

Dichter bij
de natuur
in 2012



Vooruit op de duurzame weg

Vooruit op de duurzame weg

Voor u ligt ons derde duurzaamheidsverslag. U vindt hierin wat Arla Foods Nederland in 2012 allemaal heeft gedaan en bereikt op het gebied van duurzaamheid.

Om te beginnen zijn we in februari 2012 als eerste zuivelonderneming in Nederland gecertificeerd op niveau 3 van de MVO Prestatieladder. Daarmee bewijzen we te beschikken over een managementsysteem voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen dat stelselmatig rekening houdt met de verwachtingen van stakeholders. De stakeholderdialog die we daarvoor voeren, heeft ons ook in 2012 goed inzicht gegeven in hetgeen de groepen die voor Arla belangrijk zijn van ons verwachten. Onze doelstellingen en plannen hebben we daaraan stuk voor stuk getoetst. Met als resultaat: heldere prioriteiten waarvoor een breed draagvlak bestaat.

De ambities voor 2012 die we in ons vorige jaarverslag hebben genoemd, hebben we volledig gerealiseerd. Een paar voorbeelden:

- de herbenutting van warm water
- de plaatsing van extra energiemeters
- CO₂-reductie van transport
- afvallogo's op onze verpakkingen
- de introductie van drinkyoghurt *Arla Zin!* met stevia als natuurlijke zoetstof

U vindt alle resultaten van 2012 bij de vier thema's in dit verslag: *Klimaatneutraal*, *Terugdringen verspilling*, *Welzijn voor mens en dier* en *Transparantie*.

In een enkel geval, namelijk de CO₂-uitstoot van transport naar klanten, hebben we onze doelstelling voor 2020 nu al bereikt. Dat is voor ons geen reden om achterover te leunen. Integendeel, we gaan deze ambitie juist aanscherpen.

Maar in een ander geval staan we nog voor een stevige uitdaging. Dat geldt bij uitstek voor onze overall-doelstelling om in 2020 klimaatneutraal te zijn voor onze productie, verpakkingen en transport. Het moeilijke economische klimaat maakt het lastiger om grote investeringen te doen die een flinke stap voorwaarts mogelijk maken. Gelukkig zorgen vele kleine stappen samen ook voor resultaat: we brengen onze CO₂-uitstoot per liter product elk jaar verder terug.

Stap voor stap gaan we vooruit op de duurzame weg. We willen de duurzaamste leidende zuivelonderneming van Nederland zijn!

Andrew Simpson,
Managing Director Arla Foods Nederland



Arla en Dichter bij de natuur

Arla en Dichter bij de natuur

Natuurlijke zuivelproducten én een duurzame bedrijfsvoering. Dat typeert Arla Foods Nederland. In dit verslag leest u welke duurzaamheidsinitiatieven we in Nederland in 2012 hebben genomen en wat we daarmee hebben bereikt.

Het duurzaamheidsbeleid van Arla Foods Nederland is geworteld in het wereldwijde beleid van het concern Arla Foods voor Corporate Social

Responsibility (CSR) en in de Arla-filosofie *Closer to Nature (Dichter bij de natuur)*. Arla Foods als concern ondersteunt - bijvoorbeeld - de Global Compact van de Verenigde Naties. Dus committeert Arla Foods Nederland zich vanzelfsprekend ook aan de tien VN-principes voor ethisch ondernemen. Het concern publiceert jaarlijks een compleet CSR-verslag (op www.arla.com). In dit concernverslag vindt u alles wat

Arla Foods wereldwijd onderneemt op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (inclusief uitgebreide algemene bedrijfsinformatie zoals de organisatiestructuur, geconsolideerde omzetten et cetera). Arla Foods Nederland focust met haar duurzaamheidsprogramma *Dichter bij de natuur* - en dus ook met haar duurzaamheidsverslag - op de issues die voor de Nederlandse situatie het meest relevant zijn.



200 miljoen liter
verwerkte boerderijmelk



350 medewerkers

Arla Foods Nederland

“Wij maken natuurlijke zuivelproducten voor iedereen bereikbaar.” Dat is de missie van Arla Foods Nederland. We bieden zuivel met respect voor mens, dier en milieu. We maken deel uit van Arla Foods, een zuivelcoöperatie van ruim 12.000 melkveehouders in Denemarken, Zweden, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, België en Luxemburg, en de grootste producent van biologische zuivel in de wereld.

Arla Foods Nederland voorziet Nederland van dagverse zuivel (melk, karnemelk, yoghurt, vla enzovoort) geproduceerd in Nederland, houdbare zuivel uit Duitsland (sinds begin 2013), en kaas en boter uit Scandinavië. We voeren diverse sterke merken zoals: Arla, Castello, Lurpak, Melkunie, Friesche Vlag, Milk & Fruit en Breaker. Naast merkproducten leveren we zuivel voor huismerken. Arla Foods Nederland (officiële naam Arla Foods B.V.) is gevestigd in Nijkerk.

Het is onze ambitie om een leidende én duurzame zuivelonderneming te zijn. Dat wil zeggen een financieel gezond bedrijf dat met sterke merken en innovatieve producten bijdraagt aan een duurzame samenleving.

Een bedrijf waar mensen graag willen werken, klanten graag producten afnemen, boeren graag melk aan leveren, leveranciers graag mee samenwerken en waar aandeelhouders tevreden over zijn: vanwege het mooie duurzame bedrijf achter de mooie producten!





Strategie

Onze strategie is erop gericht in Nederland de duurzaamste leidende zuivelonderneming te zijn. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen - met als pijlers *natuurlijke producten*, *duurzame bedrijfsvoering* en *transparantie* - is dus essentieel.

In onze duurzaamheidsstrategie zijn drie elementen cruciaal: stakeholders waarmee Arla haar MVO-beleid

bepaalt, betrokkenheid van medewerkers en ketenverantwoordelijkheid. De strategische prioriteiten die hieruit voortvloeien zijn vertaald naar concrete doelstellingen die we uiterlijk in 2020 willen bereiken. Ze zijn verderop beschreven bij onze vier duurzaamheidsthema's *Klimaatneutraal*, *Terugdringen verspilling*, *Welzijn voor mens en dier* en *Transparantie*.

'Arla brengt je dichterbij de natuur' betekent:

- Wij voelen ons verbonden met de natuur. Bij al onze activiteiten is zorg voor de natuur steeds het uitgangspunt; met respect voor mens, dier en milieu.
- Als er een keuze is, kiezen wij voor natuurlijker, puurder en beter voor het milieu. Niet alleen voor onze producten en ingrediënten maar ook voor onze hele bedrijfsvoering. We weten dat er altijd ruimte is voor verbetering. We nemen onze verantwoordelijkheid om stap voor stap onze doelen te realiseren.
- We voorzien in de behoeften van vandaag zonder die van toekomstige generaties te schaden. Zo maken we het voor onze klanten en consumenten gemakkelijk om te kiezen voor verantwoorde zuivel én bij te dragen aan een duurzame wereld.



Klimaatneutraal



Terugdringen verspilling



Welzijn voor mens en dier



Transparantie

Duurzaamheidsprogramma Dichter bij de natuur

Duurzaamheidsprogramma Dichter bij de natuur

Ons duurzaamheidsprogramma *Dichter bij de natuur* heeft betekenis voor alle facetten van onze bedrijfsvoering: melk, ingrediënten, verpakkingen, productie, transport maar ook onze interne organisatie en onze maatschappelijke interactie. De initiatieven zijn geclusterd in vier thema's: *Klimaatneutraal*, *Terugdringen verspilling*, *Welzijn voor mens en dier* en *Transparantie*. We kiezen voor een proces van voortdurende verbetering. Stap voor stap realiseren we onze doelen op het gebied van duurzaam, natuurlijk ondernemen.

Van koe tot klant

Onze aanpak richt zich op de hele keten: van koe tot klant. We kijken dus naar de milieueffecten van onze eigen activiteiten maar ook naar die van onze leveranciers. We doen zaken met leveranciers die ook hun verantwoordelijkheid voor het milieu nemen. Sterker nog, we dagen ze uit om met producten en diensten te komen die onze hoge duurzaamheidseisen aan hen overtreffen.

Daarnaast werken we constructief samen met externe partijen zoals overheden, maatschappelijke organisaties en kennisinstututen.

Onze bedrijfsvoering beïnvloedt primair het welzijn van onze medewerkers. Bij Arla Foods Nederland komt veiligheid dan ook op de eerste plaats. Verder heeft onze bedrijfsvoering impact op het milieu. In de zuivelketen wordt 20% van de CO₂-uitstoot veroorzaakt door de productie en het transport van de zuivelproducten (80% van de CO₂-emissie ontstaat in de veehouderij). Daarnaast is voor het milieu de hoeveelheid afvalwater en verlies aan materiaal tijdens de productie van zuivelproducten het meest relevant.

Onze belangrijkste grondstof is melk. In 2012 hebben wij voor al onze dagverse merkproducten uitsluitend 'weidemelk' van Nederlandse herkomst gebruikt: melk van koeien die van het voorjaar tot in het najaar vrij in de wei lopen. Minstens 120 dagen per jaar en

minstens 6 uur per dag. Daarmee voldoen we aan de criteria van het Convenant Weidegang.

Via ons lidmaatschap van de brancheorganisatie NZO hebben we toegang tot de expertise van Nederlandse veehouders. Bovendien nemen we deel aan het NZO-initiatief Duurzame Zuivelketen waarvan CO₂-reductie een van de hoofddoelstellingen is. Ook voor verpakkingen en ingrediënten maken we zo veel mogelijk gebruik van de kennis en kunde bij leveranciers. We dagen ze uit om gezamenlijk duurzaamheidsprojecten op te pakken. Onze producten leveren we aan retailbedrijven en aan out of homekanalen (horeca, catering, benzine- en treinstations en zorginstellingen). Ook samen met deze afnemers nemen we graag duurzaamheidsinitiatieven. Andere externe partijen zijn eveneens belangrijk om invulling te geven aan onze ketenverantwoordelijkheid. Zo werken we voor issuemanagement bijvoorbeeld samen met het Landbouw Economisch Instituut.



MELK

PRODUCTIE

PRODUCTEN

VERPAKKINGEN

COLLEGA'S

ACTIVITEITEN

Duurzame inkoop

Bij onze inkoop van producten en diensten streven we naar langdurige relaties met onze leveranciers en samenwerkingstrajecten in de keten. Arla heeft duurzaamheid verankerd in het afwegingskader voor al haar inkopen en investeringen. Speciale aandacht is er voor mensenrechten en milieuaspecten in de keten. Belangrijke aandachtspunten zijn het voorkomen van corruptie, kinderarbeid, gedwongen arbeid en discriminatie, het zeker stellen dat vrijheid van vereniging en collectieve arbeidsonderhandelingen niet worden belemmerd, en dat burgerrechten en politieke, sociaal-economische en andere fundamentele rechten worden gerespecteerd. We geven hier op allerlei manieren invulling aan. Zo hanteren we een Code of Conduct voor leveranciers. Tijdens de contacten met leveranciers (oriëntatie en selectie,

specificatie, contractering en evaluaties) bevragen we hen actief op hun duurzaamheidsprestaties en -initiatieven. En in onze specificaties nemen we concrete duurzaamheids-criteria op. Ook bij investeringen in kapitaalgoederen en bij levering van diensten is duurzaamheid een belangrijk wegingscriterium. Dat betekent bijvoorbeeld dat we kijken naar het energieverbruik van aan te schaffen machines en naar de autokilometers die voortkomen uit de diensten die we inkopen.

