

Unilever

Active Engagement



AUGUSTUS 2023
Marketingcommunicatie



Het onderwerp.

Unilever, marktleider in huishoudelijke en persoonlijke verzorgingsproducten (64%), is ook één van de vijf grootste fabrikanten van verpakte voedingsmiddelen ter wereld (€ 21,8 miljard, oftewel 36% van de omzet).¹ Het hoofdkantoor is gevestigd in Londen, de onderneming heeft werknemers in 100 landen en producten in 190 landen. Wereldwijd proberen overheden de strijd aan te binden met obesitas, dat volgens de Wereldgezondheidsorganisatie sinds 1975 bijna verdrievoudigd is.² Toenemende regelgeving en consumententrends vragen om gezondere voeding.

Als marktleider en aantoonbaar het meest globaal actieve voedingsmiddelenbedrijf, is Unilever een pionier op het gebied van voedseltransparantie. Het bedrijf speelt noodzakelijkerwijs een rol in het vaststellen van wereldwijde normen en best practices voor de verpakte voedingsmiddelenindustrie.

Het bedrijf is toonaangevend op het gebied van voedingstransparantie in de industrie van verpakte voedingsmiddelen, maar Candriam en andere beleggers zijn van mening dat de hele industrie traag is met het verbeteren van haar producten en verslaglegging.

Unilever heeft haar eigen Nutrient Profiling Model (NPM)³ maar het was onduidelijk of dit was afgestemd op door de overheid goedgekeurde standaarden/regelgeving. Het bedrijf publiceerde en hield doelen bij, zoals zout in de hele productlijn, suiker in haar volledige gamma ijsproducten. Unilever meldde dat 61% van haar verkoop van voedingsmiddelen en dranken in 2020 bestond uit producten met "High Nutritional Standards" en beloofde dit te verhogen tot 70% in 2022.⁴

Candriam en andere beleggers waren bezorgd dat de rapportage die Unilever aanbiedt niet de informatie biedt die nodig is om onafhankelijk te kunnen nagaan of het bedrijf voldoet aan de normen en voorschriften van de overheid en de regelgevende instanties. Het ATNI (zie kader) berekende dat slechts 17% van Unilevers wereldwijde voedingsmiddelen en dranken als 'gezonder' kunnen worden beschouwd⁵ producten. Hiermee staat Unilever op de tweede plaats in de sector - ook hier zouden beleggers graag een verbetering in de hele sector zien.

¹ Naar omzet. Jaarverslag Unilever 2022, pagina 52-3. [Unilever-jaarverslag-en-jaarrekening-2022.pdf](#). Geraadpleegd op 27 juni 2023.

² Wereldgezondheidsorganisatie, newsroom, 9 juni 2021. [Obesitas en overgewicht \(who.int\)](#). Bekeken op 10 juli 2023.

³ The 'Nutritional Profiling Model' is Unilever's internal and proprietary nutritional model and standards.

⁴ ShareAction, 2022. Speciale gezondheidsdiëten resolutie bij Unilever PLC ter overweging in AvA 2022. [Unilever-Resolution-2022.pdf \(assets.servd.host\)](#), geraadpleegd op 27 juni 2023.

⁵ ATNI, meest recente rapport over Unilever, 2021. [Unilever - Toegang tot voeding](#). Bekeken op 10 juli 2023.

Transparantie en reporting: ATNI

ATNI, of het [Access to Nutrition Initiative](#), is de toonaangevende wereldwijde organisatie voor voedingsbenchmarking. De non-profit groep is opgericht in 2013 om de markt voor verpakte voedingsmiddelen te transformeren zodat deze producten duurzaam en betaalbaar kunnen zijn en deel kunnen uitmaken van een "gezond" dieet. De groep werkt samen met voedingsmiddelenbedrijven, beleggers, beleidsmakers en consumentengroepen. Candriam en andere beleggers kijken naar ATNI voor onafhankelijke en vergelijkbare gegevens.

De organisatie is toonaangevend op het gebied van voedingsbenchmarking en publiceert elke twee (of drie) jaar de Global ATNI Index.

