

MVO  
VERSLAG

20  
14

## Onze verantwoordelijkheid

We willen groeien en wij vinden het belangrijk  
hóe dat gebeurt



We willen **groeien** en wij vinden het belangrijk h oe dat gebeurt. Arla Foods benadert **ethische** kwesties en **kwaliteit** op een **duurzame en verantwoorde** wijze, om de **reputatie** en de **winstgevendheid** van de onderneming te beschermen.

Voor u ligt het MVO jaarverslag van Arla Foods Nederland over 2014. De opzet van het jaarverslag wijkt af ten opzichte van voorgaande jaren. De 11 onderwerpen waarover we rapporteren zijn nu ondergebracht in 4 hoofdthema's: Verantwoorde bedrijfsvoering, Vertrouwen in producten, Zorg voor het milieu en dierenwelzijn, en Respectvolle relaties. Deze thema's komen overeen met de opzet van onze gedragscode, die te vinden is op onze website: <http://www.arla.nl/about-us/onze-verantwoordelijkheid/>. Hier is ook het Arla MVO jaarverslag terug te vinden. Het internationale MVO jaarverslag kunt u vinden op <http://www.arla.com/about-us/responsibility/csr-reports/>.

We nodigen u uit om actief mee te denken over verdere verduurzaming van onze organisatie. Idee en ontvangen wij graag op het e-mailadres [nijkerk\\_mv@arlafoods.com](mailto:nijkerk_mv@arlafoods.com).



# Inhoudsopgave

5

Voorwoord	5
Arla Foods Nederland	6

8

<b>Verantwoorde bedrijfsvoering</b>	<b>8</b>
Onze impact op de samenleving	9
Sturing en uitvoering	10
Duurzaam inkopen	12

14

<b>Vertrouwen in producten</b>	<b>14</b>
Voedselveiligheid	15
Voeding en gezondheid	16

18

<b>Zorg voor het milieu en dierenwelzijn</b>	<b>18</b>
Milieu en klimaat	19
Duurzame melkveehouderij	23

24

<b>Respectvolle relaties</b>	<b>24</b>
Goed werkgeverschap	26
Maatschappelijke betrokkenheid	28

30

<b>Leeswijzer en begrippenlijst</b>	<b>30</b>
-------------------------------------	-----------



# Kiezen voor impact



Duurzaamheid is het streven naar oplossingen die toegevoegde waarde opleveren voor alle partijen. De recente introductie van Melkunie Versfilter™ is zo'n oplossing. Melkunie Versfilter™ is verse melk, die na opening aantoonbaar 7 dagen lang fris en vers blijft. En ongeopend 15 dagen houdbaar, in plaats van 9 dagen. Waarom is deze oplossing duurzaam? Omdat het winst oplevert voor alle betrokkenen. Arla heeft een mooi product in de markt gezet waarvan we hopen dat het de nieuwe standaard wordt in melk. Retail en horeca hebben nu een dagvers product dat langer houdbaar is waardoor ze minder hoeven weg te gooien. En de consument koopt een product dat langer op smaak blijft waardoor er minder melk door de gootsteen wordt gespoeld. Dat scheelt een gemiddeld gezin zo'n 10 pakken melk per jaar.

Een duurzame oplossing dus, die begint bij kiezen. Kiezen voor impact. Voedselverspilling is een belangrijk onderwerp voor Arla Foods. Het betekent verspilling van schaarse grondstoffen en onnodige uitstoot van CO2 bij de productie, verwerking en transport van voedsel. Daarnaast is het niet te verantwoorden met het oog op de voedselschaarste in andere delen van de wereld. Het is voor ons echter ook om een andere

reden een belangrijk thema. Wij kunnen als voedselproducent namelijk echt impact hebben op het tegengaan van voedselverspilling. Melk en melkproducten staan in de top 5 van meest verspilde producten en wij hebben de kennis en technologie in huis om het verschil te maken. En dat bedoel ik met kiezen voor impact. Kies als onderneming voor die thema's waar je vanuit je bestaansrecht echt invloed op kunt uitoefenen. Wij produceren voedsel. Voor consumenten. Niet voor de gootsteen.

Daarmee zeggen we niet dat andere duurzaamheidsthema's niet of minder belangrijk zijn. Uiteraard besteden wij ook veel aandacht aan het minimaliseren van het gebruik van energie en water en aan het reduceren van onze CO2-uitstoot. En zien wij een duurzame melkveehouderij als voorwaarde voor groei. Dat blijkt wel uit dit duurzaamheidsverslag. Maar je kunt niet op alle duurzaamheidsthema's even actief zijn, dus gaat onze focus in de toekomst nog meer naar die thema's waar we écht het verschil kunnen maken. Wij kiezen voor impact.

## **Bas Padberg**

Managing Director Arla Foods Nederland

# Arla Foods Nederland

**Arla Foods Nederland (officiële naam Arla Foods B.V.) maakt deel uit van Arla Foods amba, een internationale zuivelcoöperatie van ruim 12.000 melkveehouders uit zeven landen: Denemarken, Zweden, Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Nederland, België en Luxemburg. Onze producten worden verkocht in meer dan 100 landen. We hebben productielocaties in twaalf landen en verkoopkantoren in 35 landen. Arla Foods amba is één van de grootste zuivelproducenten ter wereld en de grootste producent van biologische zuivel.**

Arla Foods Nederland (in het vervolg: Arla Foods) voorziet Nederland en Duitsland van dagverse zuivel (zoals melk, karnemelk, yoghurt en vla) geproduceerd in onze fabriek in Nijkerk. Daarnaast leveren we kaas en boter uit Scandinavië en sinds begin 2013 ook lang houdbare zuivel uit Duitsland. We voeren diverse sterke merken zoals Arla, Melkunie, Castello en Lurpak. Onze belangrijkste afzetmarkten zijn de retail en out-of home (o.a. zorginstellingen en horeca).

Naast merkproducten leveren we zuivel voor huismerken.

Natuurlijke zuivelproducten én een duurzame bedrijfsvoering. Dat typeert Arla Foods Nederland. Onze missie is om de hoogste waarde voor onze boeren te garanderen en tegelijkertijd mogelijkheden voor groei te realiseren. Dat willen we op een duurzame en verantwoorde wijze doen. Arla Foods is 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 van afnemen, boeren graag melk aan leveren, leveranciers graag mee samenwerken en waar eigenaren tevreden over zijn: vanwege het mooie duurzame bedrijf achter de lekkere en natuurlijke producten!

## Organisatiestructuur

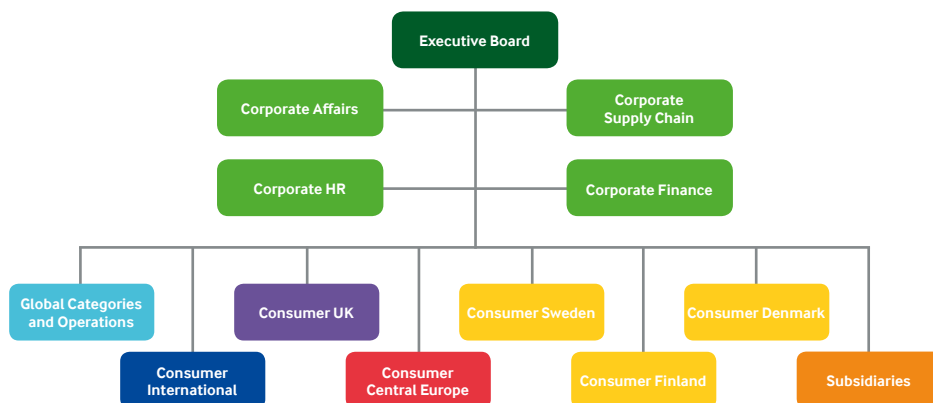
Arla Foods Nederland valt onder de divisie Consumer Central Europe (CCE), waarbinnen ook Duitsland, Frankrijk en België vallen. Arla Foods Nederland wordt geleid door een management

team, waarvan de namen van de leden en hun functies op onze website staan: <http://www.arla.nl/about-us/onz-e-onderneming/kerncijfers-en-directie/>. Informatie over het management van CCE is terug te vinden op: <http://www.arla.com/about-us/organisation/management/>. Meer informatie over de organisatiestructuur en de financiële resultaten van Arla Foods Nederland en de divisie Consumer Central Europe is terug te vinden in het internationale Arla Foods jaarverslag via de link <http://www.arla.com/about-us/investor/annual-reports/>.

## Toetreding van Nederlandse boeren

In augustus 2014 werd de fusie met EGM Walhorn goedgekeurd. Deze fusie betekende de toetreding van 51 Nederlandse boeren tot de Arla coöperatie. Omdat de fabriek waaraan deze boeren hun melk leveren in handen is van EGM Walhorn en Lactalis is afgesproken dat de melk voorlopig nog aan Lactalis zal worden geleverd.