In 2012 heeft Arla op concernniveau het 'supplier assessment process' versterkt. Daarmee worden leveranciers aan de hand van een vragenlijst beoordeeld op ethische en sociale verantwoordelijkheid, milieuzorg, voedselveiligheid en productkwaliteit. Zo selecteren we de leveranciers die aan de Arla-eisen voldoen.

Stakeholderdialoog

Om stelselmatig rekening te houden met de verwachtingen van de stakeholders voeren we een stakeholderdialoog. Daarvoor hebben we de stakeholders geselecteerd die voor Arla Foods Nederland het meest relevant zijn. Ze vertegenwoordigen groepen als NGO's op het gebied van dier en milieu, brancheorganisaties, leveranciers, klanten, overheid, consumenten, financiële instellingen, concurrenten, media en uiteraard ook onze medewerkers. Met alle stakeholders voeren we een dialoog rond vragen als: *Welke duurzaamheidsthema's zouden volgens u bij Arla de hoogste prioriteit moeten krijgen?* en *Heeft u wensen of ideeën over samenwerking met Arla op het gebied van duurzaamheid?* Na de gesprekken maken we een samenvatting van de verwachtingen die de verschillende stakeholders hebben

geuit. Deze verwachtingen vergelijken we vervolgens met de Arla-doelstellingen en de issues die prioriteit hebben vanuit de MVO Prestatieladder en ISO 26000. De resultaten van de acties die hieruit volgen, koppelen we terug naar de stakeholders. Daarna volgen nieuwe gesprekken met stakeholders. Zo toetsen we stelselmatig of ons beleid aansluit op de verwachtingen van belanghebbenden.

Vaststelling MVO-issues

Arla Foods Nederland heeft zorgvuldig in kaart gebracht wat voor haar onderneming de belangrijkste issues zijn en hoe zij deze direct kan beïnvloeden. Allereerst hebben we op basis van eigen inzichten de meest belangrijke issues geselecteerd. Daarbij is de aanpak gevolgd van de ISO 26000-richtlijn, bestaande uit drie stappen:

Relevantie bepalen, Significantie bepalen en Prioriteit bepalen. Vervolgens hebben we het resultaat getoetst aan de bevindingen uit de stakeholderdialoog. Onze doelstellingen en de wensen van stakeholders bleken zodanig overeen te komen dat aanpassing van de issues niet noodzakelijk was. De belangrijkste MVO-issues die Arla zo samen met de stakeholders heeft bepaald voor 2012 zijn: behoorlijk bestuur, gezondheid en veiligheid van werknemers, gezondheid en veiligheid van consumenten, grondstoffen, energie, water, biodiversiteit, uitstoot, afvalwater en afvalstoffen.

Verankering in het bedrijf

In februari 2012 is Arla Foods Nederland, als eerste zuivelonderneming in Nederland, gecertificeerd op niveau 3 van de MVO Prestatieladder. Daarmee bewijzen we te beschikken over een managementsysteem voor Maatschap-

pelijk Verantwoord Ondernemen dat stelselmatig rekening houdt met de verwachtingen van stakeholders. Met de MVO Prestatieladder hebben we de verdere ontwikkeling van onze duurzaamheid stevig verankerd in onze organisatie. De opzet van de MVO Prestatieladder sluit aan bij Arla's ambitie om voortdurend en systematisch verder te verduurzamen. Andere meerwaarde van de MVO Prestatieladder is de structurele dialoog met stakeholders. In december 2012 heeft een vervolgaudit plaatsgevonden. Daarbij is onder meer geverifieerd of Arla de belangen en verwachtingen van haar stakeholders daadwerkelijk heeft meegenomen in haar strategie. Ook deze audit hebben we met goed gevolg doorlopen.

Zoals vermeld hebben we in 2012 getoetst of onze MVO-doelstellingen overeenkomen met de wensen van de stakeholders. De concrete wensen van de stakeholders én de Arla-doelstellingen samen hebben geleid tot de vaststelling van de belangrijkste MVO-issues, maar ook tot een OGSM Duurzaamheid (Objective, Goals, Strategies, Measures) voor 2013. Dit stuurinstrument voor ons management is eind 2012 voor het eerst opgesteld en wordt thans gebruikt als hulpmiddel voor de duurzaamheidsontwikkeling.

We hebben duurzaamheid in onze organisatie verder verbreed. In eerste instantie was met name productie als discipline sterk vertegenwoordigd in de duurzaamheidsaanpak. Sinds enige tijd verruimen we de blik richting productontwikkeling en marketing. Een eerste concreet resultaat daarvan is de introductie van *Arla Zin!*. Het is een



nieuwe drinkyoghurt die - dankzij de toevoeging van natuurlijk stevia-extract (in plaats van suiker of kunstmatige zoetstoffen) - bijdraagt aan de gezondheid van consumenten. Een duidelijk voorbeeld van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. In onze onderneming is een MVO-team actief dat vier maal per jaar bijeenkomt. Dit team met vertegenwoordigers uit uiteenlopende disciplines zoals Marketing, Productie en Human Resources adviseert over beleid en acties, voert actieplannen uit, voert gesprekken met stakeholders en monitort onze MVO-prestaties. Het MVO-team heeft ook een belangrijke rol bij de totstandkoming van het OGSM Duurzaamheid.

Sturing op duurzaamheid

Ook in 2012 hebben we gebruikgemaakt van de barometer voor ons energieverbruik en onze CO2-uitstoot waarmee we vooraf, tussentijds en achteraf de effecten van duurzaamheidsmaatregelen berekenen. Daarmee selecteren we de meest effectieve maatregelen, monitoren we de voortgang en stellen we de resultaten vast.



Thema's en resultaten in 2012



Klimaatneutraal
Belangrijkste Kern Prestatie Indicatoren

CO2-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten		
2005	0,24 kg CO2 per liter product	100%
2020	0 kg CO2 per liter product	0%
Energieverbruik		
2005	1,36 kJ per liter product	100%
2020	0,95 kJ per liter product	70%
Aandeel groene stroom		
2005	0%	
2020	100%	

Wij reduceren onze eigen CO2-uitstoot, en verminderen en verduurzamen ons energieverbruik.



Klimaatneutraal

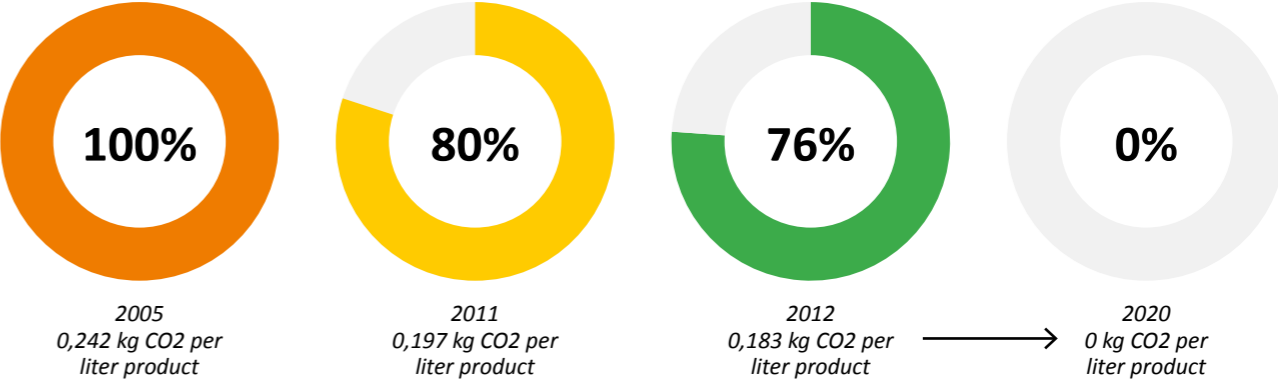
Eind 2012 was de totale CO2-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten 24% minder dan in 2005. Ten opzichte van 2011 is de CO2-uitstoot met 4% verminderd. In 2012 hebben we door optimalisaties zowel het energie- en chemicaliënverbruik in de fabriek als de CO2-uitstoot van het transport naar klanten enigszins verlaagd. De CO2-uitstoot door verpakkingen is in 2012 echter toegenomen. Dit is het gevolg van verbreding van het assortiment met

kaas die Arla in Scandinavië produceert. Omdat deze kaas op de Nederlandse markt wordt gebracht, wordt de CO2 van deze verpakkingen toegerekend aan Arla Foods Nederland. Positieve ontwikkeling op het gebied van verpakkingen is het hergebruik van dozen dat in 2012 is begonnen in samenwerking met de Barneveldse Dozenhandel.

In 2020 wil Arla Foods Nederland klimaatneutraal zijn voor ten minste het deel van de zuivelketen dat we

direct kunnen beïnvloeden: voor productie, verpakkingen en transport naar klanten. Dat doel is bijzonder ambitieus in het licht van het huidige economische klimaat waarbij de prijzen van zuivelproducten onder druk staan. Het is momenteel moeilijk om sluitende business cases te maken voor grote investeringen zoals een biovergister. Op de korte termijn zetten we vooral kleine stappen voorwaarts.

CO2-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten



Energie

Ons energiebeleid heeft drie elementen: we verminderen ons energieverbruik, we verduurzamen de energie die we echt nodig hebben en - waar verduurzamen niet mogelijk is - compenseren we.

In 2020 willen we ons energieverbruik gereduceerd hebben met 30% (ten opzichte van 2005). In 2012 hebben we extra meters in de fabriek geplaatst. Ze geven ons inzicht in de plaatsen waar we veel energie verbruiken en maken het mogelijk om snel in te grijpen bij een plotselinge stijging van het energieverbruik.

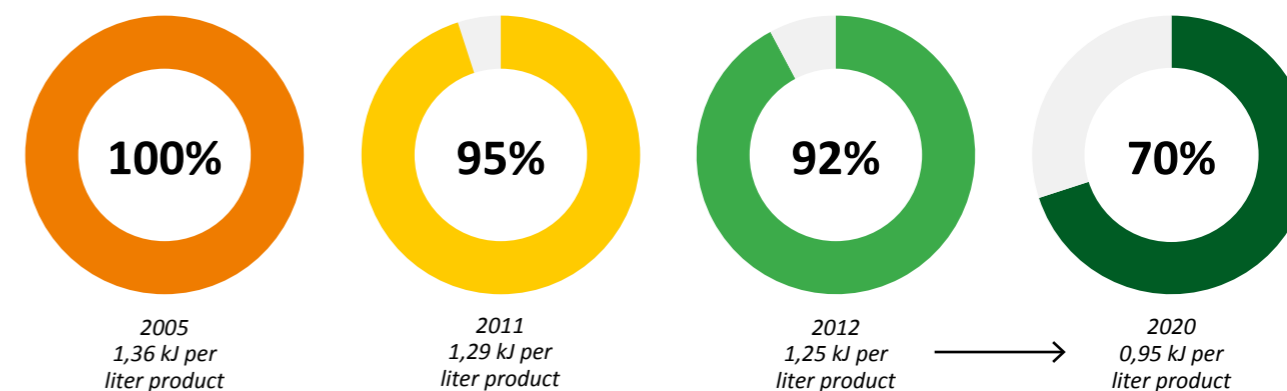
Onze energiebesparingsmaatregelen hebben in het verslagjaar geresulteerd in een lager verbruik van gas en elektra. In 2012 hebben we (ten opzichte van 2005) 8% minder energie verbruikt.

