

Unilever

Participación activa



AGOSTO DE 2023

Comunicación promocional



El tema.

Unilever, líder en productos para el hogar y el cuidado personal (64 %), es también uno de los cinco mayores fabricantes de alimentos envasados a nivel mundial (21 800 M€, o el 36 % de los ingresos).¹ Con sede en Londres, tiene empleados en 100 países y productos en 190 países. Los gobiernos de todo el mundo intentan luchar contra la obesidad, que, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, se ha casi triplicado desde 1975.² El entorno normativo cada vez mayor y las tendencias de los consumidores requieren dietas más saludables.

Como líder de la industria y posiblemente la compañía de alimentos más extendida geográficamente, Unilever ha sido pionera en la transparencia nutricional. La empresa desempeña inevitablemente un papel a la hora de establecer unas normas globales y unas mejores prácticas para la industria de los alimentos envasados.

La empresa es líder en transparencia nutricional en relación con la industria de los alimentos envasados, pero Candriam y otros inversores creen que toda la industria ha sido lenta para mejorar sus productos y su presentación de informes.

Unilever tiene su propio modelo de perfil de nutrientes,³ aunque no estaba claro si estaba alineado con las normas o los reglamentos respaldados por el gobierno. La empresa publicó y siguió unos objetivos, como la sal en su línea de productos o el azúcar en su línea de helados. Unilever declaró que el 61 % de sus ventas de alimentos y bebidas en 2020 provinieron de productos con "altos estándares nutricionales", y se comprometió a aumentar este porcentaje al 70 % para el 2022.⁴

A Candriam y a otros inversores les preocupaba que los informes ofrecidos por Unilever no ofrecieran la información necesaria para realizar un seguimiento independiente de su progreso con respecto a las normas y reglamentos del gobierno. ATNI (ver recuadro) calculó que solo el 17 % de los productos de alimentos y bebidas globales de Unilever podrían considerarse "más saludables"⁵ Esto situó a Unilever en el segundo de la industria; una vez más, a los inversores les gustaría ver una mejora en toda la industria.

¹ Por ingresos. Informe anual de Unilever de 2022, páginas 52-3. [Unilever-Informe Anual y Cuentas-2022.pdf](#). Consultado el 27 de junio de 2023.

² Organización Mundial de la Salud, sala de prensa, 9 de junio de 2021. [Obesidad y sobrepeso \(who.int\)](#). Consultado el 10 de julio de 2023.

³ El Modelo de perfil de nutrientes es el modelo y los estándares nutricionales internos y propios de Unilever.

⁴ ShareAction, 2022. Resolución de dietas saludables especiales en Unilever PLC para su consideración en la JGA de 2022. [Unilever-Resolution-2022.pdf \(assets-servd.host\)](#), consultado el 27 de junio de 2023.

⁵ ATNI, informe más reciente sobre Unilever, 2021. [Unilever - Acceso a la nutrición](#). Consultado el 10 de julio de 2023.

Transparencia y presentación de informes: **ATNI**

ATNI, o la [Iniciativa de Acceso a la Nutrición](#), es la organización líder mundial en evaluación comparativa de la nutrición. Fundada en 2013 con el fin de transformar el mercado de los alimentos envasados para que estos productos puedan ser sostenibles, asequibles y parte de una dieta "saludable", el grupo sin ánimo de lucro trabaja con empresas de alimentos, inversores, responsables políticos y grupos de consumidores. Candriam, al igual que los inversores, recurre a ATNI para obtener datos independientes y comparables.

La organización es líder en la definición de una evaluación comparativa de la nutrición y publica el índice Global ATNI cada dos (o tres) años.

Dado que los fabricantes suelen utilizar sus propios sistemas de medición y los gobiernos ofrecen definiciones y estándares nacionales, ATNI ofrece mediciones que se pueden comparar entre fabricantes y países, así como comprobar de forma independiente.

[Nutrición positiva | Unilever](#)



La historia hasta ahora.

La implicación puede dar lugar a un "círculo virtuoso".

Desde 2018, Candriam ha sido miembro de un grupo de trabajo de ATNI y se ha comprometido con Unilever para mejorar las prácticas de la empresa y la transparencia de la nutrición. Además, se ha comprometido personalmente con Unilever desde 2019 acerca del azúcar en los productos alimenticios. La nutrición está vinculada a la salud, y la mala nutrición está vinculada a una serie de enfermedades crónicas, un coste considerable para las economías en términos de productividad laboral y, en muchos casos, para los presupuestos federales. Los países están introduciendo cada vez más requisitos normativos o impuestos para exigir o fomentar una mejor nutrición. Las expectativas de los consumidores sobre la nutrición y la transparencia de la información nutricional están aumentando, y los inversores están tomando nota de todos estos elementos.

Unilever ha progresado, pero al igual que ocurre con la industria agroalimentaria en general, ese progreso está por debajo de nuestras expectativas. En 2021, nos unimos a la coalición de inversores Healthy Markets, liderada por ShareAction, para presentar una resolución de accionistas sobre objetivos nutricionales

Y repetimos.

¡Todo un éxito! Unilever ha trabajado con sus accionistas y ha "aumentado la apuesta". Además, y tal como esperaban los inversores activos, desde entonces le han seguido dos empresas adicionales de alimentos de entre las cinco principales del mundo, elevando los estándares con los que se juzga a la industria.

En noviembre de 2022, **Nestlé**, la empresa de alimentos más grande del mundo por ingresos, prometió públicamente transparencia en la nutrición, con el uso específico de la metodología ATNI ampliamente aceptada e informes

y transparencia nutricional programada para la JGA de 2022. Entre otras razones, elegimos Unilever por su **influencia** en una industria competitiva, su tamaño, la longitud de su cadena de suministro y su enfoque sobre la nutrición positiva y la salud y el bienestar como parte de su declaración de objetivos fundamentales.