**Bouwen aan de toekomst van de zuivelsector om op natuurlijke wijze gezondheid en inspiratie in de wereld te brengen.**



AANTAL MEDEWERKERS

324

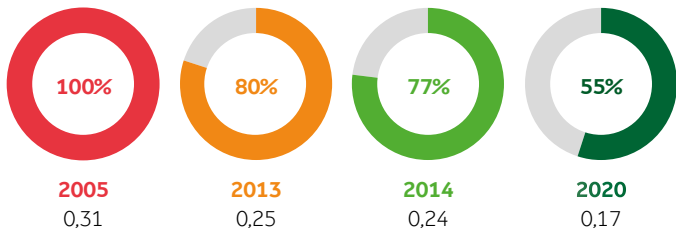
OMZET IN MILJOENEN €

255

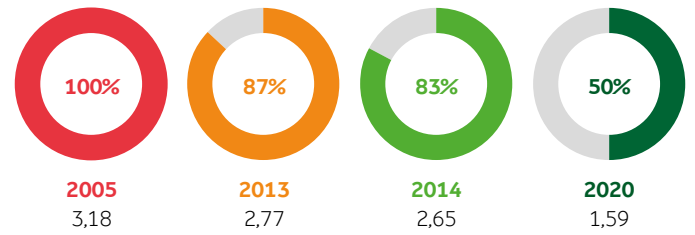
VERWERKTE BOERDERIJMELK IN MILJOENEN KG

250

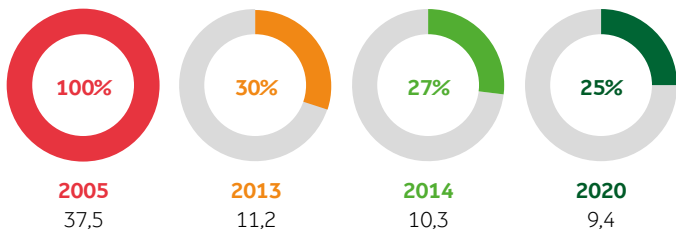
**ENERGIEVERBRUIK PRODUCTIE PER LITER PRODUCT, IN kWh\***



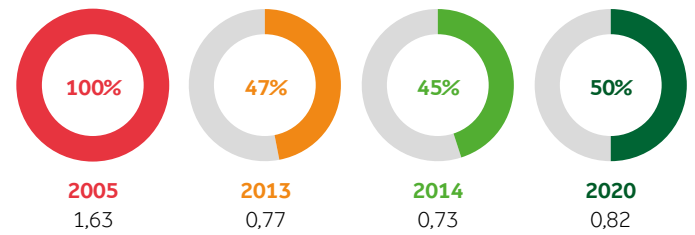
**WATERVERBRUIK PER LITER PRODUCT, IN LITER**



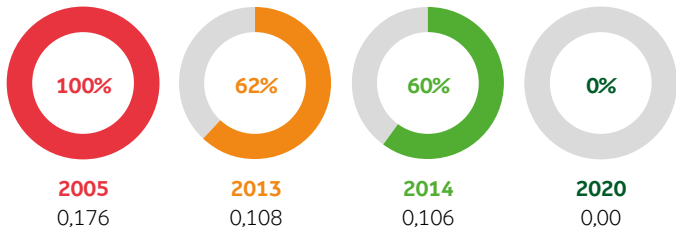
**CO2-UITSTOOT VAN TRANSPORT NAAR KLANTEN PER LITER PRODUCT, IN GRAMMEN\*\***



**AFVALWATER VAN PRODUCTIE PER LITER PRODUCT, IN KILOGRAMMEN CZV**



**CO2-UITSTOOT VAN PRODUCTIE, VERPAKKINGEN EN TRANSPORT NAAR KLANTEN PER LITER PRODUCT, IN KILOGRAMMEN**



\* Sinds 2014 zijn we gaan rapporteren in kilowattuur (kWh) in plaats van in kilojoule (kJ).

\*\* In voorgaande jaren gebruikten we de CO2-emissiefactor van onze transporteur. Om de CO2-prestaties intern te kunnen vergelijken, hebben we in 2014 besloten om voor alle Arla productielocaties dezelfde CO2-emissiefactoren te gebruiken; afhankelijk van het type brandstof dat wordt gebruikt. Voor Arla Foods Nederland is dit een CO2-emissiefactor van 3,062 kg/liter.

**AANTAL ONGEVALLLEN MET VERZUIM, PER MILJOEN GEWERKTE UREN**



**ZIEKTEVERZUIM, IN PROCENTEN %**



**PRODUCTIE IN MILJOENEN LITERS**

**288**

**PERCENTAGE BIOLOGISCHE PRODUCTEN**

**17,7%**

Een groot deel van ons productievolume (Arla en Melkunie) is biologisch gecertificeerd. Dit betekent dat alle ingrediënten in deze producten van biologische herkomst zijn.

**PRODUCTEN GEDONEERD AAN DE VOEDSELBANK**

**216.548**

We werken al jaren samen met de Voedselbank Arnhem. Deze Voedselbank is één van de 6 regionale Voedselbanken in Nederland en levert aan twintig Regiobanken in Gelderland en Overijssel. In de afgelopen vijf jaar hebben we meer dan 1 miljoen producten gedoneerd aan de Voedselbank.

# Verantwoorde bedrijfsvoering

Is het mogelijk om een winstgevende onderneming op een ethische wijze te runnen? Ons antwoord is een overtuigend JA. Maar dat gaat niet vanzelf. Dit vraagt om kennis, daadkracht en hard werken.





# Van koe tot klant

**We kijken naar de effecten van onze eigen activiteiten op het milieu en de samenleving, maar ook naar die van onze leveranciers, onze afnemers en de consumenten. We dragen hen uit om samen met ons verantwoordelijkheid te nemen voor duurzaamheid in de keten: van koe tot klant.**

Arla Foods Nederland produceert dagverse zuivel. Boerderijmelk is daarvoor de belangrijkste grondstof. Wij kopen het overgrote deel van onze melk in bij de Dutch Milk Foundation en Arla in Denemarken (biologische melk). In onze fabriek in Nijkerk verwerken wij de boerderijmelk tot eindproducten als melk, yoghurt en vla. Dit doen we onder andere door het verwarmen van de boerderijmelk (pasteuriseren), zodat de bacteriën worden gedood en er een product ontstaat dat consumenten veilig kunnen consumeren. Aan sommige producten voegen we ingrediënten als fruit en cacao poeder toe.

Onze medewerkers zoeken aan de hand van onze kernwaarden (Lead, Sense, Create) voortdurend naar proces- en productverbeteringen. **Wij maken natuurlijke zuivelproducten voor iedereen bereikbaar.** Dat wil zeggen: we bieden een groot publiek op zo veel mogelijk plekken een breed assortiment zuivelproducten, gemaakt van de natuurlijke grondstof melk en andere natuurlijke ingrediënten, voor een concurrerende prijs.

De impact van onze bedrijfsvoering start op de boerderij. Koeien produceren grote hoeveelheden methaangas: één van de oorzaken voor het broeikaseffect. Daarnaast bevat mest stikstof en fosfor, wat in grote hoeveelheden kan zorgen voor een verminderde bodem- en waterkwaliteit. Ten slotte heeft (over)productie een potentieel negatieve invloed op dierenwelzijn. Bij Arla staat het welzijn van de koe voorop. Onze melkleveranciers zijn gebonden aan strenge wet- en regelgeving. Daarnaast zijn er binnen de Duurzame Zuivelketen – waar Arla Foods Nederland ook bij is aangesloten – ambitieuze doelstellingen geformuleerd om verdere verduurzaming van de zuivelsector te faciliteren.

Ingrediënten kopen we in bij onze voorkeursleveranciers. Door voorwaarden te stellen ten aanzien van onder andere de omgang met het milieu en arbeidsomstandigheden nemen we ook hierin onze verantwoordelijkheid. Een groot deel van onze ingrediënten kopen we duurzaam in door te kiezen voor biologisch of UTZ gecertificeerd (cacao).

Voor de verwerking van zuivel op onze fabriek is energie en water nodig. Bij de verwerking komen reststromen en CO<sub>2</sub> vrij. We proberen onze reststromen te minimaliseren en zo hoogwaardig mogelijk te verwerken. Verder gebruiken we vrachtwagens voor het transport van onze producten naar de klant en gebruiken we verpakkingen om

onze producten te kunnen vervoeren en bewaren. We hebben de ambitie om in 2020 klimaatneutraal te produceren.

Onze bedrijfsvoering beïnvloedt het welzijn van onze medewerkers. Bij Arla staat een veilige werkomgeving hoog op de agenda. Dit geldt ook voor de veiligheid en gezondheid van onze producten. Als verantwoorde zuivelproducent hanteren we zeer hoge standaarden om ervoor te zorgen dat het eten en drinken van onze producten veilig en gezond is. Daarnaast proberen we verspilling van ons product door de consument te voorkomen.



Visualisatie van onze impact op de samenleving: van koe tot klant.

# MVO is ingebed in onze organisatie

**We willen transparant zijn over onze prestaties op het gebied van duurzaamheid. Met stakeholders zijn we in dialoog om ons beleid toe te lichten en om te onderzoeken of we samen kunnen werken aan verdere verduurzaming van onze onderneming.**

## Sturing en uitvoering

De MVO Prestatieladder is het managementsysteem dat Arla Foods gebruikt om MVO goed in de organisatie te verankeren. De opzet van de MVO Prestatieladder past goed bij onze ambitie om voortdurend en systematisch verder te verduurzamen, in structurele dialoog met stakeholders. Sinds maart 2014 is Arla – als eerste zuivelonderneming in Nederland – gecertificeerd op niveau 4 van de MVO Prestatieladder. Jaarlijks wordt door een externe auditor gecontroleerd of ons MVO managementsysteem nog steeds voldoet aan de gestelde eisen.