In 2012 zijn we begonnen met het herbenutten van warm water - dat vrijkomt bij de zuivelproductie - als 'hotfill' voor de warmtekrachtkoppeling. Hiervoor is de watertoevoer van de stoomketel aangepast. Voorheen gebruikten we koud bronwater. Nu gebruiken we water dat al als koelwater is gebruikt en dus is voorverwarmd. Het water van de stoomketel hoeft dan minder te

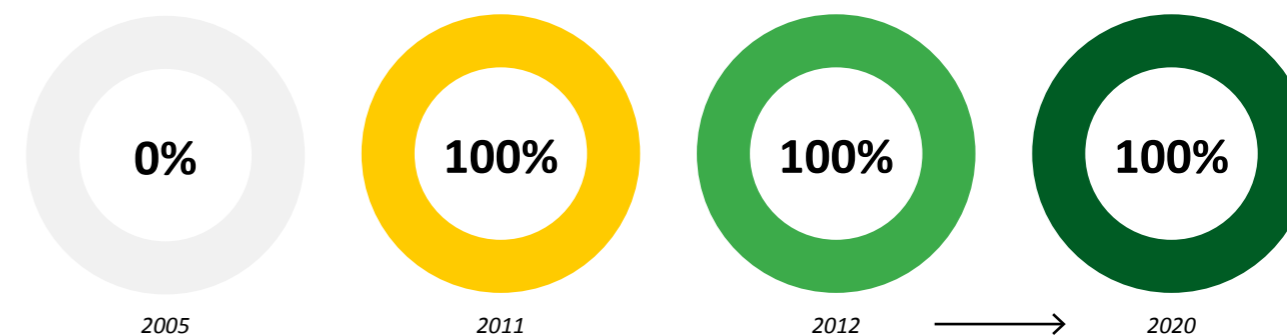
worden verwarmd om de juiste temperatuur voor pasteurisatie te bereiken.

Naast het besparen van energie vervangen we fossiele energie door energie uit duurzame bronnen. Voor onze elektriciteitsvoorziening gebruiken we uitsluitend groene stroom (waterkracht en wind) van Groenbalans/Windunie. De windenergie is deels opgewekt door Nederlandse boeren. In 2020 willen we uitsluitend hernieuwbare energie gebruiken die bij voorkeur is opgewekt door boeren.

Energieverbruik van productie



Aandeel groene stroom



Verpakkingen

Als er een keuze is, gebruiken wij verpakkingen die minder belastend zijn voor het klimaat.

Alle pakken zuivel die wij onder onze merken Arla, Melkunie en Friesche Vlag produceren, zijn inmiddels gemaakt van FSC-gecertificeerd karton (FSC Mix-label). Ook de omverpakkingen voor alle zuivel uit onze fabriek in Nijkerk zijn van FSC-gecertificeerd golfkarton. De leveranciers zijn gecertificeerd voor de systemen FSC (Mixed Sources) en PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification).

De kunststof drinkbekers voor onze biologische drinkyoghurt, melk en karnemelk zijn klimaatneutraal. De CO₂ die is vrijgekomen bij de productie van de drinkbekers compenseren we met bomenplant via het initiatief ZeroMission Trees van de Zweedse organisatie U&W [you&we]. Het gaat om de aanplant van bomen in Oeganda, in nauwe samenwerking met lokale milieuorganisaties en kleine boerenbedrijven. De bomen worden gekozen uit lokale soorten, uitgaande van de wensen van de boeren en van de voedingsbodem

ter plekke. Naast de opslag van CO₂ zorgen de nieuwe bomen voor inkomsten van de boeren en voor een betere leefomgeving.

Dankzij een FSC-kartonnen wikkel kunnen de drinkbekers worden geproduceerd met een minimale hoeveelheid kunststof. Via de verpakking roepen we de consument bovendien op de kartonnen wikkel met het oud papier weg te doen. Zo belasten onze - toch al klimaatneutrale - bekers het milieu nog minder.

Op alle verpakkingen van onze merken Arla en Melkunie hebben we in 2012 afvallogo's aangebracht. Deze logo's leggen uit hoe consumenten de verschillende verpakkingsonderdelen het best (gescheiden) kunnen wegdoen. Meer scheiden betekent meer herverwerking per afvalstroom en dus minder CO₂.

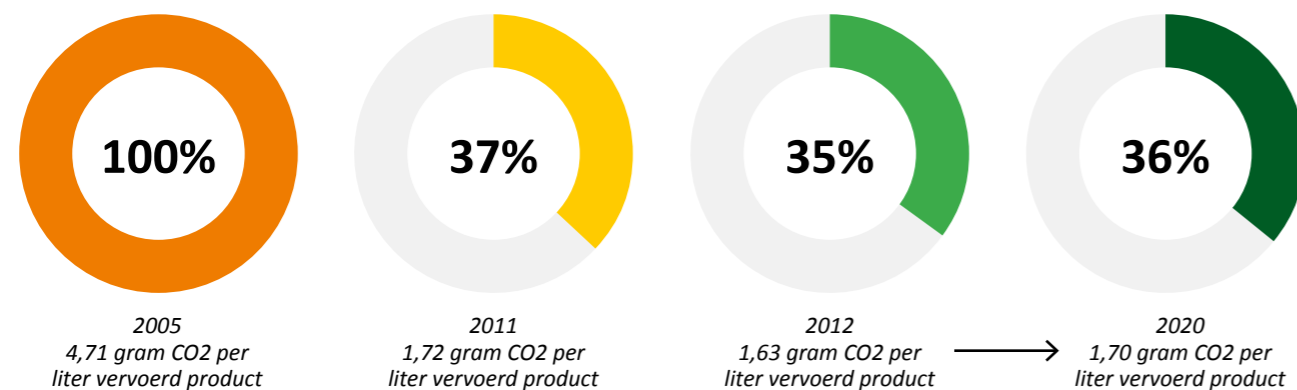
We blijven zoeken naar nieuwe verpakkingen die het klimaat nog minder belasten. De keuze is lastig. Soms zijn alternatieve verpakkingen niet haalbaar omdat ze te duur zijn. Soms ook maken ze gebruik van plantaardig materiaal dat ook als voeding zou kunnen dienen.

Over de ethische aspecten van organische verpakkingen wordt op concerniveau gediscussieerd.

Transport

Arla Foods Nederland heeft in juni 2012 de Lean and Green Star ontvangen. Het logistieke verduurzamingsnetwerk Connekt heeft de Star uitgereikt omdat Arla de afgesproken doelstellingen ruimschoots heeft gehaald (minimaal 20% reductie in 2012 ten opzichte van 2007). De Lean and Green Star bevestigt dat we aan kop gaan op het gebied van CO₂-reductie in de logistiek. Op basis van haar CO₂-doelstellingen en de bijbehorende maatregelen ontving Arla in 2010 al de Lean and Green Award. Als eerste zuivelbedrijf in Nederland ging Arla dat jaar ook werken met Green Order: aan de hand van afstand, volume en gewicht berekent Arla voor iedere levering de CO₂-uitstoot van het transport en vermeldt die uitstoot op de vrachtbrief. De Green Order stimuleert afnemers om bestellingen te bundelen. Daardoor verminderen de transportkilometers, het brandstofverbruik en de hoeveelheid CO₂.

CO₂-uitstoot van transport naar klanten



In 2012 heeft Arla de CO₂-uitstoot van het transport van producten naar klanten ten opzichte van 2005 teruggebracht met 65%; onder meer door de vervanging van melkkralen door golfkartonnen omverpakkingen. De vrachtwagencapaciteit die vrijkomt doordat er geen lege kralen meer retour komen, wordt gebruikt voor andere vracht. De beladingsgraad van vrachtwagens is enorm gestegen. Al in 2012 hebben we de doelstelling voor 2020 behaald. Om verdere verbe-

tering te stimuleren, gaan we in 2013 de doelstelling voor 2020 aanscherpen.

Intensief overleg van onze logistieke accountmanagers met onze afnemers heeft als resultaat gehad dat deze afnemers hun bestellingen meer zijn gaan bundelen. Daardoor zijn we er in geslaagd om de beladingsgraad van de vrachtwagens nog verder te verhogen (naar 11.116 liter product per rit, ten opzichte van 10.560 liter product per rit in 2011).

Beladingsgraad van vrachtwagens

2005	5.904 liter product per rit
2011	10.560 liter product per rit
2012	11.116 liter product per rit
2020	15.000 liter product per rit

"Arla was een van de eerste Nederlandse klanten die verduurzaming bij ons expliciet maakte", zegt Jurgita Girzadiene, Sustainability Manager bij Smurfit Kappa. "Meestal vinden bedrijven het voldoende dat we ons product volgens afspraak leveren. Maar Arla wil meer."

"Met haar vergaande ambities neemt Arla echt verantwoordelijkheid. Ze laten het niet bij de gebruikelijke CO₂-reductie maar gaan voor klimaatneutraal! Dat stimuleert ook de duurzaamheid bij Smurfit Kappa. Arla daagt ons uit en laat zien dat de markt om verduurzaming vraagt."

"Inmiddels hebben wij wezenlijk bijgedragen aan Arla's duurzaamheid. Sinds 2011 leveren we FSC-gecertificeerde golfkartonnen omverpakkingen. Daarbij garandeert het *Chain of Custody*-certificaat dat de FSC-materialen de hele productieketen gescheiden blijven van niet-FSC-gecertificeerde materialen. Arla was het eerste bedrijf in Nederland dat onze FSC-omverpakkingen ging gebruiken. Vervolgens hebben we voor medewerkers en relaties van Arla een mooie FSC-verzamelbak gemaakt voor oud papier."

Girzadiene: "In de samenwerking staat Arla altijd open voor discussie en ze zijn bijzonder transparant in hun communicatie. Dat hebben we ook ervaren tijdens de stakeholderdialoog waaraan wij in 2012 hebben deelgenomen. Het is geen gewone klant-leveranciersverhouding maar partnership. Dat Arla in de jury zit van onze *Innovation & Sustainability Award* en meewerkt aan onze campagne *Sustainability enabled by Smurfit Kappa* illustreert de goede samenwerking."

"We dragen graag verder bij aan Arla's duurzaamheidsdoelstellingen. Zo verkennen we momenteel of we hun 'oud papier' kunnen verwerken in onze recyclingfabriek in Roermond."



Jurgita Girzadiene
Sustainability Manager
Smurfit Kappa

"Partnership
stimuleert
duurzaamheid"



Verspilling

Belangrijkste Kern Prestatie Indicatoren

Afvalwater van productie

2005	1,63 COD per liter product	100%
2020	0,82 COD per liter product	50%

Waterverbruik van productie

2005	3,18 liter water per liter product	100%
2020	1,59 liter water per liter product	50%

We gaan verspilling tegen van energie, water, verpakkingen en producten. Het tegengaan van energieverpilling is expliciet onderdeel van ons beleid om in 2020 klimaatneutraal te zijn (en is daarom beschreven op pagina 15)

Minder verspilling in de productie

We stimuleren onze medewerkers om in het dagelijkse werk zuinig om te gaan met onze materialen. In onze fabriek hebben we een energieteam, een waterteam en een team dat zich richt op het terugdringen van verspilling van materiaal. Deze teams bestaan uit afgevaardigden van de verschillende productieafdelingen. De teamleden vertellen rechtstreeks aan medewerkers wat deze zelf kunnen doen om energie en water te besparen. Daarnaast begeleiden zij verbeterteams bij het aanpakken van de grootste materiaalverliezen. Een voorbeeld hiervan zien we bij de start van het bereiden van een product. Daarbij moet meteen bij het begin een deel worden afgetapt om te controleren of het product de juiste kwaliteit

heeft. Door de grotere betrokkenheid en de creatieve, praktische oplossingen van onze medewerkers kunnen we de productie tegenwoordig met minder materiaalverlies opstarten.