En marzo de 2022, [Unilever anunció](#) su decisión de informar públicamente sobre la rentabilidad de su cartera global de productos, y dieciséis mercados específicos, en comparación con seis modelos de perfil de nutrientes respaldados por el gobierno, así como sus propios estándares nutricionales más altos, tanto en términos de volumen como de ingresos. Es la primera empresa internacional de alimentos que asume tal compromiso. El grupo de accionistas **retiró nuestra resolución** y acordó vigilar de cerca la evaluación comparativa de Unilever y permanecer en contacto con Unilever durante este proceso.

En octubre de 2022, Unilever [lo puso en práctica](#) utilizando su modelo de perfil de nutrientes. Unilever usó encuestas dietéticas del Reino Unido, Francia, Brasil, EE. UU. y China para demostrar una reducción en la ingesta de energía, azúcar, sal y ácidos grasos saturados.

sobre carteras de productos seleccionados en 14 países bajo las metodologías respaldadas por el gobierno de cada país. Situada en el primer lugar en el índice Global ATNI de 2018 a 2021, seguimos comprometidos con Nestlé en sus reformulaciones y estrategias para mejorar su proporción de ventas generadas por productos saludables.⁶

En marzo de 2023, **Danone**, otra de las cinco principales empresas internacionales de alimentos, revisó sus objetivos nutricionales y sus informes nutricionales,

⁶ Alarabiya.net, Bloomberg, 22 de marzo de 2023. [Nestlé obtiene un tercio de las ventas de alimentos considerados poco saludables, según la calificación de la empresa | Al Arabiya English](#), consultado el 6 de julio de 2023. Comunicado de prensa de Nestlé, 17 de noviembre de 2022.

⁷ FoodNavigator Europe, 6 y 21 de marzo de 2023. ["El 90 % de nuestra cartera cumplirá el HFSS": Una investigación pormenorizada sobre los nuevos compromisos de salud de Danone en el Reino Unido e Irlanda](#), consultado el 6 de julio de 2023. El acrónimo HFSS significa *alto contenido de grasa, sal y azúcar*. Unilever



aunque solo en el Reino Unido e Irlanda.⁷ Danone también se comprometió a que el 90 % de las ventas por volumen se calificaran como "saludables" según el sistema Health Star utilizado por ATNI. Seguimos participando para alentar a la empresa, clasificada en el cuarto lugar en el índice Global ATNI, a respaldar la extensión de sus objetivos nutricionales en toda la empresa.

El resto de la industria alimentaria, incluidos Kraft Heinz y Kellogg, con sede en EE. UU., proporcionan la información nutricional utilizando sus propios criterios. Preferiríamos que esta información estuviera alineada con estándares que permitan a los accionistas y las partes interesadas hacer comparaciones de manera fácil y sencilla.

¿Próximos pasos?

Seguimos comprometidos, tanto individualmente como en colaboración con las principales empresas de alimentos envasados. Preferimos ser socios y acompañar a los emisores en su aventura a medida que continúan mejorando la transparencia y las prácticas. Trabajar con *Unilever* y sus homólogos, compartiendo las mejores prácticas de un líder del mercado con otros participantes líderes de la industria, crea un círculo

virtuoso que impacta en todo el mercado y en la cadena de suministro

En lugar de establecer un estándar definitivo, esperamos que, colectivamente, todos nos estemos embarcando en un viaje ascendente a largo plazo para los inversores y la sociedad.



Le siguieron otras dos empresas de alimentos de entre las cinco principales, lo que elevó los estándares de la industria.



**139.000
mill. de €**

**en activos gestionados
Diciembre de 2022***



600

**expertos
a su servicio**



+25 años

**liderando el camino
en inversión sostenible**

Esta comunicación promocional se ofrece exclusivamente con una finalidad informativa, no constituye una oferta de compra o venta de instrumentos financieros, no supone una recomendación de inversión y no confirma ningún tipo de operación, excepto cuando se acuerde expresamente. A pesar de que Candriam selecciona cuidadosamente los datos y las fuentes de este documento, no se puede excluir a priori la existencia de algún error u omisión. Candriam no se hace responsable de ninguna pérdida directa o indirecta como resultado del uso de este documento. Los derechos de propiedad intelectual de Candriam se deben respetar en todo momento, no pudiéndose reproducir el contenido del documento sin una autorización previa por escrito.

Candriam recomienda a los inversores que consulten, a través de nuestra web www.candriam.com, los datos fundamentales para el inversor, los folletos informativos y cualquier otra información relevante antes de invertir en uno de nuestros fondos, incluido el valor liquidativo neto ("VL" o "NAV" en sus siglas en inglés) de los mismos. Esta información está disponible en inglés y en un idioma nacional de cada país donde el fondo está autorizado para su comercialización.

*A partir del 31/12/2022, Candriam cambió la metodología de cálculo de los activos gestionados, que ahora incluyen ciertos activos, como activos gestionados no discretivos, selección de fondos externos, servicios de superposición, incluidos los servicios de análisis ESG, servicios [de consultoría de asesoramiento], servicios de marca blanca y servicios de carteras modelo que no se clasifican como activos gestionados regulatorios, tal como se definen en el Formulario ADV de la SEC. Los activos gestionados se expresan en USD. Los activos gestionados no denominados en USD se convierten al tipo de cambio al contado a 31/12/2022.



**CANDRIAM. INVESTING FOR TOMORROW.
WWW.CANDRIAM.COM**

CANDRIAM 
A NEW YORK LIFE INVESTMENTS COMPANY