Een multidisciplinair MVO team adviseert over beleid en acties, voert plannen uit, heeft gesprekken met stakeholders en volgt de MVO prestaties. Het MVO team staat onder leiding van een MVO manager, die rapporteert aan de managing director van Arla Foods Nederland. De MVO manager is verantwoordelijk voor de uitvoering van de MVO strategie. De managing director geeft goedkeuring aan het MVO beleid en accordeert jaarlijks het budget. Tweemaal per jaar wordt het volledige management team bijgepraat over de voortgang op de doelstellingen en de plannen voor het komende jaar. De MVO doelstellingen zijn onderdeel van de jaarlijkse beoordelingscyclus van de betrokken medewerkers en wegen mee in de vaststelling van de vaste beloning voor het volgende jaar.

## Vaststelling MVO onderwerpen

In 2013 hebben we voor het eerst een materialiteitsanalyse uitgevoerd om te bepalen welke

MVO onderwerpen voor onze stakeholders het meest relevant zijn. De resultaten hebben we in 2014 gevalideerd door met onze stakeholders hierover in gesprek te gaan. Daarnaast hebben we de methodiek van onze analyse iets aangepast op basis van aanbevelingen van onze stakeholders. Dit heeft geleid tot kleine verschuivingen van het belang van bepaalde onderwerpen, het toevoegen van onderwerpen, of de aanpassing van benamingen.

De onderwerpen die zowel onze interne stakeholders (o.a. medewerkers en management), als externe stakeholders (o.a. afnemers, consumenten en NGO's) het meest belangrijk vinden zijn:

- Voedselveiligheid
- Dierenwelzijn
- Financiële positie
- Gezonde en betaalbare voeding
- Melkprijs

## MATERIALITEITSMATRIX



### Stakeholderdialoog

Om de verwachtingen van onze stakeholders op de belangrijkste MVO onderwerpen in kaart te brengen, voeren we jaarlijks een uitgebreid stakeholderdialoog. Het gaat daarbij om de stakeholders die voor Arla Foods het meest relevant zijn. Ze vertegenwoordigen onder andere klanten, consumenten, brancheorganisaties, leveranciers, NGO's, overheden en medewerkers. De frequentie van de dialoog met elke stakeholder varieert van eens in de twee jaar tot tweemaal per jaar. We koppelen de diverse materiële onderwerpen aan specifieke stakeholders, waardoor we in ieder gesprek alleen de meest relevante onderwerpen bespreken. De resultaten van de gesprekken met deze stakeholders zijn input voor onze MVO actieplannen.

### Rapportageproces

De resultaten op de MVO indicatoren worden maandelijks door alle Arla productielocaties gemonitord en gerapporteerd aan Arla Foods amb. Tweemaal per jaar worden de resultaten voor Nederland besproken met het managementteam van Arla Foods Nederland. Indien nodig worden de resultaten bijgestuurd. Tijdens één van deze bijeenkomsten worden de plannen voor het aankomende jaar gepresenteerd en geaccordeerd.

In dit MVO jaarverslag rapporteren we over het grootste deel van de geïdentificeerde materiële onderwerpen. Over sommige financieel-economische indicatoren wordt in het Arla Foods amb. jaarverslag gerapporteerd, te vinden via de link <http://www.arla.com/about-us/investor/annual-reports/>. In de leeswijzer op pagina 30 is precies aangegeven waar een bepaald onderwerp is terug te vinden.

Alle in dit MVO verslag gerapporteerde cijfers zijn in januari door middel van een interne audit gecontroleerd op juistheid en volledigheid. De controle vindt jaarlijks plaats op zowel de productielocatie in Nijkerk als op het hoofdkantoor van Arla Foods in Denemarken. Onze interne controle is dusdanig uitgebreid dat wij op dit moment nog geen toegevoegde waarde zien in externe verificatie.

### Transparantie

We communiceren veelvuldig over onze MVO prestaties aan onze stakeholders. Zo geven we zes maal per jaar het personeelsmagazine Closer to Arla uit. In elke editie gaan wij in op de ontwikkelingen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarnaast brengen we een maal per jaar in maart een MVO jaarverslag uit.

Arla neemt jaarlijks deel aan de Transparantiebenchmark van het Ministerie van Economische Zaken. De Transparantiebenchmark is een jaarlijks terugkerend onderzoek naar de inhoud en kwaliteit van maatschappelijke verslaggeving. In 2014 is Arla Foods Nederland met 136 punten (van de maximaal te behalen 200 punten) geëindigd op de 78e plaats. In 2013 scoorde we nog 101 punten en eindigde we op de 134e plaats. Dit toont aan dat we een flinke stap hebben gezet om de kwaliteit van het MVO jaarverslag verder te verbeteren.

### RICHTLIJN VOOR MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID VAN ORGANISATIES

# ISO 26000

Wij hebben een zelfverklaring voor ISO26000. ISO 26000 is een richtlijn en geen eisenstellend document en daarom niet geschikt en ook niet bedoeld voor certificatie.



### Continu verbeteren

In 2014 is Arla Foods in Nederland begonnen met de uitrol van een Lean programma, waarmee we op een gestructureerde manier werken aan continue verbetering. Lean is geen project; het is een manier van denken en werken om steeds beter en concurrerender te worden.

Iedere afdeling werkt met met prestatie-indicatoren. Bijvoorbeeld op het gebied van energieverbruik en productverlies. Wekelijks worden de medewerkers op de productieafdelingen bijgepraat over de voortgang en worden oorzaken van problemen besproken. Zo is Lean onderdeel geworden van het dagelijkse werk.

# We leggen de lat steeds hoger

**Arla koopt producten en diensten vanuit de hele wereld. Hierbij streven we naar langdurige relaties met onze leveranciers en naar samenwerkingstrajecten in de keten. We selecteren onze leveranciers niet alleen op basis van prijs en kwaliteit, maar ook op basis van hun duurzaamheidsprestaties.**

## Onze aanpak

Onze belangrijkste inkoopcategorieën zijn verpakkingsmaterialen, ingrediënten, logistiek, nutsvoorzieningen (o.a. gas en elektra), onderhoud en business services (o.a. marketing en IT). Arla Foods werkt zoveel mogelijk met voorkeursleveranciers (1050 in 2014). We vragen hen om onze gedragscode voor leveranciers te ondertekenen. Hierin staan de ethische, sociale en milieu gerelateerde verantwoordelijkheden waaraan elke leverancier zich dient te conformeren. Omdat Arla in steeds meer landen actief is, en leveranciers vaak aan meerdere productielocaties leveren, worden de contracten met deze leveranciers over het algemeen centraal beheerd. Dit heeft onder andere tot gevolg dat het hoofdkantoor in Denemarken

de controle op het voldoen aan onze gedragscode coördineert. Dit gebeurt jaarlijks door middel van vragenlijsten, maar ook steeds vaker met behulp van audits. Leveranciers worden hiervoor geselecteerd op basis van een risico-analyse. Tijdens de audit wordt gekeken naar zaken als voedselveiligheid, kwaliteit, arbo, en de impact op het milieu. In 2014 zijn 40 audits uitgevoerd. Over het algemeen geldt dat we bij geconstateerde afwijkingen gezamenlijk bekijken welke acties er nodig zijn en in hoeverre Arla haar leveranciers daarbij kan ondersteunen.



## FSC gecertificeerde verpakkingen

Alle kartonnen verpakkingen die wij voor onze merken Arla en Melkunie gebruiken zijn gemaakt van FSC-gecertificeerd karton. Ook de omverpakkingen voor alle zuivel uit onze fabriek in Nijkerk zijn van FSC-gecertificeerd golfkarton gemaakt. Het FSC-certificaat garandeert dat het karton in onze verpakkingen afkomstig is van verantwoord beheerde bossen.

## UTZ cacao

In 2010 zijn we begonnen met het gebruik van duurzaam gecertificeerde cacao voor onze producten. Hiervoor werken we samen met certificeringsorganisatie UTZ CERTIFIED. Het UTZ keurmerk staat voor eerlijke handel en garandeert dat de cacao afkomstig is van boeren die werken onder goede arbeidsomstandigheden en aandacht hebben voor het milieu. We gebruiken cacao in Melkunie producten als chocoladevla en chocolademelk. Met uitzondering van de 250 ml-drinkbeters chocolademelk is al onze ingekochte cacao UTZ-gecertificeerd.

## Het gebruik van palmolie

In Nijkerk produceren we alleen producten zonder palmolie. Wel zetten we in Nederland producten op de markt die palmolie bevatten. Voor meer informatie over het gebruik van palmolie verwijzen we naar het MVO jaarverslag van Arla Foods aamba of lees onze statement op de Arla website: <http://www.arla.com/about-us/responsibility/sourcing/>.





# Vertrouwen in producten

Het leveren van veilige producten heeft topprioriteit voor Arla Foods. En we gaan nog verder. We willen het consumenten mogelijk maken te kiezen voor een product op basis van heldere informatie en kennis.