Voor de hoeveelheid afvalwater en het waterverbruik werken we aan een vermindering met 50% in 2020 (ten opzichte van 2005).

Bij het afvalwater was in het verslagjaar helaas sprake van enige terugval. Hoewel we in 2012 minder vervuild water naar onze afvalwaterzuivering hebben gebracht dan in 2011, is er toch meer vervuild afvalwater naar het riool gegaan. Eind 2012 was de hoeveelheid Chemical Oxygen Demand (COD) ten opzichte van 2011 gestegen met 9%. We hebben te laat gesignaleerd dat het (uitbestede) beheer van onze afvalwaterzuivering in 2012 onvoldoende is uitgevoerd. Door de waterzuivering in 2013 zelf te gaan beheren, verwachten we het rendement van de waterzuivering te kunnen verhogen, zodat ons afvalwater schoner zal zijn.

Bij het produceren en consumeren van onze producten dringen wij verspilling terug: gericht op de houdbaarheid van producten, het hergebruik van verpakkingen en de manier waarop ons productie- en werkproces is ingericht en wordt uitgevoerd.



Terugdringen verspilling

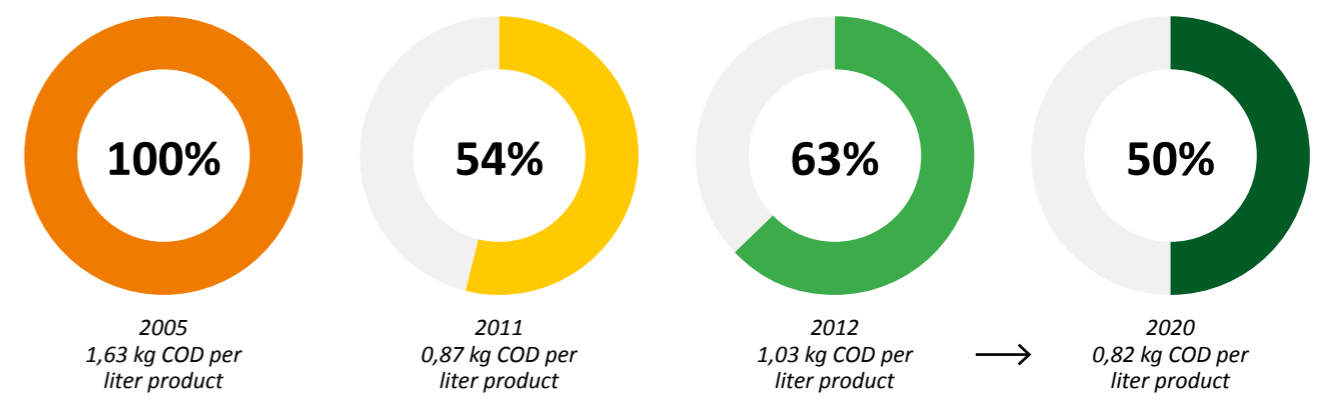


Na productwisselingen worden onze machines en leidingen inwendig gereinigd met water, natronloog en salpeterzuur. Door optimalisaties in de reinigingen hebben we het gebruik van chemische middelen in 2012 weten te verminderen, net als het water- en energieverbruik van de reinigingen. Het optimaliseren van de reiniging is precisiewerk. De hygiëne en productkwaliteit mogen er in geen geval onder lijden.

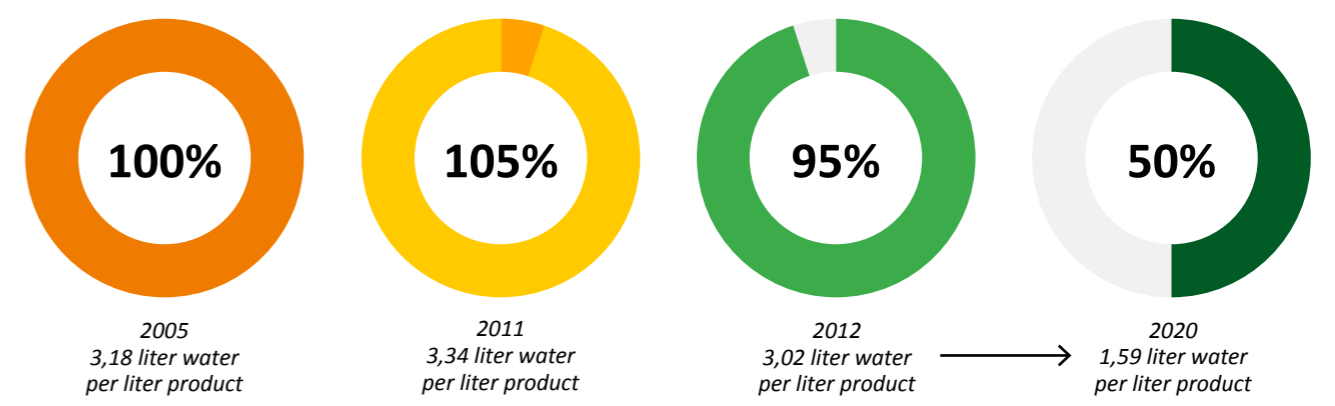
Na jaren van stijgend watergebruik per liter product hebben we in 2012 een trendbreuk gerealiseerd. Het waterverbruik was eind 2012 met 10% verminderd ten opzichte van 2011 en kwam daarmee onder het niveau van 2005. Dit is het resultaat van waterbesparende maatregelen. Door een aanpassing van onze warmtekrachtkoppeling en de ingebruikname van een extra buffertank zijn de zogenaamde technische waterlozingen fors

verminderd. De waterbesparing is ook bereikt door bewuster met het water om te gaan en de stroomsnelheden in leidingen te verkleinen. In 2012 hebben we geïnvesteerd in een watermonitorsysteem. Daarmee meten we continu de waterhoeveelheden op strategische punten. Zo kunnen onze medewerkers groot waterverlies vroegtijdig ontdekken en ingrijpen.

Afvalwater van productie



Waterverbruik van productie





Minder verspilling van producten

In ons land verdwijnt veel etenswaar in de afvalbak. Naar schatting gooit de Nederlandse consument per jaar voor 2,6 miljard euro aan eetbaar voedsel weg, ongeveer 350 euro per huishouden.

Om verspilling in de zuivelketen en thuis bij de consument te beperken, verlengen we waar mogelijk de houdbaarheid van producten, zonder de

dagverse kwaliteit aan te tasten.

Op Arla-verpakkingen vragen we de consument mee te helpen verspilling tegen te gaan: maak de pakken helemaal leeg door ze op te rollen en koop nooit te veel in één keer.

Producten die we niet meer aan klanten kunnen leveren maar nog voldoende lang houdbaar zijn, doneren we aan de Voedselbank.

“Arla neemt duurzaamheid serieus. Het is prettig samenwerken”, zegt Jacolina van de Steeg, directeur van de Barneveldse Dozenhandel. Sinds november 2012 ontvangt dit familiebedrijf Arla’s lege golfkartonnen dozen (waarin bijvoorbeeld doppen voor zuivelpakken zaten) en hoeksteunen (ter bescherming van gestapelde dozen op pallets). Naar verwachting gaan in 2013 bijna 60.000 kilo dozen en hoeksteunen van Arla naar de Barneveldse Dozenhandel. Van de Steeg: “Wij leveren ze voor hergebruik aan Nederlandse, Belgische en Duitse bedrijven in allerlei branches, behalve de voedingsindustrie. Onze afnemers plakken hun bedrijfsstickers over de oude bedrukkingen en verpakken in de dozen bijvoorbeeld auto-onderdelen, kleding, sieraden, kaarten en metaalwaren.”

“Eén keer per maand halen we bij Arla een volle trailer op met 5 ton verpakkingsmateriaal. Dat doen we op de terugweg van onze leveringen. Ook al zitten we maar 15 kilometer van elkaar, het combineren scheelt toch weer brandstof en dus ook CO2.” “We verkopen ook nieuwe dozen maar toen mijn vader dertig jaar geleden begon, was het hoofddoel al hergebruik van oude dozen”, vertelt Van de Steeg. “Alleen de beschadigde verpakkingen – dat is maar 1 procent – doen we in onze perscontainer voor recycling. Door 99 procent opnieuw te gebruiken, sparen we bomen en is er ook geen CO2-uitstoot van de recycling. Bovendien brengen de lege dozen onze leveranciers meer op dan oud papier. Het is win-win!”



Jacolina van de Steeg
directeur Barneveldse
Dozenhandel

*“Onze
samenwerking
is win-win”*

Welzijn mens en dier

Belangrijkste Kern Prestatie Indicatoren

Percentage leveranciers dat de Code of Conduct heeft getekend

2010	20%
2020	100%

Percentage medewerkers dat de gedragscode heeft getekend

2020	100%
------	------

Aantal ongevallen met verzuim tot gevolg

2010	20
2020	<10

Melk

Arla Foods Nederland heeft op dit moment geen 'eigen' melkveehouders maar oefent met haar marktverraag invloed uit op de melkleveranciers. Bij onze inkoop van melk houden we rekening met dierenwelzijn.

In 2012 hebben wij 200 miljoen liter melk verwerkt. Voor al onze dagverse producten onder de merken Arla, Melkunie en Friesche Vlag gebruiken we alleen melk die gegarandeerd afkomstig is van koeien die van het voorjaar tot in het najaar, ten minste 6 uur per dag, minimaal 120 dagen per jaar in de wei lopen (*weidemelk*). Om weidegang te stimuleren, hebben we in juni 2012 het Convenant Weidegang ondertekend. Weidegang is belangrijk omdat dit bijdraagt aan het natuurlijke gedrag van koeien. Volgens het Convenant Weidegang moet ook het dierenwelzijn

van koeien in de wei en in de stal in orde zijn. Wij nemen onze verantwoordelijkheid door op commerciële basis zuivelproducten op de markt te brengen die geproduceerd zijn met weidemelk.

In 2012 was circa 15% van onze merkproducten biologisch. In 2020 willen we dat 20% biologisch is; gemaakt van melk afkomstig van biologische koeien. Deze melkkoeien krijgen 100% biologisch voer en hun wei is niet bewerkt met kunstmest of chemisch-synthetische bestrijdingsmiddelen. Biologische koeien krijgen geen preventieve geneesmiddelen en worden bij voorkeur niet onthoofd. Er gelden diervriendelijke normen voor de hoeveelheid stalruimte. Voor onze biologische melk werken we samen met Eko Holland, een verband van 100 biologische melkveehouders in Nederland. Echter - net als

Wij produceren natuurlijke producten met zorg voor mens en dier. Samen met onze leveranciers willen wij zorgen voor de natuur, voor nu en voor later.



Welzijn voor mens en dier

in 2011 was ook in 2012 de marktverraag naar biologische melk groter dan het aanbod in Nederland. Daarom hebben wij een deel van de benodigde biologische melk uit het buitenland moeten betrekken. De eisen die we daaraan stellen, zijn gelijk aan de eisen die gelden voor Nederlandse biologische melk.