Omdat fabrikanten vaak hun eigen meetsystemen gebruiken en overheden nationale definities en standaarden bieden, biedt ATNI graadmeters die kunnen worden vergeleken tussen fabrikanten en landen en die onafhankelijk kunnen worden geverifieerd.

Positieve voeding | Unilever



Het verhaal tot nu toe.

Engagement kan leiden tot een "**positieve spiraal**".

Candriam is sinds 2018 lid van een ATNI-werkgroep en werkt samen met Unilever om de praktijken en transparantie van het bedrijf op het gebied van voeding te verbeteren. Sinds 2019 zijn we ook één-op-één in dialoog met Unilever over suiker in voedingsmiddelen. Voeding is nauw verbonden met gezondheid, en slechte voeding is gekoppeld aan een aantal chronische ziekten, een grote kostenpost voor economieën in termen van arbeidsproductiviteit, en in veel gevallen ook voor federale begrotingen. Landen voeren steeds vaker wettelijke eisen of belastingen in om betere voeding verplicht te stellen of aan te moedigen. Consumenten verwachten steeds meer voeding en transparantie van voedingsinformatie, terwijl beleggers al deze elementen in de gaten houden.

Unilever heeft vooruitgang geboekt, maar net als de agrofoodsector in het algemeen bleef die vooruitgang achter bij onze verwachtingen. In 2021 hebben we ons aangesloten bij de coalitie van beleggers voor gezonde markten, onder leiding van ShareAction, om een aandeelhoudersresolutie in te dienen over voedingsdoelen en voedseltransparantie die is gepland voor de algemene vergadering van aandeelhouders

Herhaal.

Succes! Unilever heeft samengewerkt met haar aandeelhouders en 'de lat hoger gelegd'. Bovendien, en zoals verwacht door actieve beleggers, zijn er sindsdien nog twee top-vijf voedingsbedrijven gevolgd, waardoor de normen waarop de sector wordt beoordeeld zijn verhoogd.

In november 2022 beloofde **Nestlé**, 's werelds grootste voedingsmiddelenbedrijf op basis van inkomsten, openlijk transparantie over voeding, met specifiek gebruik van de algemeen aanvaarde ATNI-methodologie

in 2022. We hebben Unilever onder andere gekozen vanwege haar **invloed** in een concurrerende sector, haar omvang, de lengte van haar toeleveringsketen en haar focus op positieve voeding en gezondheid en welzijn als onderdeel van haar missie.

In maart 2022 [kondigde Unilever](#) haar besluit aan om de prestaties van haar wereldwijde productportefeuille en zestien specifieke markten openbaar te maken, afgezet tegen zes door de overheid goedgekeurde modellen voor voedingsprofielen en haar eigen 'Highest Nutritional Standards', zowel qua volume als qua omzet. Het is het eerste wereldwijde voedingsbedrijf dat een dergelijke verbintenis aangaat. De aandeelhoudersgroep **trok onze motie in** en stemde ermee in de benchmarking door Unilever nauwlettend te volgen en gedurende dit proces contact te houden met Unilever.

In oktober 2022 heeft Unilever [dit in de praktijk gebracht](#) aan de hand van haar NPM. Unilever gebruikte voedingsonderzoeken uit het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Brazilië, de Verenigde Staten en China om aan te tonen dat de inname van energie, suiker, zout en verzadigde vetzuren is afgenomen.

en rapportage over geselecteerde productportfolio's in 14 landen volgens de door de overheid goedgekeurde methodologieën van elk land. We staan op de eerste plaats in de wereldwijde ATNI-index van 2018 tot 2021 en blijven desondanks in gesprek met Nestlé over zijn herformuleringen en strategieën om het aandeel van de verkoop van gezonde producten te verbeteren⁶

In maart 2023 herzag **Danone** - een ander wereldwijd top-vijf voedingsbedrijf - zijn voedingsdoelen en -rapportage, zij het alleen in het VK en Ierland⁷ Danone verbond zich er

⁶ Alarabiya.net, Bloomberg, 22 maart 2023. [Nestlé haalt een derde van zijn omzet uit voedingsmiddelen die als ongezond worden beschouwd, volgens de beoordeling van het bedrijf | Al Arabiya English](#), bekeken op 6 juli 2023. Persbericht Nestlé, 17 november 2022. [Nestlé gaat transparantie bieden over de voedingswaarde van zijn portfolio \(nestle.com\)](#), bekeken op 6 juli, 2023.