# Veilige producten zijn onze topprioriteit

**Als verantwoorde zuivelproducent doen we er alles aan om ervoor te zorgen dat het eten en drinken van onze producten veilig en gezond is. We werken hard om te kunnen garanderen dat onze processen veilig zijn en de hoogste standaarden worden nageleefd en continue worden verbeterd. Dit geldt voor de gehele productieketen, van grondstoffen tot aan eindproduct. In het geval van een incident hebben we volledig inzicht in de herkomst van onze grondstoffen, ingrediënten en eindproducten.**

## Focus op veilige producten

Onze consumenten eisen hoge kwaliteitsstandaarden. Onderzoek toont aan dat consumenten verwachten dat het eten van onze producten veilig en gezond is, maar daarnaast verwachten ze dat het product ook goed smaakt, er goed uit ziet, gezond is, en gemakkelijk te gebruiken is. Bovendien moeten grondstoffen ook op een ethische manier zijn geproduceerd en is het van belang dat klachten serieus worden genomen. Het juist vermelden van de ingrediënten op de verpakking is een voorwaarde waaraan we als verantwoorde voedselproducent moeten voldoen. Recente "voedselschandalen" in de voedselindustrie hebben geleid tot twijfel onder consumenten.

Arla Foods Nederland gaat met haar veiligheidsbeleid nog verder dan de Nederlandse wet vereist. Zo zijn we naast ISO22000 ook BRC en IFS Food gecertificeerd. Voorafgaand aan een nieuw project vindt een risico-analyse plaats. Indien een risico op besmetting wordt geïdentificeerd, wordt een zogenaamde HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) analyse uitgevoerd.

Als we een producten zouden moeten terugroepen, kunnen we direct ingrijpen. Ondanks onze inspanningen was er in 2014 één terugroepactie omdat we de kwaliteit van het product niet konden garanderen. We hebben het incident uitgebreid onderzocht en actie ondernomen om ervoor te zorgen dat de afwijking geen tweede maal kan voorkomen.

## Allergenen in het productieproces

In 2014 zijn we begonnen met het gebruik van zogenaamde A-allergenen in ons productieproces, als gevolg van de introductie van Melkunie koekvla. Dat leidde onder andere tot nieuwe werkvoorschriften, langere spoeltijden en extra controle op de kwaliteit van spoelwater. Ook werken we rond allergenen met herkenbaar reinigingsgereedschap en staan de tanks met ingrediënten die allergenen bevatten op een



aparte locatie. Onze medewerkers zijn uitgebreid getraind in deze nieuwe werkwijze.

Daarnaast zijn we nog een stap verder gegaan dankzij de implementatie van een nieuw softwaresysteem, dat operators verplicht om elke stap in het productieproces te controleren. Op deze manier voorkomen we in het hele productieproces dat allergenen in producten terecht kunnen komen, waar ze niet thuis horen.



# We maken gezond leven toegankelijk

**We willen aan de vraag naar gezonde producten en betrouwbare informatie over de voedingswaarde voldoen. We informeren onze consumenten over de ingrediënten in al onze producten, zodat zij op basis hiervan kunnen kiezen welk product het beste in hun behoeften voorziet. Door middel van onderzoek proberen we ons inzicht in de rol van zuivelproducten in een gezond voedingspatroon te verhogen.**

## Nieuwe gezondheidsstrategie

Arla Foods amba heeft wereldwijd een gezondheidsstrategie gelanceerd die verder bouwt op onze verantwoordelijkheid om gezonde zuivelproducten te promoten en beschikbaar te maken voor mensen over de hele wereld. De strategie richt zich op vier gebieden en heeft als doel een bijdrage te leveren aan de gezondheid van onze consumenten:

### Stimuleren van een gebalanceerd voedingspatroon

Wij geloven dat zuivel een belangrijk onderdeel is van een gezond voedingspatroon voor iedereen; ongeacht afkomst, leeftijd of geslacht. Wij willen onze producten nog gezonder maken door de voedingswaarde te verhogen en het zout, suiker en vetgehalte te verlagen.

### Makkelijker maken van keuzes

We zijn volledig transparant over de inhoud en voedingswaarde van onze producten. Met die informatie maken we het gemakkelijk voor onze consumenten om een gezonde en natuurlijke keuze te maken.

### Inspireren om gezond te eten

Wij proberen consumenten te inspireren om gezond te eten en wij geloven dat een gebalanceerd voedingspatroon en kennis over het bereiden van voedsel een goede basis zijn voor een gezond leven.

### Voorzien in specifieke behoeften

We willen meer producten ontwikkelen voor mensen met specifieke behoeften als overgewicht, ondervoeding of problemen met de spijsvertering.

### Ontwikkeling van gezonde producten

Om de nieuwe gezondheidsstrategie in de praktijk te brengen, is een "Nutrition & Health Intelligence Program" opgezet vanuit Arla's innovatie centrum in Denemarken. Vanuit deze locatie ontwikkelen we nieuwe producten die ondervoeding en overgewicht tegengaan en het risico op diabetes verminderen.

In 2014 kwamen verschillende nieuwe en gezonde producten in verschillende categorieën op de markt. We reduceerden het zoutgehalte van onze Arla kazen en we hebben in Nederland een product geïntroduceerd dat bijdraagt aan het tegengaan van ondervoeding: Arla Protino. Diëtisten zijn zeer enthousiast over de smaak en de samenstelling van Arla Protino: een eiwitrijke en energierijke zuiveldrank en ideaal voor mensen met weinig eetlust, zoals zieken of fragiele ouderen.

In Nederland hebben we onze eigen productontwikkelings afdeling gericht op het ontwikkelen van nieuwe dagverse zuivelproducten en het verbeteren van bestaande recepturen. Dankzij het

werk van deze afdeling slaagden we er bijvoorbeeld in om de hoeveelheid suiker in Melkunie Fruityoghurt met maar liefst 30 procent te verminderen. De zuivelsector ontwikkelde in 2014 gezamenlijk een plan om het gemiddelde suikergehalte in zuivelproducten met 5 procent te verlagen.

In juni hebben we het Breaker assortiment uitgebreid met de variant Breaker High Protein. Deze nieuwe zuivelsnack bevat extra eiwitten die de spieren ondersteunen en is vooral bedoeld voor na het sport of voor de stevige trek.

### 100% natuurlijk

In samenwerking met een gerenommeerd Nederlands onderzoeksinstituut hebben we de claim '100% natuurlijk' onderbouwd vanuit praktijk en wetenschap. Wij vinden het namelijk belangrijk dat afnemers en consumenten erop kunnen vertrouwen dat Arla haar productbelofte waarmaakt. Het grootste gedeelte van onze producten is gemaakt van ingrediënten waarvan onafhankelijk is vastgesteld dat deze natuurlijk zijn. Op de verpakking van deze producten kunnen consumenten de claim terugvinden. Inmiddels ligt er een complete handleiding waarmee de productontwikkelaars van Arla kunnen bepalen hoe ze tot écht natuurlijke zuivelproducten komen.

### Lactose-vrije producten

De vraag naar lactose-vrije producten blijft groeien. Er zijn momenteel meer dan één miljoen Nederlanders die na het gebruik van gewone zuivel klachten ondervinden. Consumenten zien Arla Lactofree daarom als een welkome en

## AANBEVOLEN DAGELIJKE HOEVEELHEID

# 450-600

De aanbevolen dagelijkse hoeveelheid melk- en melkproducten in milliliter volgens het Voedingscentrum.

## WBSO UREN

# 6.076

Bedrijven kunnen de financiële lasten van R&D-projecten verlagen via de WBSO regeling voor speur- en ontwikkelingswerk van de Rijksoverheid.





lekkere oplossing voor hun dagelijkse uitdaging om gezond én lekker te eten. Het assortiment zal in het komende jaar verder worden uitgebreid. In Nederland hebben we momenteel vier lactose-vrije producten in de winkel staan.

### Zweeds onderzoek

Afgelopen herfst werd er in de media regelmatig aandacht besteed aan het mogelijke risico voor de gezondheid in relatie tot melkconsumptie. De onderzoekers geven zelf in de conclusies aan dat de resultaten met voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd en dat er uit dit onderzoek geen harde conclusies kunnen worden getrokken. Dit

onderzoek moet bovendien worden geplaatst in het geheel van onderzoeken. Er zijn in het verleden, maar ook recent nog, onderzoeken gedaan die in tegenspraak zijn met de bevindingen van deze Zweedse studie. We zijn er als Arla Foods van overtuigd dat het consumeren van melk en melkproducten bijdraagt aan een goede gezondheid. Het is een goede manier om voldoende calcium binnen te krijgen en dat is belangrijk voor de botgezondheid en het voorkomen van botbreuken. Zuivel levert bovendien eiwitten en de vitamines B2 en B12. Daarnaast is zuivel natuurlijk en gewoon lekker. We zullen nieuw onderzoek op dit vlak nauwgezet blijven volgen.

# “Zuivel hoort gewoon bij een gezond voedingspatroon”



Momenteel actualiseert de Gezondheidsraad de zogeheten 'Richtlijnen goede voeding'. Deze richtlijnen zijn bedoeld om de overheid steun te bieden bij het ontwikkelen van een voedingsbe-

leid en vormen de basis van voorlichting door bijvoorbeeld het Voedingscentrum.