Respecteren mensenrechten

Het percentage van onze leveranciers dat de Code of Conduct heeft getekend, is teruggelopen. De verklaring is dat nieuwe leveranciers onze Code of Conduct nog niet hebben ondertekend. Dit verlangen we wel van hen. Daarom is de verwachting dat we volgend jaar minstens weer op het niveau van 2011 zitten (94%).

We willen een bijdrage leveren aan gezonde en duurzame consumptie door onze producten voortdurend te verbeteren en onze klanten en consu-

menten hierover goed te informeren. We kunnen het welzijn van mensen vergroten met zuivelproducten die minder suiker, zout of vet bevatten. Tegen deze achtergrond hebben we in 2012 *Arla Zin!* op de markt gebracht: een 0% vet drinkyoghurt met stevia (honingkruid-extract), de eerste natuurlijke zoetstof zonder calorieën.

Het onderwerp Mensenrechten wordt primair op concernniveau opgepakt. Arla stimuleert de duurzame productie van soja. Het concern is lid van de Round Table on Responsible Soy, waarbij producenten, afnemers en andere organisaties uit twintig landen zijn aangesloten. De Round Table houdt niet alleen rekening met het milieu (regenwoud) maar bijvoorbeeld ook met de lokale woongemeenschappen en rechten van de werknemers in de soja. Arla Foods Nederland heeft in 2010 voor duurzame soja een samenwerkingsovereenkomst gesloten met ontwikkelingsorganisatie Solidaridad. Sinds november 2010 ondersteunen we kleinschalige gezinsbedrijven in Brazilië bij hun duurzame sojateelt (eerst via het Soy Producer Support Initiative en sinds 2013 via het Farmer Support

Programme). De hoeveelheid soja die deze gezinsboeren telen, komt overeen met de helft van het sojaveevoer dat nodig is voor de melk die we gebruiken voor onze merkzuivel (Arla, Melkunie en Friesche Vlag). Voor de andere helft werken we - in overleg met onze concerncollega's - aan een oplossing met gecertificeerde soja die duurzaam is én niet-genetisch gemodificeerd.

Sinds december 2010 koopt Arla Foods Nederland duurzame cacao voor al haar Friesche Vlag/Melkunie chocoladevla. Deze cacao is zowel verantwoord uit sociaal oogpunt als uit milieuoogpunt. Voor de duurzame cacao werken we samen met certificeringsorganisatie UTZ CERTIFIED. Ook op concernniveau ondersteunt Arla Foods al enige tijd de productie van maatschappelijk verantwoorde cacao via samenwerking met deze certificeringsorganisatie. In 2012 heeft UTZ een administratieve audit bij Arla Foods Nederland uitgevoerd waarbij is vastgesteld dat de hoeveelheden ingaande en uitgaande cacao met elkaar overeenstemmen.

Goed werkgeverschap

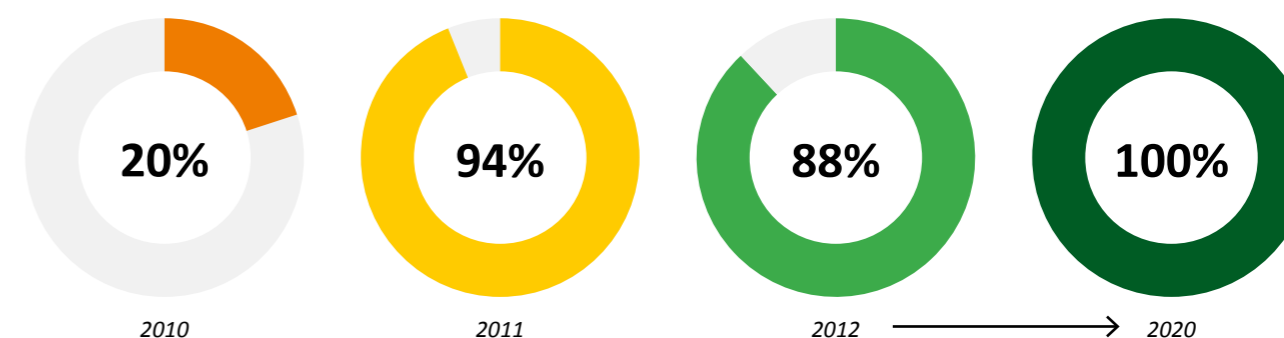
Duurzaamheid gaat in de kern over

onze manier van werken. Daarom spelen al onze medewerkers een cruciale rol bij het realiseren van onze doelen. Het wereldwijde Arla-medewerkersonderzoek Barometer van november 2012 bevestigt de grote betrokkenheid van Arla-medewerkers in Nederland. Op uiteenlopende manieren dragen medewerkers bij aan verdere verbetering van het natuurlijke, duurzame karakter van onze producten, waardeketen en organisatie.

Voor het maatschappelijk verantwoord gedrag van onze medewerkers hebben we de gedragscode *Onze verantwoordelijkheid*. Deze gedragscode is een hulpmiddel om bij dilemma's de juiste handelwijze te kunnen bepalen.

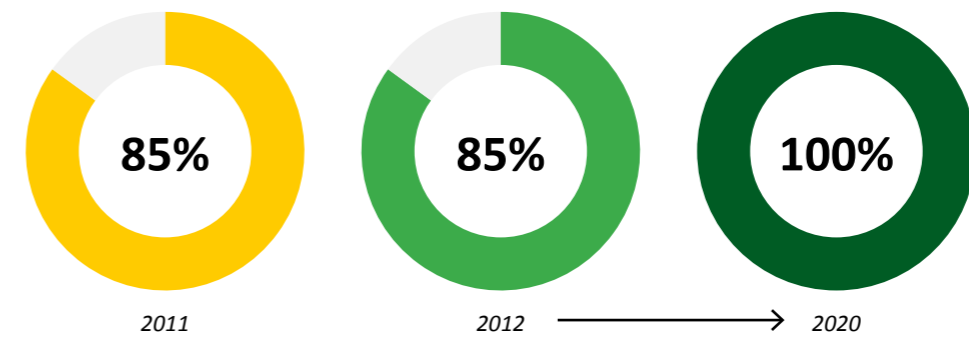
Goed werkgeverschap is een belangrijk onderdeel van ons MVO-beleid. Ons motto is: Door te investeren in medewerkers, investeert Arla in haar toekomst. We willen onze medewerkers een stimulerende, veilige en motiverende werkomgeving bieden waarin kwaliteiten volop worden benut. Daarvoor hebben we een Human Resources-beleid met diverse instrumenten zoals trainingen en coaching.

Percentage leveranciers dat de Code of Conduct heeft getekend





Percentage medewerkers dat de gedragscode heeft getekend



Aantal ongevallen met verzuim tot gevolg

2011	15
2012	7
2020	< 10

Totaal ziekteverzuim

2011	5,6%
2012	5,5%

Arla heeft een resultaatgerichte, open en informele organisatie waar medewerkers hun talenten kunnen toepassen en ontwikkelen ten gunste van henzelf en het bedrijf, in een uitdagende en ondernemende omgeving.

We trachten het welzijn van medewerkers te waarborgen. We willen een werkomgeving bieden die veilig, professioneel en plezierig is, waar medewerkers zich kunnen ontwikkelen, met aandacht voor productiviteit maar ook voor een goede balans tussen werk en privé.

Op verzoek van onze medewerkers hebben we in 2012 een Fietsplan uitgevoerd, zodat medewerkers op fiscaal voordelige wijze een fiets konden aanschaffen. We stimuleren graag dat onze medewerkers op de fiets naar hun werk gaan. Het is goed voor de conditie van onze medewerkers en voor het milieu.

Eveneens in 2012 hebben we een fabrieksruimte ingericht voor fitness-training onder werktijd: onder begeleiding van een fysiotherapeut verbeteren medewerkers daar hun fysieke belastbaarheid. Deze preventieve training helpt klachten te voorkomen en zo het ziekteverzuim te verlagen. Om ziekteverzuim op de lange termijn terug te dringen, zijn in 2012 workshops gehouden voor alle leidinggevenden.

In 2012 heeft een reorganisatie plaatsgevonden en hebben we afscheid moeten nemen van twintig medewerkers. In het kader van deze reorganisatie zijn we een sociaal plan overeengekomen met vakbonden en OR, met veel aandacht voor het 'van werk naar werk' begeleiden van deze medewerkers.

Arla wil wereldwijd een aansprekende werkgever zijn voor verschillende mensen. Daarvoor heeft Arla de

Diversity & Inclusion Strategy ontwikkeld. In Nederland zetten we dit diversiteitsbeleid in bij de werving en selectie. We streven ernaar dat ons personeelsbestand een afspiegeling is van de samenleving.

Ondersteuning natuur
We ondersteunen twee natuurprojecten in de buurt van Nijkerk. Via samenwerking met Natuurmonumenten ondersteunen we het Landgoed Oldenaller. Daarnaast is Arla officieel 'vriend' van het Nationaal Landschap Arkenheer-Eemland. Zo versterken we de landschappelijke, ecologische en cultuurhistorische kwaliteiten en de economische vitaliteit van dit gebied. Met de ondersteuning van twee vrij toegankelijke gebieden geven we onze filosofie *Dichter bij de natuur* letterlijk inhoud. In 2012 heeft Arla de inrichting van het informatiecentrum van het Nationaal Landschap in de Eemlandhoeve bekostigd.



De samenwerking met natuurorganisaties hebben we verder uitgebouwd. Een voorbeeld daarvan was een actie met Natuurmonumenten om mensen dichterbij de natuur te brengen. December 2011 en voorjaar 2012 stond op ruim een miljoen pakken van Arla Biologisch een speciale QR-code waarmee consumenten honderden leuke natuurweetjes konden scannen en lezen. Dit is tienduizenden malen gedaan.

Boomfeestdag

Arla is één van de hoofdsponsors van de Boomfeestdag waar kinderen van

9 tot en met 11 jaar leren over bomen, hun rol in de samenleving en de relatie tussen bomen, fruit en natuur. Het thema van 2012 was 'Bomen (be)leven', met prinses Máxima als speciale gast. In 2012 hebben 115.000 kinderen uit heel Nederland zo'n 170.000 bomen en struiken geplant. Ook hebben kinderen geleerd hoe zij zelf kunnen bijdragen aan biodiversiteit. Arla heeft enthousiasmerende certificaten uitgereikt aan de deelnemers die bij de ondertekening bovendien een Arla-zuiveldrinkje kregen.

Ook in maart 2013 heeft Arla de Boomfeestdag ondersteund.



Gerard Plat
voorzitter Ondernemingsraad

“Duurzaamheidsbeleid geeft ons extra houvast”

“Wij ondersteunen het duurzaamheidsbeleid van Arla actief. De MVO-doelstellingen van ons en van het Arla-management gaan vaak gelijk op”, zegt Gerard Plat, voorzitter van de OR.

“Als OR hebben wij in 2012 onze visie op MVO geschreven. Onze focus ligt op *People* en daarbinnen vooral op de *toekomststrategie, verhoudingen tussen werkgever en werknemers, gezondheid en veiligheid en opleidingen. Publicatie-platform*” Bijvoorbeeld bij onze beoordeling van advies- en instemmingsaanvragen voor reorganisaties of werkroosters.”