⁷ FoodNavigator Europe, 6 en 21 maart, 2023. [90% van onze portfolio zal HFSS-conform zijn: A deepdive into Danone's new health commitments in UK and Ireland](#), Geraadpleegd op 6 juli 2023. De afkorting HFSS staat voor *hoog in vet, zout en suiker*. Unilever



ook toe dat 90% van de verkoop qua volume als "gezond" zal worden beoordeeld volgens het Health Star-systeem dat wordt gebruikt door ATNI. We blijven samenwerken om het bedrijf, dat op de vierde plaats staat in de Global ATNI Index, aan te moedigen zijn voedingsdoelen binnen het hele bedrijf uit te breiden.


De rest van de voedingsmiddelenindustrie, waaronder het Amerikaanse Kraft Heinz en Kellogg, rapporteert over voeding op basis van hun eigen criteria. We zouden liever zien dat ze rapporteren op basis van normen die aandeelhouders en stakeholders gemakkelijk kunnen vergelijken.

De volgende stappen?

We blijven zowel individueel als collectief samenwerken met de grootste bedrijven in verpakte voedingsmiddelen. We zijn liever partners, en willen emittenten begeleiden op hun weg naar meer transparantie en betere praktijken. Door samen te werken met Unilever en haar collega's en door best practices te verspreiden van één marktleider naar andere toonaangevende deelnemers in de sector,

ontstaat een positieve spiraal die van invloed is op de hele markt en de toeleveringsketen.

In plaats van een definitieve norm vast te stellen, hopen we dat we collectief allemaal beginnen aan een opwaarts pad op lange termijn voor beleggers en de samenleving.



Twee andere voedingsmiddelenbedrijven uit de top-vijf zijn gevolgd, waardoor de lat in de sector werd verhoogd.



139 miljard €

activa in beheer
op december 2022*



600

experten
tot uw dienst



+25 jaar

Koploper in
duurzaam beleggen

Deze marketingcommunicatie wordt uitsluitend ter informatie verstrekt en vormt geen aanbod om financiële instrumenten te kopen of te verkopen, noch een beleggingsaanbeveling of bevestiging van enigerlei transactie, tenzij uitdrukkelijk overeengekomen. Hoewel Candriam de gegevens en bronnen in dit document zorgvuldig selecteert, kunnen fouten of weglatingen niet a priori worden uitgesloten. Candriam kan niet aansprakelijk worden gesteld voor directe of indirecte schade als gevolg van het gebruik van dit document. De intellectuele eigendomsrechten van Candriam moeten te allen tijde worden gerespecteerd, de inhoud van dit document mag niet worden gereproduceerd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming.

Candriam raadt beleggers steeds aan om via onze website www.candriam.com de essentiële beleggersinformatie, het prospectus en alle andere relevante informatie te raadplegen alvorens in één van onze fondsen te beleggen, met inbegrip van de netto-inventariswaarde ("NIW") van de fondsen. Deze informatie is beschikbaar in het Engels of in lokale talen voor elk land waar het fonds mag worden gecommercialiseerd.

*Met ingang van 31/12/2022 heeft Candriam de berekeningsmethode voor het beheerd vermogen gewijzigd en het beheerd vermogen omvat nu bepaalde activa, zoals niet-discretionair beheerd vermogen, externe fondsenselectie, overlaydiensten, waaronder ESG-screeningsdiensten, [adviesdiensten], white labelingdiensten en diensten voor de levering van modelportefeuilles die niet in aanmerking komen als gereguleerd beheerd vermogen, zoals gedefinieerd in het formulier ADV van de SEC. Het beheerd vermogen wordt gerapporteerd in USD. Het beheerd vermogen dat niet in USD is uitgedrukt, wordt omgerekend tegen de contante koers op 31/12/2022.



CANDRIAM. INVESTING FOR TOMORROW.
WWW.CANDRIAM.COM

CANDRIAM 
A NEW YORK LIFE INVESTMENTS COMPANY