Zuivel stond in 1953 in de eerste 'schijf van vijf', geïntroduceerd door het Voorlichtingsbureau voor de voeding in Nederland (het latere Voedingscentrum). Ruim 60 jaar later wordt het consumeren van zuivel nog steeds aanbevolen. Terecht volgens Professor Frans Kok, hoogleraar Voeding en Gezondheid aan Wageningen Universiteit. "Het is een goede bron van voedingsstoffen, zoals eiwitten, vitamines en calcium. Zuivel hoort gewoon bij een gezond voedingspatroon".

Wel ligt er steeds meer nadruk op de consumptie van minder vette varianten, zoals magere melk of karnemelk. Maar we moeten ons niet blind staren op vet. Kaas sneuvelde in de vorige versie van de schijf van vijf vanwege het hoge vetgehalte. Echter, als je de balans van het totaal aan plussen en minnen bekijkt, zie je een duidelijke toegevoegde waarde voor de gezondheid.

In de afgelopen jaren is discussie ontstaan over het consumeren van zuivel. Vanuit nutriënten oogpunt valt voor beide wat te zeggen. Soja bevat minder verzadigd vet, zuivel bevat meer mineralen en B-vitamines. Voor mensen in opkomende economieën heeft zuivel toegevoegde waarde omdat eenzijdige voedingspatronen daar leiden tot een tekort aan voedingsstoffen zoals eiwit, zink, en calcium die in ruime mate in zuivel aanwezig zijn. Ook draagt zuivelname bij aan het behoud van spierkracht en mogelijk cognitieve functie bij ouderen. De vraag naar zuivelproducten met specifieke eigenschappen zal in de komende

jaren verder toenemen. Maar ook in de basis zal zuivel net als aardappels, groente en fruit onderdeel blijven van de schijf van vijf.

### Professor Frans Kok,

Hoofd afdeling Humane Voeding / Hoogleraar Voeding en Gezondheid, Wageningen Universiteit



Schijf van vijf van het Voedingscentrum

# Zorg voor het milieu en dierenwelzijn

Van internationale klimaatconferenties tot duurzame energieopwekking en gezonde koeien. Bij Arla besteden we aandacht aan een breed scala milieu- en landbouwgerelateerde onderwerpen. En ons doel is helder: het reduceren van onze impact op het milieu en het klimaat en het handhaven van hoge standaarden op het gebied van dierenwelzijn.



# We blijven onze milieupact reduceren

De productie van voedsel en het transport van producten hebben een onvermijdelijke impact op het milieu door de uitstoot van stoffen in de lucht, het water en de grond. Onze ambitie is om deze uitstoot te minimaliseren en om de milieupact van de gehele productieketen te blijven reduceren.

## Energiebeleid

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. Ons energieteam werkt dagelijks aan het monitoren en verminderen van ons energieverbruik. Het team maakt hiervoor gebruik van een energie-monitoringsysteem, dat goed inzicht geeft in onze energiestromen.

Sinds 2010, toen we startten met ons energiebesparingsprogramma, is ons energieverbruik (gas, elektra en stookolie) met zo'n 12 procent gedaald, ondanks een flinke toename van de productie. In de afgelopen 5 jaar verbeterde onze energie-efficiency (energieverbruik per liter product) met maar liefst 25 procent. Op basis van deze resultaten hebben we onze energiedoelstelling aangescherpt. In voorgaande jaren was ons doel om in de periode 2005–2020 het energieverbruik per liter product met 30 procent te verminderen. Nu hebben we de ambitie om jaarlijks het energieverbruik per

liter product met gemiddeld 3 procent te verminderen. Dit betekent over de periode 2005–2020 een totale reductie van 45 procent.



Per 1 januari 2014 zijn we volledig overgestapt op het gebruik van groene stroom uit windkracht, opgewekt door Nederlandse agrariërs. Over 2015 zal de windenergie "gewoon" afkomstig zijn van Nederlandse windparken. Dit is het gevolg van een

toenemende vraag naar windenergie. De CO<sub>2</sub>-uitstoot als gevolg van ons energieverbruik is in 2014 met 12,5 procent toegenomen ten opzichte van 2013. Dit is vrijwel volledig toe te rekenen aan de stijging van het productievolume. De CO<sub>2</sub>-uitstoot per liter product is identiek aan die van vorig jaar, namelijk 41,2 gram\*.

In 2014 hebben we een haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd naar de plaatsing van een houtsnijpercentrale naast onze fabriek, om hiermee het energieverbruik verder te kunnen verduurzamen. Afgelopen zomer hebben we voor dit project een positieve beschikking ontvangen voor de SDE+ subsidie van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland. We hopen het project begin 2016 te gaan realiseren. Met de installatie kan zo'n 2 miljoen m<sup>3</sup> aan gas worden bespaard en 3,7 ton aan CO<sub>2</sub>-uitstoot worden vermeden.

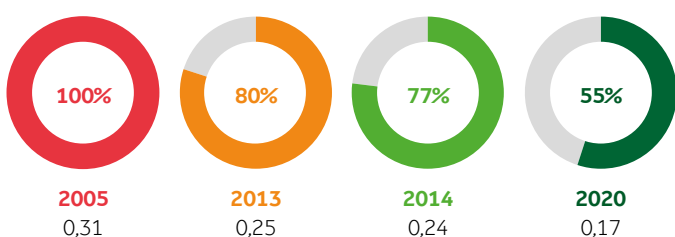
## Transport optimalisatie

Het optimaliseren van het transport van onze producten, het verhogen van de beladingsgraad van de vrachtwagens en het minimaliseren van het brandstofverbruik zijn zaken waar we continu aan werken.

Arla Foods Nederland ontving in mei 2014 de tweede Lean and Green ster van het logistieke verduurzamingsnetwerk Connekt. De eerste ster ontvingen we in 2012. Deze tweede Lean and Green ster is een erkenning voor bedrijven die

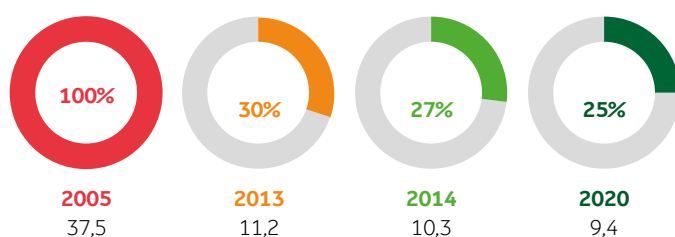
\* Voor de berekening van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van groene stroom uit windkracht gebruiken we de CO<sub>2</sub>-emissiefactor die is gepubliceerd op <http://co2emissiefactoren.nl/> lijst-emissiefactoren/ (0,00 kg/kWh). We hebben de rapportage over deze emissies met terugwerkende kracht gecorrigeerd.

## ENERGIEVERBRUIK PRODUCTIE PER LITER PRODUCT, IN kWh



Sinds 2014 zijn we gaan rapporteren in kilowattuur (kWh) in plaats van in kilojoule (kJ). Voor gas gebruiken we een conversiefactor van 8,791 kWh/m<sup>3</sup> en voor stookolie 10,8 kWh/m<sup>3</sup>.

## CO<sub>2</sub>-UITSTOOT VAN TRANSPORT NAAR KLANTEN PER LITER PRODUCT, IN GRAMMEN



De CO<sub>2</sub>-emissiefactor van transport hebben wij bijgesteld van 2,63 kg/liter naar 3,026 kg/liter, gebaseerd op berekeningen van PE International. Wij hebben de rapportage over de CO<sub>2</sub>-emissies van transport naar klanten met terugwerkende kracht gecorrigeerd.



actief bezig zijn met duurzame samenwerking en innovatie in de logistiek.

Sinds 2005 reduceerden we bijna 80 procent aan CO2-uitstoot door transport. Dit komt vooral doordat de beladingsgraad van vrachtwagens in de afgelopen jaren enorm is gestegen. Hierdoor zijn er minder ritten nodig, zijn er minder lege kilometers en dat leidt tot brandstofbesparing.

Daarnaast compenseren wij de CO2-uitstoot van het transport van biologische melk uit Denemarken. Dit doen we samen met onze partner Trees for All, door met een financiële bijdrage het bosprogramma ArBolivia te ondersteunen. Dankzij dit programma worden bomen geplant en bossen beschermd. In 2014 is op deze wijze 521 ton CO2 gecompenseerd.

De CO2-uitstoot van transport per liter product nam het afgelopen jaar af van 11,2 gram naar 10,3 gram (-8 procent). De belangrijkste oorzaak voor de

vermindering is de overstap van onze transporteur Bakker Logistiek naar schonere vrachtwagens die voldoen aan de strengere EUR5 emissienorm. Onze doelstelling voor 2020 is een reductie van 75 procent ten opzichte van 2005. Gezien de voortgang in de afgelopen jaren moet deze doelstelling haalbaar zijn.