“De flexibilisering van het werk in 2012 is een mooi voorbeeld van goede samenwerking tussen OR en management. Mensen werken tegenwoordig in verschillende productie-eenheden in plaats van in een vaste eenheid. Eerst hadden veel medewerkers hier moeite mee maar inmiddels ziet men het belang ervan. De OR beschouwt flexibilisering als een mogelijkheid om mensen aan het werk te houden, meer gevarieerd werk te bieden en meer mogelijkheden voor ontplooiing.”

Plat: “Sinds 2012 hebben we een nieuw ARBO-Overleg: een bottom-up structuur waarbij preventiemedewerkers vanaf de werkvloer ARBO-zaken aankaarten en met het management bespreken. We werkten al langer aan zo'n opzet maar het MVO-beleid van Arla heeft de realisatie gemakkelijker gemaakt.”

“Duurzaamheid leeft onder de medewerkers en wij voelen ons goed gehoord als stakeholder. Als medezeggenschapsraad behandelden wij altijd al onderwerpen als gezonde, veilige werkplekken en de ontplooiing van medewerkers. Maar dat dit soort zaken tegenwoordig zijn vastgelegd in duurzaamheidsbeleid, geeft ons extra houvast in het overleg met het management.”

Transparantie

Belangrijkste Kern Prestatie Indicatoren

Aantal gevoerde stakeholdergesprekken (MVO Prestatieladder)

2010	0
2020	15-20

Met interne en externe communicatie bieden we inzicht in ons handelen. Met certificaten, keurmerken en publicaties (zoals dit verslag) geven we consumenten en andere belangstellenden zo goed mogelijk inzicht in onze prestaties op het gebied van duurzaamheid. Maar we willen meer dan informeren. We kiezen voor een actieve samenwerking met overheden, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen.

Consumenten en onze afnemers in de retail- en out of home-markt hebben recht op heldere en volledige informatie over onze producten. Niet alleen voedselveiligheid is daarbij van belang maar ook voedingswaarde en duurzaamheid. Arla draagt zorg voor de ontwikkeling, naleving en continue verbetering van maatregelen om de gezondheid en veiligheid van afnemers van Arla-producten zeker te stellen. Het gezondheids- en veiligheidsbeleid (QESH-beleid) is gestoeld op strenge normen zoals ISO 22000 en HACCP. Arla Foods B.V. is onder meer gecertificeerd voor ISO 22000 en BRC.

We hechten veel waarde aan een open en integer contact met onze klanten en consumenten. De procedures daarvoor zijn onderdeel van ons kwaliteitszorgsysteem. We monitoren de uitvoering en we evalueren het beleid minstens één keer per jaar. Om te communiceren over onze duurzaamheid en het belang van duurzame consumptie gebruiken we een mix van middelen. Daarbij zetten we ook de producten zelf in. Naast de 'gewone' productinformatie vermelden we op de etiketten en verpakkingen 'duurzaamheidsinformatie'. Op een vriendelijke manier vertellen we wat wij doen maar ook wat de consument zelf kan doen aan recycling en vermindering van verspilling. Op onze Facebook-site kunnen consumenten vragen en reacties plaatsen. Bijna realtime reageert onze consumentenservice. Daarnaast kunnen consumenten met vragen, opmerkingen en klachten over onze producten en ons bedrijf telefonisch terecht bij de consumentenservice.

Wij vinden het belangrijk om open en eerlijk te communiceren. Over de keuzes die we maken in onze producten en bedrijfsvoering leggen we op een transparante manier verantwoording af.



Transparantie

Aantal contacten consumentenservice

2010	5.800
2011	6.100
2012	5.500

Medewerkers en bedrijfsbezoekers kunnen onze duurzaamheidsprestaties volgen op *Dichter bij de natuur*-dashboards. Daarop presenteren we de maand- en jaarcijfers voor:

- energieverbruik
- waterverbruik
- afvalwater
- productieverliezen
- beladingsgraad van vrachtwagens
- CO₂-uitstoot van transport
- totale CO₂-uitstoot per geleverde liter product

Verantwoording

Voor de berekening van onze prestaties op het gebied van duurzaamheid maken we gebruik van officiële bronnen en kengetallen. Waar mogelijk hanteren we de kengetallen uit het internationale Greenhouse Gas Protocol. Als deze niet specifiek genoeg of niet voorhanden zijn, gebruiken we de databases van EcoInvent (wereldleider in Life Cycle Inventory data) of CE Delft (onafhankelijk onderzoeks- en adviesbureau voor complexe milieuvraagstukken).

Voor verpakkingen maken we gebruik van de diensten van CE Delft omdat hun data zijn toegesneden op de Nederlandse markt voor verpakkingsmaterialen.

Voor de berekening van ons energieverbruik en onze CO₂-uitstoot gebruiken we de speciale barometer die we in 2010 hebben ontwikkeld. De overige prestaties zijn meterstanden.

In samenwerking met een gerenomeerd Nederlands onderzoeksinstituut

hebben we de claim 'Arla-producten zijn natuurlijk' onderbouwd vanuit praktijk en wetenschap. Arla gaat met dit initiatief verder dan vereist. De Nederlandse en Europese wetgeving zegt slechts dat dit soort claims niet misleidend mag zijn. Echter, wij vinden het belangrijk dat afnemers en consumenten erop kunnen vertrouwen dat Arla haar productbelofte waarmaakt. Voor de onderbouwing is eerst gedefinieerd wanneer iets écht natuurlijk is. Aan de hand van deze criteria zijn vervolgens een groot aantal ingrediënten beoordeeld. Vervolgens is exact beschreven onder welke voorwaarden natuurlijke ingrediënten kunnen worden gebruikt, willen ze 'natuurlijk' blijven. Want als een ingrediënt van natuurlijke origine zodanige bewerkingen ondergaat dat bijvoorbeeld de moleculaire structuur verandert, is dit ingrediënt niet meer 'natuurlijk' te noemen. Inmiddels ligt er een complete handleiding waarmee vakspecialisten zoals de productontwikkelaars van Arla kunnen bepalen hoe ze tot natuurlijke zuivelproducten komen.

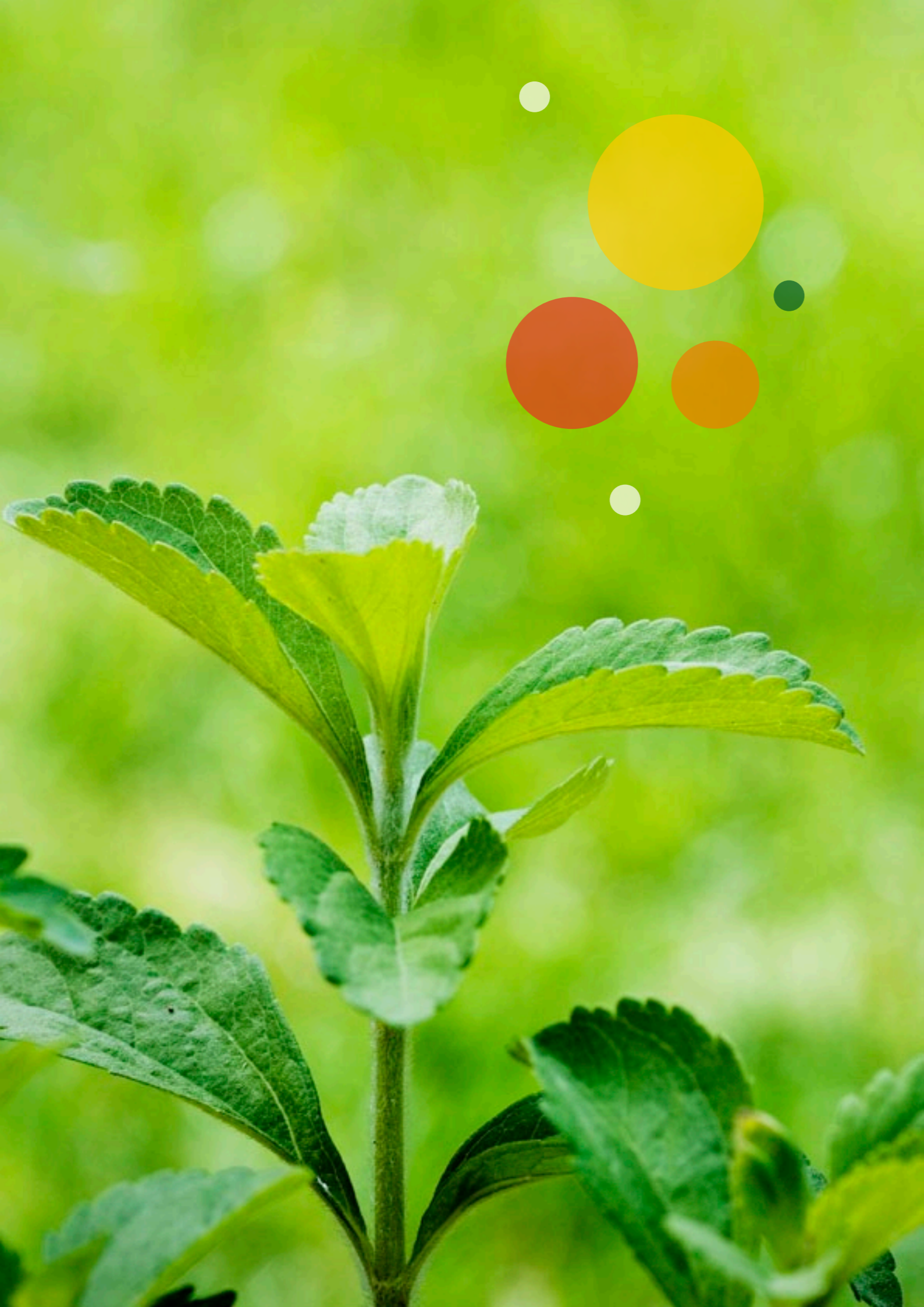
Ook het product zelf kan transparantie communiceren. Een voorbeeld daarvan is het assortiment Natura-kaas en -zuivelspreads dat we voorjaar 2012 hebben geïntroduceerd. Deze pure kaasproducten bevatten geen geurstoffen en conserveermiddelen en evenmin kleurstoffen. Daardoor is de Natura-kaas witter dan andere, gele kaas. Natura-kaas laat zien waarvan deze is gemaakt.

ISO 14001 en ISO 26000

Onze medewerkers maken deel uit van onze milieu- en veiligheidssystematiek. Ons milieumanagementsysteem is ISO 14001 gecertificeerd. In februari 2012 is Arla als eerste zuivelonderneming in Nederland gecertificeerd op niveau 3 van de MVO Prestatieladder. Daarmee bewijzen we te beschikken over een managementsysteem voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen dat stelselmatig rekening houdt met de verwachtingen van stakeholders.

De MVO Prestatieladder is onder meer geïnspireerd op ISO 26000. ISO 26000 is een richtlijn en geen norm, en daarom niet certificeerbaar. De MVO Prestatieladder biedt deze norm en certificatie wel en heeft als kernthema's: Behoorlijk bestuur, Arbeidsomstandigheden en volwaardig werk, Mensenrechten, Eerlijk zaken doen, Consumentenaangelegenheden, Milieu, grondstoffen, energie, emissies en Maatschappelijke betrokkenheid.

De opzet van de MVO Prestatieladder sluit aan bij Arla's ambitie om voortdurend en systematisch verder te verduurzamen. Andere meerwaarde van de MVO Prestatieladder is de structurele dialoog met stakeholders zoals klanten, leveranciers en maatschappelijke organisaties. Samen met deze stakeholders bepaalt Arla haar MVO-beleid.



