plastic heeft bijvoorbeeld geleid tot baanbrekende innovaties zoals het nieuwe detecteerbare pigment dat wordt gebruikt door Axe en TRESemmé, waardoor zwart plastic recyclebaar wordt, omdat het nu kan worden gedetecteerd en gesorteerd door scanners in recyclingfaciliteiten.

Als onderdeel van No plastic heeft Unilever innovaties op de markt gebracht zoals shampoo's, navulbare tandpastatabletten, kartonnen deodorantsticks en tandenborstels van bamboe. Het bedrijf is ook lid geworden van het Loop-platform, dat nieuwe manieren onderzoekt om herbruikbare producten aan huis te bezorgen en daar ook weer in te zamelen.

Als onderdeel van de aankondiging van vandaag heeft Unilever een video op haar website geplaatst waarin het probleem van plastic in de oceaan aangekaart wordt en waarin het bedrijf de belofte doet om zijn aandeel te leveren om 'de blauwe planeet weer blauw te maken'.



Opmerking voor redacteuren

Unilevers voetafdruk van plastic verpakkingen bedraagt vandaag de dag ongeveer 700.000 ton per jaar (met inbegrip van recente acquisities).

Het bedrijf doet vandaag twee toezeggingen:

1) Vermindering van onze verpakkingen van nieuw plastic met 50% tegen 2025, waarvan een derde (meer dan 100.000 ton) voortkomt uit een absolute reductie van plastic.

Meer dan 100.000 ton komt voort uit een absolute reductie door investeringen in verpakkingen voor meervoudig gebruik (herbruikbaar en/of navulbaar), oplossingen zonder plastic (alternatieve verpakkingsmaterialen of onverpakte producten) en het verminderen van de hoeveelheid plastic in bestaande verpakkingen (concentratie). De overige reductie bestaat uit het vervangen van niet-gerecyclede plastic verpakkingen door gerecycled plastic. Unilever gaat metingen doen van het totale aantal tonnen nieuwe plastic verpakkingen dat elk jaar wordt gebruikt ten opzichte van het totale aantal nieuwe plastic verpakkingen die in 2018 zijn gebruikt. Als gevolg van deze toezegging verplicht Unilever zich ertoe om tegen 2025 een voetafdruk van nieuwe plastic verpakkingen van maximaal 350.000 ton te hebben.

2) Tegen 2025 meer plastic verpakkingen helpen inzamelen en verwerken dan we verkopen.

Volgens de toezeggingen van Unilever moet het bedrijf tegen 2025 jaarlijks ongeveer 600.000 ton plastic helpen inzamelen en verwerken. Dit is minder dan onze huidige voetafdruk van 700.000 ton plastic verpakkingen omdat de absolute reductie van 100.000 ton die we hierboven hebben beloofd in dit cijfer is verwerkt.

Unilever zal deze toezegging nakomen door:

- Directe investeringen en partnerschappen op het gebied van afvalinzameling en verwerking
- Aankoop en gebruik van gerecycled plastic in zijn verpakkingen
- Deelname aan uitgebreide verantwoordelijkheidsprogramma's voor producenten waarbij Unilever rechtstreeks betaalt voor de inzameling van zijn verpakkingen

Unilever zal metingen doen van het totale aantal tonnen plastic verpakkingen die het in een jaar heeft helpen inzamelen en verwerken in verhouding tot de hoeveelheid plastic verpakkingen die het bedrijf gebruikt.

In de afgelopen vijf jaar heeft Unilever met veel partners samengewerkt om plastic verpakkingen in te zamelen, waaronder het Ontwikkelingsprogramma van de Verenigde Naties, om verpakkingen in heel India te scheiden, in te zamelen en te recyclen. Bovendien heeft het bijgedragen aan de oprichting van bijna 3.000 afvalbanken in Indonesië, wat meer dan 400.000 mensen de mogelijkheid biedt om hun afval te recyclen. In Brazilië heeft Unilever een langdurige samenwerking met retailer Grupo Pão de Açúcar om afval te helpen inzamelen via afgiftestations.

Unilever PLC
Unilever House
100 Victoria Embankment
Londen EC4Y 0DY
Verenigd Koninkrijk

Press-Office.London@Unilever.com

Unilever NV
Weena 455
3013AL Rotterdam

<http://www.unilever.nl>

+31 (0) 10 217 4000
mediarelations.rotterdam@Unilever.com

Safe Harbour

Where relevant, these actions are subject to the appropriate consultations and approvals.

This announcement may contain forward-looking statements, including 'forward-looking statements' within the meaning of the United States Private Securities Litigation Reform Act of 1995. Words such as 'will', 'aim', 'expects', 'anticipates', 'intends', 'looks', 'believes', 'vision', or the negative of these terms and other similar expressions of future performance or results, and their negatives, are intended to identify such forward-looking statements. These forward-looking statements are based upon current expectations and assumptions regarding anticipated developments and other factors affecting the Unilever Group (the 'Group'). They are not historical facts, nor are they guarantees of future performance.

Because these forward-looking statements involve risks and uncertainties, there are important factors that could cause actual results to differ materially from those expressed or implied by these forward-looking statements. Among other risks and uncertainties, the material or principal factors which could cause actual results to differ materially are: Unilever's global brands not meeting consumer preferences; Unilever's ability to innovate and remain competitive; Unilever's investment choices in its portfolio management; inability to find sustainable solutions to support long-term growth; the effect of climate change on Unilever's business; customer relationships; the recruitment and retention of talented employees; disruptions in our supply chain; the cost of raw materials and commodities; the production of safe and high quality products; secure and reliable IT infrastructure; successful execution of acquisitions, divestitures and business transformation projects; economic and political risks and natural disasters; financial risks; failure to meet high and ethical standards; and managing regulatory, tax and legal matters. These forward-looking statements speak only as of the date of this announcement. Except as required by any applicable law or regulation, the Group expressly disclaims any obligation or undertaking to release publicly any updates or revisions to any forward-looking statements contained herein to reflect any change in the Group's expectations with regard thereto or any change in events, conditions or circumstances on which any such statement is based. Further details of potential risks and uncertainties affecting the Group are described in the Group's filings with the London Stock Exchange, Euronext Amsterdam and the US Securities and Exchange Commission, including in the Annual Report on Form 20-F 2019 and the Unilever Annual Report and Accounts 2019.

Meer over deze onderwerpen te weten komen

Duurzaam Leven

VOLG ONS

We zijn altijd op zoek naar mensen die geïnteresseerd zijn in een duurzame toekomst.



CONTACT

Neem contact op met Unilever en onze teams.

CONTACTINFORMATIE

Unilever Nederland
© Unilever 2020

| [Veelgestelde vragen](#) | [Wat zit er in onze producten?](#) | [Gebruiksvoorwaarden website](#) | [Toegankelijkheid website](#) | [Cookie Statement](#) | [Privacy Statement](#) | [Sitemap](#) | [RSS](#) | [Toegankelijkheid website](#)