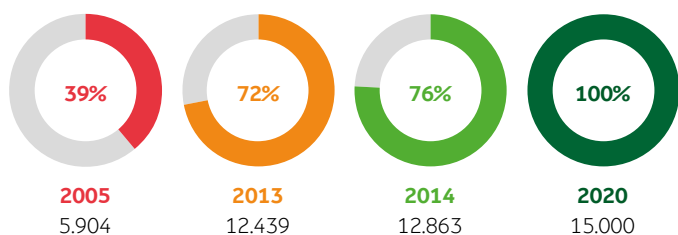
Voor 2015 verwachten we een toename in de gemiddelde beladingsgraad en een verdere afname van het aantal transportkilometers en de CO2 uitstoot van transport door een optimalisatie van de rittenplanning en het gebruik van vrachtwagens met een grotere laadcapaciteit.

#### Duurzame verpakkingen

Ons beleid is om verpakkingen te gebruiken die gemakkelijk te recyclen zijn en een lage milieupact hebben. We zoeken voortdurend naar mogelijkheden om lichtere verpakkingen op de markt te zetten, of gebruiken alternatieve materialen.

De Arla productielocaties werken steeds nauwer samen, en productie wordt zoveel mogelijk gecentraliseerd om productieprocessen efficiënter in te richten. Wij produceren bijvoorbeeld steeds meer dagverse zuivel voor de Duitse markt, terwijl langhoudbare producten uit Duitsland naar Nederland worden vervoerd. Hierdoor wordt onder andere veel energie bespaard. Echter, de transportafstanden nemen hierdoor juist weer toe. Voorafgaand aan een besluit tot verplaatsing van productie analyseren we de economische, sociale en milieugerelateerde impact. Winstgevendheid is hierbij de leidende factor, maar we doen onze uiterste best om de eventuele negatieve effecten te geminimaliseren.

#### GEMIDDELDE BELADINGSGRAAD VAN VRACHTWAGENS, IN LITERS PRODUCT



#### VERPAKKINGEN (IN TONNEN)

	2005	2013	2014
Aluminium	27,5	16,6	14,7
Plastic	741,0	1706,0	1.596,0
Papier	19,82	57,1	249,8
Golfkarton	1.905,9	3.566,3	4.722,8
Drankenkarton	6.041,8	5.475,6	6.053,0

De CO2-uitstoot van verpakkingen nam afgelopen jaar verder af naar 52,8 gram per liter product. Dit is voornamelijk het gevolg van een reductie in het gebruik van plastic verpakkingsmaterialen. De CO2-uitstoot van verpakkingen ligt echter nog steeds hoger dan in 2005 (45,6 gram per liter product). We berekenen de CO2-uitstoot van verpakkingen door de volumes aan verpakkingsmaterialen te vermenigvuldigen met de corresponderende CO2-emissiefactoren. De CO2-emissiefactoren zijn gebaseerd op levenscyclusanalyses van onze verpakkingen.

Eind 2014 stelde het Afvalfonds Verpakkingen een tarief voor de Afvalbeheersbijdrage van drankenkartons vast. Het gevolg hiervan is dat gemeenten op vrijwillige basis kunnen besluiten of ze drankenkartons gaan inzamelen. Naar verwachting zal hiermee het recyclingspercentage van drankenkartons gaan toenemen.

We zijn in 2014 nog niet tot een interne richtlijn voor het gebruik van verpakkingen voor onze producten gekomen. Wel hebben we samen met onze leveranciers gewerkt aan het verkrijgen van inzicht in het gebruik van verpakkingen en de CO2-emissies ervan. Op basis van dit inzicht kunnen we gericht verder bouwen aan de verduurzaming van onze verpakkingen.

#### Klimaatneutraal

De CO2-uitstoot die wij zelf veroorzaken, reduceren we tot nul in 2020. Het gaat dan om de CO2-uitstoot als gevolg van onze productie in de

fabriek (energie en afval), de verpakkingen die wij gebruiken voor onze producten en het transport naar klanten.

In 2014 is onze CO2-uitstoot toegenomen naar 30,4 ton (27,7 in 2013). Dit is het gevolg van een toename van de productie. Ten opzichte van het basisjaar 2005 is een absolute CO2-reductie van 31 procent behaald. Per liter geproduceerd product werd in 2014 106 gram CO2 uitgestoten, ten opzichte van 108 in 2013 (-1,9 procent). De grootste uitdagingen voor de komende jaren liggen in het terugdringen en verduurzamen van het gasverbruik en het ontwikkelen van milieuvriendelijke verpakkingsmaterialen.

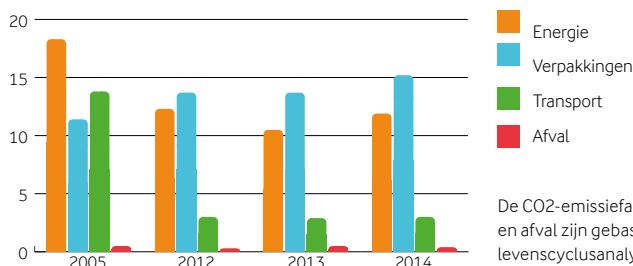
#### Minder verspilling van water

In Nederland is er geen tekort aan water en water is daarnaast ook relatief goedkoop. Toch vinden we het belangrijk om te doen wat juist is: zuinig omgaan met water dat op wereldschaal een schaars goed is. Het waterbeleid van Arla richt zich op het beperken van de impact op onze directe omgeving, zoals de Veluwe en het Eemland, waaraan we bronwater onttrekken. Met het milieumonitoringsysteem bewaken we het waterverbruik continu.

We hebben in het afgelopen jaar de doelstelling om ons waterverbruik met 50 procent te reduceren aangepast en in lijn gebracht met onze energiedoelstelling; een jaarlijkse reductie van het waterverbruik per liter product met gemiddeld 3 procent. Dit betekent over de periode 2005–2020 een totale reductie van 45 procent.



#### KLIMAATIMPACT, IN TONNEN CO2



De CO2-emissiefactoren van verpakkingsmaterialen en afval zijn gebaseerd op de uitkomsten van een levenscyclusanalyse door PE International.

## LADDER VAN MOERMAN



Ons waterverbruik per liter product is in 2013 opnieuw fors gedaald naar 2,65 liter. Ondanks een aantal lastige jaren is het ons inmiddels gelukt om sinds 2005 het waterverbruik met 17 procent te reduceren. Sinds 2010, toen we naast een energiebesparingsprogramma ook zijn begonnen met een waterbesparingsprogramma, hebben we 18 procent bespaard op ons waterverbruik (absoluut).

### Verwaarding van reststromen

We zijn continu bezig met het reduceren en verwaarden van reststromen uit ons productieproces. Hiervoor passen we de ladder van Moerman toe. Uitgangspunt daarbij is het voorkomen van reststromen. Het weggooien van nuttige grondstoffen heeft het laagste niveau van verwaarding.

In de afgelopen jaren hebben we ondanks de stijging van de productievolumes de hoeveelheid afvalwater gelijk weten te houden. De hoeveelheid CZV (Chemisch Zuurstof Verbruik) in het afvalwater is zelfs gehalveerd in tien jaar tijd.

Arla Foods heeft haar eigen waterzuivering op de locatie in Nijkerk. Uit het slib dat overblijft na de zuivering van het afvalwater wekken we energie op. Producten die we niet meer aan klanten kunnen leveren maar nog voldoende lang houdbaar zijn, worden wekelijks gedoneerd aan de Voedselbank

Arnhem. In de afgelopen vijf jaar hebben we meer dan 1 miljoen producten gedoneerd aan de Voedselbank. Producten die niet meer geschikt zijn voor menselijke consumptie worden gebruikt als grondstof voor diervoeding.

### Reduceren van voedselverspilling

Arla Foods ziet voedselverspilling als een belangrijk thema en zet zich actief in om verspilling van zuivelproducten tegen te gaan. Verspilling van voedsel betekent verspilling van schaarse grondstoffen en onnodige uitstoot van CO2 bij de productie, verwerking, het transport en afvalverwerking van voedsel. Daarnaast is voedselverspilling niet te verantwoorden met het oog op voedselschaarste die heerst in andere delen van de wereld. Onze verantwoordelijkheid ligt in de eerste plaats in het voorkomen van verspilling in onze eigen fabriek. Daarnaast nemen we onze verantwoordelijkheid voor het gebruik van onze producten door de consument.

In augustus 2014 heeft Arla Foods voor haar merken Arla en Melkunie een nieuwe verpakking met vouwlijnen geïntroduceerd waarmee het gemakkelijker is om de verpakking plat te maken, op te vouwen en uit te knippen. Dankzij deze innovatie blijft er vrijwel geen restant van het zuivelproduct in de verpakking achter.

In januari 2015 hebben wij Melkunie Versfilter™ op de markt gebracht. Dit is verse melk, die na opening aantoonbaar 7 dagen lang fris en vers blijft. Daarnaast was een ongeopend pak melk voorheen 9 dagen houdbaar. Versgefilterde melk van Melkunie is ongeopend 15 dagen houdbaar. Melk is het meest verspilde voedselproduct van Nederland. Met versgefilterde melk van Melkunie hoeven Nederlanders zich minder zorgen te maken over de houdbaarheid van verse melk na opening van het pak. Omdat de melk 7 dagen fris en vers is, hoeven consumenten minder melk weg te gooien. Dat scheelt een gemiddeld gezin zo'n 10 pakken melk per jaar.