In 2011 hebben we voor het eerst gesprekken gevoerd met stakeholdergroepen. De verwachtingen die stakeholders toen naar voren hebben gebracht, hebben in 2012 tot verschillende initiatieven geleid:

- Op verzoek van onze medewerkers hebben we een Fietsplan uitgevoerd zodat medewerkers op fiscaal voordelige wijze een fiets konden aanschaffen. We stimuleren graag dat onze medewerkers op de fiets naar hun werk gaan. Bovendien is in 2012 een fabrieksruimte ingericht voor fitnessstraining onder werktijd: onder begeleiding van een fysiotherapeut verbeteren medewerkers daar hun fysieke belastbaarheid. We onderzoeken ook of - aan te schaffen en bestaande - machines onze medewerkers onnodig belasten. In 2012 heeft een bestaande machine aanpassingen gekregen om het aanbrengen van verpakkingsmateriaal gemakkelijker te maken.

- We hebben op verzoek van de gemeente Nijkerk ideeën geleverd als bijdrage aan hun klimaatplan. Daarnaast heeft de gemeente Arla en andere bedrijven opgeroepen meer samen te werken bij onderwerpen zoals de energiebalans. Doel is door het vergelijken van energieprestaties te komen tot kennisdeling en verdere stimulering. Inmiddels zijn we aan de slag met een naastgelegen bedrijf.

- In 2012 hebben we *Arla Zin!* geïntroduceerd. Aan deze drinkyoghurt is stevia (honingkruid) toegevoegd, de eerste natuurlijke zoetstof zonder calorieën.

- We hebben onderzocht of suiker per schip kan worden aangevoerd in plaats van per vrachtwagen. Daarvoor bleek de benodigde hoeveelheid suiker te klein. Vervolgens hebben we onze leverancier gevraagd de suiker te leveren met

vrachtwagens die per rit meer kunnen vervoeren zodat er minder CO₂-uitstoot is.

- De reststromen uit onze fabriek worden afgevoerd om te hergebruiken voor veevoer. Het percentage droge stof daarin hebben we iets weten te verhogen. Deze verlaging van het percentage water betekent minder transport en minder energieverbruik bij de indamping en herverwerking bij de veevoerproducent en dus minder CO₂-uitstoot.

Sommige stakeholders hebben aangegeven zowel gevraagd als ongevraagd informatie te willen ontvangen over onze MVO-issues. Hierin voorzien we met ons jaarlijkse duurzaamheidsverslag, een jaarlijkse terugkoppeling op de verwachtingen die stakeholders hebben geuit, persberichten en werkcontacten met stakeholders. In het kader van de MVO Prestatie-



Aantal gevoerde stakeholdergesprekken

2011	17
2012	18
2020	15-20

ladder heeft in december 2012 een vervolgaudit plaatsgevonden. Daarbij is onder meer geverifieerd of Arla de belangen en verwachtingen van haar stakeholders daadwerkelijk heeft meegenomen in haar strategie. We hebben deze audit met goed gevolg doorlopen.

In 2012 hebben we 18 stakeholdergesprekken gevoerd. Meestal ging het om een-op-een-overleg. Dat biedt de mogelijkheid om dieper op specifieke MVO-onderwerpen in te gaan, zonder rekening te hoeven houden met de aanwezigheid van andere stakeholders.

Parallel aan de MVO Prestatieladder-certificering hebben we een *Zelfverklaring ISO 26000* opgesteld. De onderbouwing hiervan toont aan dat Arla de principes en richtlijnen van de internationale standaard voor duurzaam ondernemen ISO 26000 volledig heeft ingevoerd. De *Zelfverklaring ISO 26000* voldoet aan de definitieve Nederlandse Praktijk Richtlijn 9026 van NEN en is - inclusief onderbouwing - ook te lezen op het NEN Publicatieplatform ISO 26000.

“Met Arla werken we samen aan de stimulering van duurzame soja. Ik merk dat Arla een serieuze ambitie heeft om bij te dragen aan verduurzaming”, zegt Gert van der Bijl, Internationaal Coördinator Sojaprogramma van Solidaridad. “Het liefst zouden we duurzame sojaboeren rechtstreeks sojameel laten leveren aan de veehouders die melk aan Arla leveren. Maar dat brengt te hoge kosten voor logistiek en organisatie met zich mee. Daarom heeft Solidaridad een ketenprogramma opgezet: de duurzame soja wordt samengevoegd met andere soja, maar de duurzame boeren krijgen directe financiële ondersteuning van Arla. Het gaat om kleinschalige coöperatieve boerenbedrijven in Brazilië die samenwerken met het handelsbedrijf Gebana. Gebana leidt de boeren op in duurzame teelt zodat ze daarvoor gecertificeerd kunnen worden.” In 2012 heeft een onafhankelijke, gespecialiseerde organisatie een audit uitgevoerd bij de Braziliaanse producenten van duurzame soja. Dat gebeurde aan de hand van de eisen van de Round Table on Responsible Soy waarvan Van der Bijl bestuurslid is. “Uit de audit bleek dat de registratie die de boeren moeten voeren nog onvoldoende was om te kunnen certificeren. Inmiddels is gewerkt aan verbetering van de administratie. Binnenkort krijgen we de resultaten van een her-audit.”

“Audits en certificering zijn belangrijk om alle schakels in de keten meer zekerheid te geven dat de soja daadwerkelijk duurzaam is geproduceerd. Doordat wij transparant zijn over de duurzaamheidsprestaties in Brazilië, kan Arla dat ook zijn naar haar stakeholders.”



Gert van der Bijl
Internationaal Coördinator
Sojaprogramma Solidaridad

“Audits en certificering bieden transparantie”



Ambities voor 2013

Ambities voor 2013

We geven u nu een doorkijkje naar 2013 aan de hand van onze duurzaamheidsthema's. Enkele acties zijn de eerste maanden van 2013 al uitgevoerd.

Klimaatneutraal

In 2013 ligt onze focus op klimaatneutraal worden. Hier ligt het grootste potentieel (nog 76% reductie te gaan) maar ook de grootste uitdaging gezien de extra inspanningen die nodig zijn. We onderzoeken oplossingen die veel bijdragen én haalbaar zijn. Daarbij bekijken we ook de mogelijkheden voor biovergisting.

Sinds medio maart 2013 hebben onze verpakkingen voor melk en andere drinkzuivel een kleinere dop. Zo verminderen we het verpakkingsplastic zonder afbreuk te doen aan het gebruiksgemak.

We onderzoeken de mogelijkheden van organische verpakkingen.

Terugdringen van verspilling

In vervolg op het *Kom Dichter bij de natuur*-spel van 2011 dagen we

medewerkers opnieuw uit om verspilling in de productie tegen te gaan. In 2012 hebben medewerkersteams 21 concrete ideeën ingeleverd die leiden tot vervolgacties in 2013.

We blijven ons best doen om de verspilling van producten bij consumenten terug te dringen.

Welzijn voor mens en dier

De Risico Inventarisatie & Evaluatie (RI&E) brengt de gevaren voor de veiligheid, de gezondheid en het welzijn van medewerkers in beeld. In de eerste maanden van 2013 zijn we overgegaan op een verbeterd, vereenvoudigd systeem. Medewerkers kunnen de nieuwe RI&E gemakkelijker gebruiken en de plaatsen met risico zijn duidelijker in kaart gebracht. In 2013 gaan we door met de workshops voor leidinggevenden gericht op verlaging van het ziekteverzuim.

We houden rekening met consumenten die lactose niet of moeilijk verdragen. Onder de naam *Arla Lactofree* introduceren we een assortiment

lactosevrije producten. Het eerste product ligt sinds maart 2013 in de schappen: verse lactosevrije melk. Binnenkort volgen lactosevrije yoghurt, roomkaas en houdbare melk.

Ook de Boomfeestdag van 2013 hebben we ondersteund. We hebben uitleg gegeven over de voordelen van de natuurlijke zoetstof stevia voor de gezondheid. Daarbij hebben we stevia-plantjes uitgedeeld aan de kinderen.

We gaan het assortiment *Arla Zin!* (geen vet én geen kunstmatige zoetstoffen maar stevia) uitbreiden met fruityoghurt en extra smaken drinkyoghurt.

Transparantie

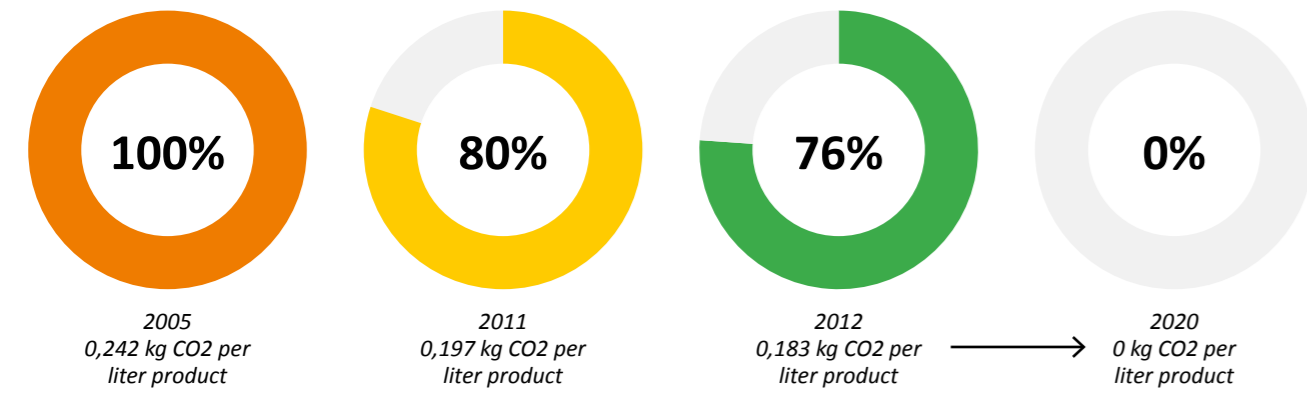
De *Zelfverklaring ISO 26000* op de NEN-website is begin 2013 geactualiseerd.

In het kader van de MVO Prestatieladder gaan we verder met de stakeholderdialoog en zal het nemen van ketenverantwoordelijkheid een belangrijkere rol gaan spelen. Dit ter voorbereiding op het behalen van de volgende trede van de MVO Prestatieladder: niveau 4.

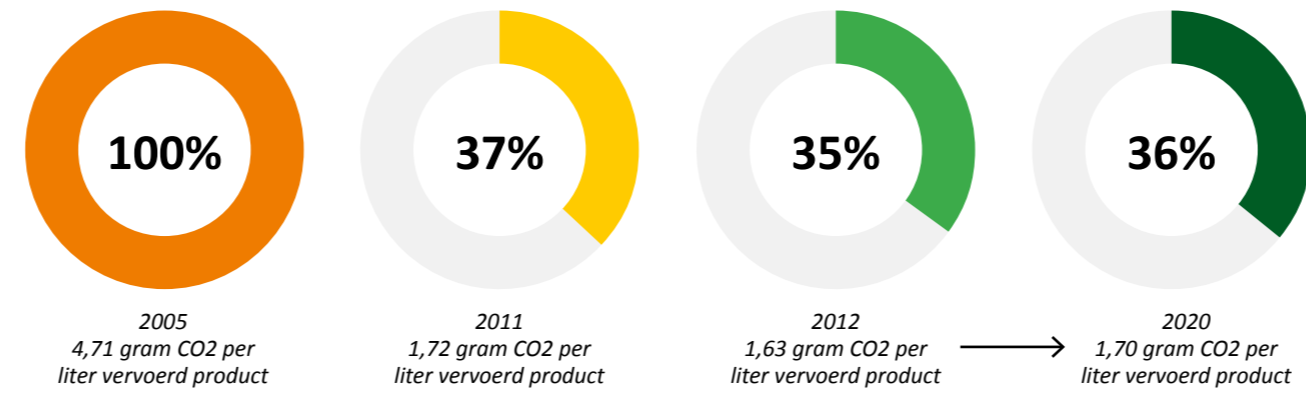
Samen komen we ook in 2013 stap voor stap Dichter bij de natuur.