Voor het productieproces van Melkunie Versfilter™ is wel meer energie nodig. De CO2 uitstoot hiervan is echter maar een fractie vergeleken bij de CO2 uitstoot van het totaal aan melk dat jaarlijks in Nederland door de gootsteen wordt gespoeld. Het negatieve effect op onze milieudoelstellingen nemen we voor lief en proberen we te minimaliseren door efficiency-verbeteringen op andere vlakken.

## JAARLIJKSE VERSPILLING VAN MELK IN MILJOENEN LITERS

# 70

Nederlanders verspillen jaarlijks zo'n 70 miljoen liter aan melk. Het grootste deel hiervan wordt door de gootsteen gespoeld.

## HOUDBAARHEID VERSGEFILTERDE MELK VAN MELKUNIE

# 15 dagen



# Op weg naar een steeds duurzamere melkveehouderij

We willen er zeker van zijn dat de boerderijen die melk aan Arla leveren zorg dragen voor het welzijn van de dieren, de kwaliteit van de melk, en het milieu. Onze leveranciers moeten voldoen aan hoge standaarden op het gebied van management, dierenwelzijn, diervoeding en CO2 emissies.

## Ons Arlagården kwaliteitsprogramma

Dat onze melk van hoge kwaliteit is en duurzaam wordt geproduceerd borgen we met behulp van het Arlagården programma. De vier kernthema's binnen het programma zijn:

- Melkkwaliteit
- Voedselveiligheid
- Dierenwelzijn
- Milieu

In 2014 is onze kwaliteitsprogramma Arlagården geïmplementeerd in Duitsland, België en Luxemburg. Het accreditatieproces voor dit programma zullen we ook starten bij de boeren uit België, Duitsland en Nederland die als gevolg van de fusie met EGM Walhorn tot de coöperatie zijn toegetreden. Voor meer informatie over het Arlagården kwaliteitsprogramma en de criteria verwijzen we naar de website van Arla amba: <http://www.arla.com/about-us/responsibility/farm-quality/arlagarden/>.

## Dierenwelzijn op de agenda

Een belangrijk onderdeel van het Arlagården programma is dierenwelzijn. We vinden het belangrijk

dat melkkoeien en kalveren op een fatsoenlijke wijze worden gehouden. Gezonde koeien zijn essentieel voor een goede melkkwaliteit. Het grootste deel van onze biologische melk is afkomstig van Arla boeren, en voldoet dus aan de Arlagården criteria op het gebied van dierenwelzijn.

Ook bij de inkoop van melk bij de Dutch Milk Foundation houden we rekening met dierenwelzijn. Zo hebben we in 2012 het Convenant Weidegang ondertekend. Het doel van dit Convenant is om koeien zoveel mogelijk weidegang te bieden en tenminste het huidige niveau van melkveebedrijven met weidegang te behouden. Weidegang is belangrijk omdat dit bijdraagt aan het natuurlijke gedrag van koeien. Wij nemen onze verantwoordelijkheid door voor al onze dagverse producten onder het merk Melkunie alleen melk te gebruiken 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).

## Biologische zuivel

In 2014 hebben we het gebruik van biologische zuivel actief gepromoot. Het resultaat is een toename van de verkopen van biologische producten met 11 procent vergeleken met 2013. Gemiddeld was in 2014 80 procent van onze Arla producten – geproduceerd in Nijkerk – biologisch. Voor de komende jaren voorzien we een verdere toename van de vraag naar biologische producten.

## 100% duurzame soja

We hanteren een streng beleid ten aanzien van het gebruik van soja. Ondanks het feit dat slechts een klein deel van het voer van melkkoeien bestaat uit soja(schroot), zijn wij ons bewust van de nadelige effecten van onverantwoorde sojateelt. Arla Foods amba is daarom lid van de Round Table on Responsible Soy (RTRS). RTRS-gecertificeerde soja betekent duurzame soja, geproduceerd met aandacht voor natuurbehoud, biodiversiteit, verantwoord gebruik van bestrijdingsmiddelen, goede arbeidsomstandigheden en respect voor landrechten van lokale gemeenschappen.

Sinds 2014 is alle soja die wordt gebruikt in het voer van de koeien op Arla boerderijen RTRS of Proterra gecertificeerd. Niet al onze boerderijmelk is afkomstig van boeren die behoren tot de Arla coöperatie. Een deel hiervan is geproduceerd door melkkoeien waarvan het soja in het voer niet was verduurzaamd. De NZO heeft via een bijdrage aan de Stichting Ketentransitie ervoor gezorgd dat dit gedeelte ook is verduurzaamd door de aankoop van RTRS certificaten, waardoor in 2014 100% van onze sojavoetafdruk is verduurzaamd.

Per 1 januari 2015 hebben wij het gebruik van duurzame soja als voorwaarde opgenomen in de contracten voor boerderijmelk afkomstig van andere leveranciers dan de Arla coöperatie. Daarnaast onderzoekt Arla Foods amba momenteel alternatieven voor soja in diervoeding.

### NEDERLANDSE BOEREN

# 51

In 2014 zijn 51 Nederlandse boeren toegetreden tot de Arla coöperatie.

### PERCENTAGE WEIDEGANG IN NEDERLAND

# 77,8%

In 2014 paste 77,8% van de melkveebedrijven in Nederland weidegang toe. In 2013 was dit nog 80%.

### DUURZAME SOJA

# 100%

# Respectvolle relaties

Arla heeft relaties met mensen, organisaties, gemeenschappen en landen. Daarbij werken we altijd op basis van wederzijds respect.







# Samenwerken aan een internationaal bedrijf

**Arla is een resultaatgerichte, open en informele organisatie. Medewerkers kunnen in een uitdagende, veilige en ondernemende werkomgeving hun talenten toepassen en zich ontwikkelen. Ten gunste van zichzelf en van Arla.**

## Werkgelegenheid

Het vaste medewerkersbestand van Arla Foods is voor het eerst sinds jaren toegenomen. Eind 2014 werkten er 324 medewerkers bij Arla Foods, ten opzichte van 309 in 2013. Daarnaast is ook de zogenaamde flexibele schil verder toegenomen, met name vanwege de toename van het geproduceerde volume. Vast personeel wordt op verschillende posities (flexibel) ingezet, aangevuld met uitzendkrachten om productieschommelingen op te vangen.

## Betrokkenheid van medewerkers

Arla Foods voert jaarlijks een medewerkertevredenheidsonderzoek uit onder alle medewerkers. Dit Barometer-onderzoek heeft betrekking op aspecten als betrokkenheid en persoonlijke ontwikkeling.

In het afgelopen jaar is de betrokkenheid van onze medewerkers toegenomen, zowel in de productie als op de commerciële afdelingen. Op alle onderdelen zagen we een verbetering ten opzichte van vorig jaar. Dit geeft ons de bevestiging dat de verbetermaatregelen die we vorig jaar hebben doorgevoerd effect hebben gehad.

## Een veilige werkomgeving

De gezondheid van onze collega's staat voorop. Veiligheid op de werkvloer is voor ons net zo belangrijk als de veiligheid van onze producten. We

werken voortdurend aan het voorkomen van ongevallen en aan het reduceren van het ziekteverzuim.



We werken met een Arbo Groep van zo'n 15 preventiemedewerkers die daarvoor speciaal zijn opgeleid. Zij komen diverse malen per jaar bijeen om de Arbo-aanpak te bespreken en incidenten te evalueren. In het afgelopen jaar was er hernieuwde aandacht voor de procedures omtrent het melden van incidenten en gevaarlijke situaties. In 2014 zijn er mede hierdoor 27 meldingen gedaan van gevaarlijke situaties, ten opzichte van 12 in 2013. Deze meldingen stellen ons in staat om preventief actie te ondernemen en een werkomgeving te creëren die steeds veiliger wordt.

Zowel het aantal ongevallen met verzuim als het ziekteverzuim zijn in 2014 licht toegenomen. Het ziekteverzuim was in 2014 4,5 procent, tegenover 3,6 procent in 2013. In een productieomgeving met een gemiddelde leeftijd van 48 jaar is dit nog steeds een cijfer waar we niet ontevreden over zijn. De implementatie van LEAN (zie kader pagina 11)

zorgt ervoor dat het reduceren van ziekteverzuim extra onder de aandacht komt bij de teamleiders en managers.

## Training en ontwikkeling

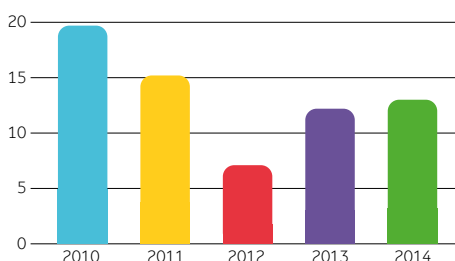
Uit kostenoverwegingen was er jarenlang minder opleidingsbudget beschikbaar. Medewerkers hebben vooral interne trainingen en opleidingen gevolgd. In 2015 komt er meer budget beschikbaar om medewerkers te kunnen opleiden. Doordat de Nederlandse organisatie onderdeel is geworden van de divisie Consumer Central Europe (CCE), en is omgevormd tot een matrix-organisatie, hebben veel medewerkers geen leidinggevende meer op de afdeling werken, maar rapporteren ze aan een manager in het buitenland. Dit vraagt om een andere manier van werken, aanpassing en flexibiliteit van medewerkers. We proberen hen hierin te ondersteunen waar mogelijk.

## Integriteit

Alle medewerkers van Arla Foods hebben (wereldwijd) een gemeenschappelijke manier van werken met als fundament de waarden in de Arla-gedragscode Onze Verantwoordelijkheid. Deze gedragscode is een hulpmiddel om bij dilemma's de juiste handelswijze te kunnen bepalen. De gedragscode omvat onderwerpen als duurzame landbouw, omkoping, voedselveiligheid, mensenrechten en gezondheid.

Sinds 2013 is de gedragscode standaard onderdeel van de arbeidsovereenkomst. Daarmee verbinden nieuwe medewerkers zich automatisch aan de gedragscode. De gedragscode is beschikbaar op de website van Arla Foods (<http://www.arla.nl/about-us/onz-verantwoordelijkheid/>). Momenteel

## ONGEVALLEN MET VERZUIM, PER MILJOEN GEWERKTE UREN



## AANTAL GEVAARLIJKE SITUATIES

27

## ONGEVALLEN ZONDER VERZUIM

21

Werk-gerelateerde ongevallen met minder dan 1 dag verzuim.



werken we aan een update van de gedragscode, zodat deze weer voldoet aan de huidige tijd en ook bruikbaar is voor onze collega's in bijvoorbeeld Azië en het Midden-Oosten. We verwachten halverwege 2015 een nieuwe gedragscode beschikbaar te kunnen stellen aan onze medewerkers en hen te trainen in het toepassen ervan in hun dagelijkse werk.

#### **Onze klachtenprocedure**

Medewerkers met werkgerelateerde problemen hebben voor de oplossing ervan verschillende mogelijkheden. De eerste stap die wordt geadviseerd is een persoonlijk gesprek tussen de medewerker en zijn/haar leidinggevende. Mocht dit geen oplossing bieden, dan kan de medewerker terecht bij een van de twee vertrouwenspersonen.

In 2014 is het bestaan en de functie van de vertrouwenspersonen opnieuw onder de aandacht

gebracht. In totaal zijn er twee meldingen van ongewenst gedrag binnengekomen bij de vertrouwenspersonen. Deze klachten zijn opgepakt door de vertrouwenspersonen en dit heeft voor de medewerker tot voldoende resultaat geleid.

Verder kent Arla Foods een klachtencommissie, bestaande uit twee door de OR gekozen leden en twee door het managementteam gekozen leden. Deze commissie is bedoeld voor situaties waarin andere routes geen soelaas bieden. De klachtencommissie beoordeelt klachten op het gebied van discriminatie, seksuele intimidatie, pesten, et cetera.

Via de klokkenluidersregeling kan een anonieme klacht worden ingediend. Deze regeling is beschikbaar voor alle Arla medewerkers wereldwijd en is bedoeld voor het rapporteren van overtredingen van wetgeving en Arla's gedragscode.

---

#### **ZIEKTEVERZUIM IN PROCENTEN**

# 4,5

Het ziekteverzuim is het aantal uren verzuim per miljoen gewerkte uren, uitgedrukt in een percentage.



# We onderhouden respectvolle en constructieve relaties met de gemeenschap



**Wij nemen de verantwoordelijkheid om samen te werken met de gemeenschap waarin we opereren. Daar bovenop proberen we zoveel mogelijk sociale initiatieven te ondersteunen die relevant zijn voor ons bedrijf. We willen een bijdrage leveren aan de gemeenschap, en doen dit door het bouwen van lange-termijn relaties met mensen, bedrijven en organisaties.**

#### **Partnerschappen**

Arla Foods is partner van de kennis- en netwerkorganisatie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen MVO Nederland en van De Groene Zaak, het bedrijvenplatform voor koplopers in duurzaam ondernemen. Daarnaast hebben we zitting in de Duurzame Zuivelketen, een sectorinitiatief van de Nederlandse Zuivel Organisatie en LTO Nederland.

#### **Maatschappelijke betrokkenheid**

Arla Foods Nederland is één van de initiatiefnemers van het platform DoSocial, dat in september 2013

officieel is gelanceerd (zie ook [www.dosocial.nl](http://www.dosocial.nl)). Doel van DoSocial is om sociale initiatieven binnen zorginstellingen te stimuleren en uit te (laten) voeren. DoSocial wil "hulpbehoevenden het beste jaar ooit" geven. Het kan gaan om landelijke maar ook om lokale initiatieven.

De rode draad bij alle initiatieven is dat ze leiden tot meer sociaal contact, minder eenzaamheid, leuke uitjes, zinvolle dagbesteding en een fijne oude dag. Als DoSocial-partner levert Arla naast een jaarlijkse vaste financiële bijdrage ook 'uren' van medewerkers.

In 2014 hebben we de eerste Arla vrijwilligersdag georganiseerd. Het thema van de dag was eenzaamheid. Ongeveer 20 Arla medewerkers organiseerden een excursie voor 55 ouderen van een zorginstelling in Nijkerk. De groep is naar het Arkemheen-Eemland landgoed geweest voor een rondleiding en een lunch.

Tijdens de Arla vrijwilligersdag werd ook de Melkunie campagne tegen eenzaamheid onder ouderen afgetrapt. Consumenten werden opgeroepen om een toetje te eten met hun opa of oma, schoonmoeder of buurvrouw, en zo eenzaamheid tegen te gaan. Met de opbrengst van de actie is uiteindelijk één sociale ontmoetingstuin ter waarde van €15.000 gedoneerd aan het Nationaal Ouderenfonds.

Verder is Arla Foods Nederland al sinds medio 2010 partner van Natuurmonumenten. Via deze samenwerking bieden we het Landgoed Oldenaller (tussen Nijkerk en Putten) financiële ondersteuning. Ook is Arla Foods Nederland officieel 'vriend' van het Nationaal Landschap Arkemheen-Eemland.

# Leeswijzer

MATERIËLE ONDERWERPEN	PAGINA
Voedselveiligheid	15
Dierenwelzijn	23
Financiële positie	6 – 7 + 3 van het internationale Arla Foods financiële jaarverslag
Gezonde en betaalbare voeding	16 – 17
Melkprijs	8 – 9, 18, 57 van het internationale Arla Foods financiële jaarverslag + 6, 7, 14 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag
Voedselverspilling	22
Gezondheid en veiligheid medewerkers	26 – 27
Integriteit	26
Transparantie	11
Stakeholderdialogoog	10 – 11
Innovatie	16
Efficiëntie van de productieketen	19 – 23
Duurzaam inkopen	12
Broeikasgassen	19 – 21
Recycling en afval	21 – 22
Deelname aan het publieke debat	10 – 11, 16 – 17, 23, 28 – 29
Verpakkingen	20 – 21
Betrokkenheid bij de lokale gemeenschap	28 – 29
Transport	19 – 20
Diversiteit en inclusie	50 – 51, 54, 56 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag
Biodiversiteit	47 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag
Etikettering	28, 35 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag
Naleving van ethische normen in buitenlandse markten	10 – 12 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag
Water	21
Ontwikkeling van boeren in opkomende markten	55 – 57 van het internationale Arla Foods MVO jaarverslag

## DEFINITIES

Allergenen	Eiwitten die allergische reacties kunnen opwekken.
Arlagården	Ons kwaliteitsprogramma waarmee we de kwaliteit van onze melk waarborgen en duurzame productie naleven.
Arla Foods amba	Het moederbedrijf van Arla Foods Nederland. Het hoofdkantoor van Arla is gevestigd in Aarhus, Denemarken.
CCE	Consumer Central Europe, de divisie waaronder Arla Foods Nederland valt.
CZV	Chemisch Zuurstof Verbruik. Indicator voor de mate van vervuiling.
Klimaatneutraal	De CO <sub>2</sub> -uitstoot als gevolg van onze productie in de fabriek (energie en afval), de verpakkingen die wij gebruiken voor onze producten, en het transport naar klanten.
Materialiteit	Maatstaf die bepaalt of een onderwerp relevant is.
OR	Ondernemingsraad, bestaande uit negen leden.
RTRS	Round Table on Responsible Soy. Organisatie die een verantwoorde productie, verwerking en handel van soja wereldwijd promoot.
SDE+ subsidie	Subsidieregeling vanuit de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (ministerie van Economische Zaken) om de ontwikkeling van een duurzame energievoorziening in Nederland te stimuleren.
Versfilter™	Verse melk van Melkunie die we in januari 2015 op de markt hebben gebracht. Melkunie Versfilter™ is na opening aantoonbaar 7 dagen lang fris en vers.
WBSO	Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk. Via deze fiscale regeling stimuleert het ministerie van Economische Zaken ondernemers om meer te investeren in onderzoek.





**Arla Foods B.V.**  
Postbus 1089  
3860 BB Nijkerk

Tel. +31 (0)33 247 62 22  
E-mail [nijkerk\\_mv@arlafoods.com](mailto:nijkerk_mv@arlafoods.com)

[www.arla.nl](http://www.arla.nl)