Duurzaamheid Arla in cijfers

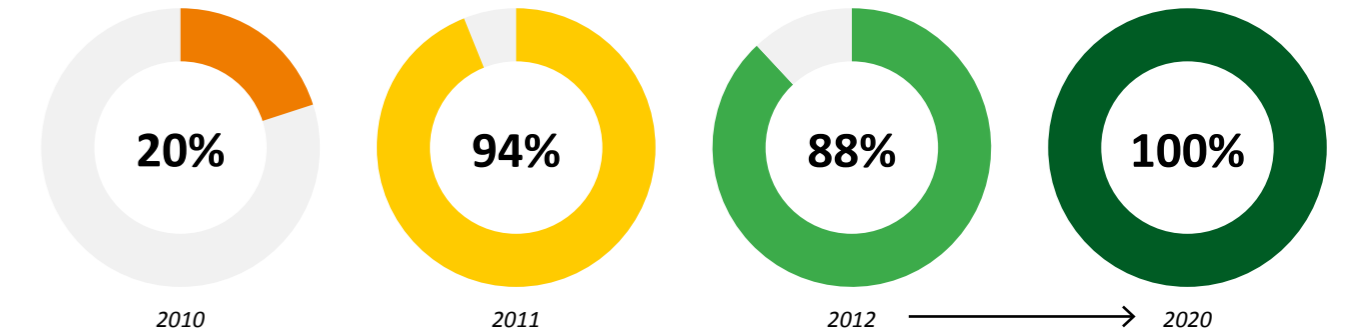
CO2-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten



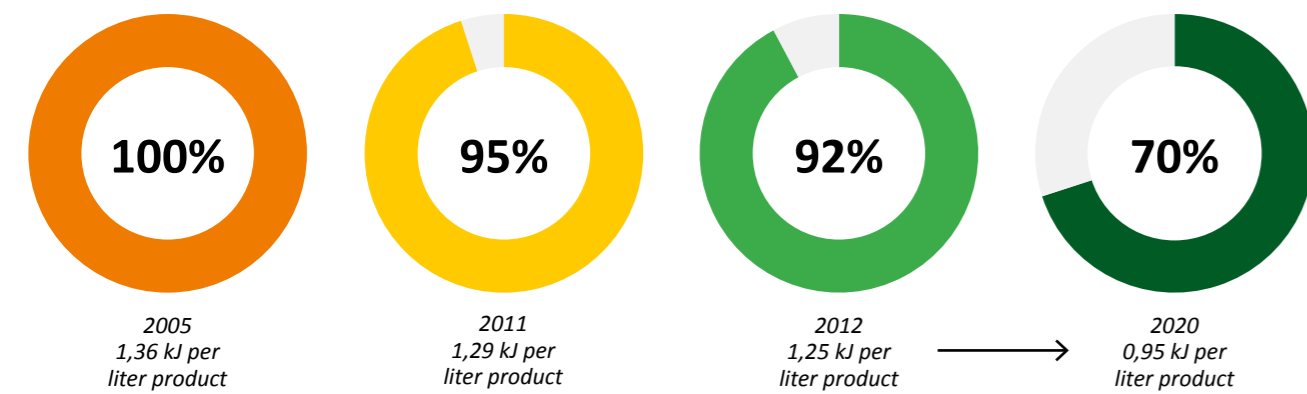
CO2-uitstoot van transport naar klanten



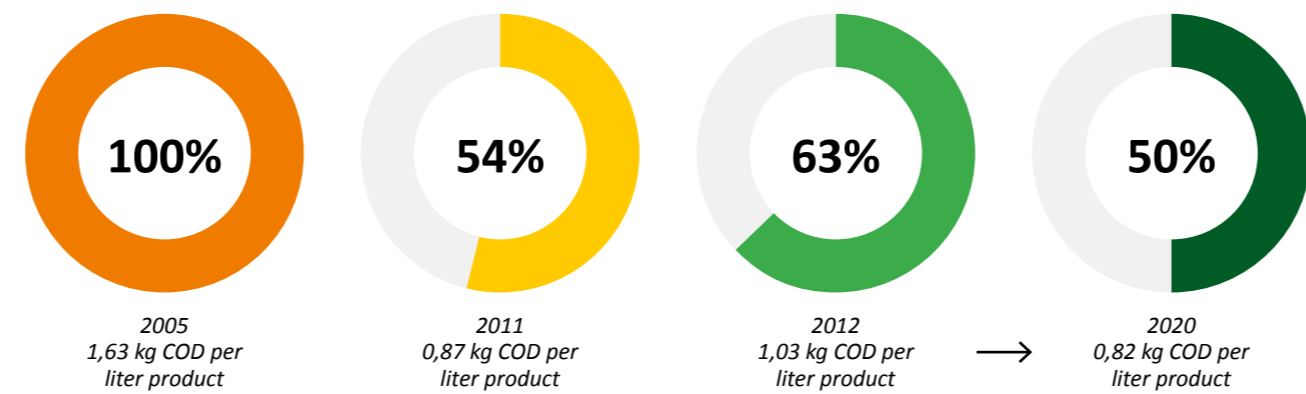
Percentage leveranciers dat de Code of Conduct heeft getekend



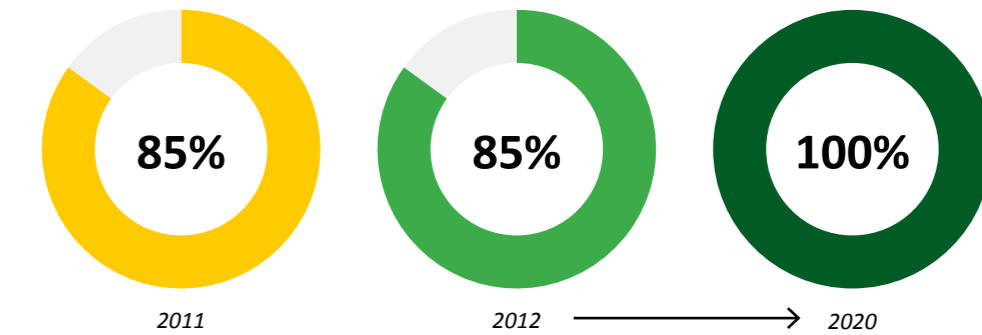
Energieverbruik productie



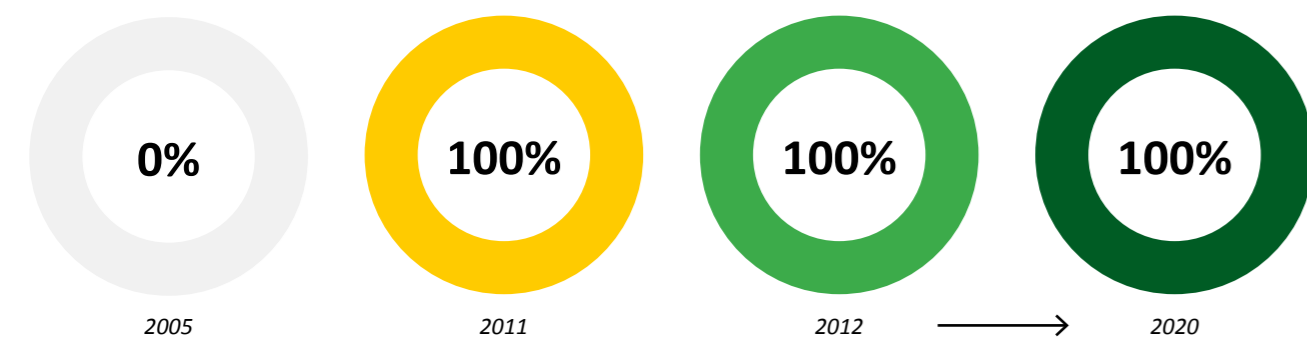
Afvalwater van productie



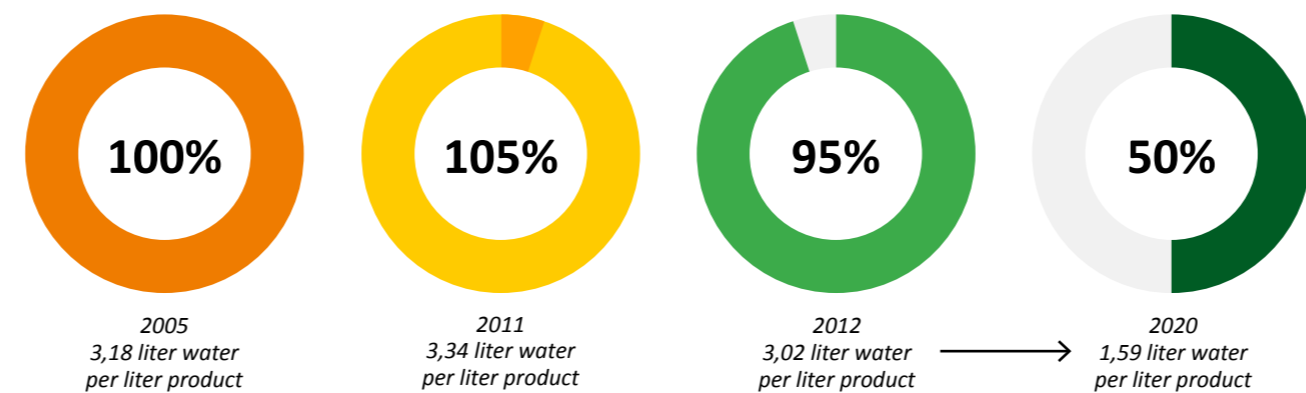
Percentage medewerkers dat de gedragscode heeft getekend



Aandeel groene stroom



Waterverbruik van productie



Aantal ongevallen met verzuim tot gevolg		Totaal ziekteverzuim	
2011	15	2011	5,6%
2012	7	2012	5,5%
2020	< 10		

Beladingsgraad van vrachtwagens		Aantal contacten consumentenservice		Aantal gevoerde stakeholdergesprekken	
2005	5.904 liter product per rit	2010	5.800	2011	17
2011	10.560 liter product per rit	2011	6.100	2012	18
2012	11.116 liter product per rit	2012	5.500	2020	15-20
2020	15.000 liter product per rit				

Voor hetgeen het concern Arla Foods wereldwijd onderneemt op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (inclusief uitgebreide algemene bedrijfsinformatie zoals de organisatiestructuur, geconsolideerde omzetten, et cetera) verwijzen wij kortheidshalve naar het CSR-verslag (op www.arla.com).





Arla Foods B.V.
Postbus 1089
3860 BB Nijkerk
Tel. +31 (0)33 247 62 22
www.arla.nl

