

Dichter bij
de natuur
in 2013



Dichter bij de natuur in 2013

Voor u ligt het duurzaamheidsverslag van Arla Foods B.V. (voor het leesgemak schrijven we in dit duurzaamheidsverslag Arla Foods Nederland of kortweg Arla). We laten u graag zien welke duurzaamheidsinitiatieven we in 2013 hebben genomen en welke resultaten we hebben bereikt. Het duurzaamheidsverslag staat ook op www.arla.nl.

Om tot verdere verduurzaming te komen, gaan wij graag de dialoog aan. Uw vragen, opmerkingen en verbetervoorstellen zijn welkom op het e-mailadres mvo@arlafoods.nl.

INHOUD

<i>Stap voor stap duurzamer</i>	3
Arla en Dichter bij de natuur	
<i>Arla Foods Nederland</i>	5
<i>Kern Prestatie Indicatoren</i>	6
<i>Strategie Dichter bij de natuur</i>	8
<i>Sturing en uitvoering</i>	10
Thema's en resultaten in 2013	
<i>Klimaatneutraal</i>	
Energie	13
Transport	13
Verpakkingen	14
CO2-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten	15
<i>Terugdringen van verspilling</i>	
Minder verspilling van water	17
Minder verspilling van materialen en grondstoffen	18
Minder verspilling bij consumenten	18
<i>Welzijn voor mens en dier</i>	
Zorg voor medewerkers	21
Dierenwelzijn	22
Duurzaam inkopen	23
Gezondheid consumenten	24
<i>Transparantie</i>	
Transparantiebenchmark	27
Partnerschappen	27
Communicatie met klanten	27
Maatschappelijke betrokkenheid	27
Stakeholderdialoog in 2013	29
Ambities voor 2014	30

Stap voor stap duurzamer

Duurzaamheid zit diep in het DNA van Arla. De eigenaren zijn melkveehouders die vanzelfsprekend sterk verbonden zijn met de natuur. Hun boerenbedrijven zijn meestal van generatie op generatie overgegaan. De eigenaren willen dat hun bedrijf over pakweg honderd jaar ook nog bestaat. Vanuit dit langetermijnperspectief heeft Arla het duurzaamheidsprogramma *Dichter bij de natuur* opgezet.

Dichter bij de natuur begint met onze producten. Ze hebben een hoge kwaliteit en zijn van nature goed voor mensen. Bovendien produceren we onze zuivel steeds duurzamer. Door deze combinatie van natuurlijke producten en een duurzame bedrijfsvoering kunnen we op een verantwoorde manier verder groeien. Duurzaamheid is cruciaal voor onze business. We merken dat stakeholders onze leidende rol op het gebied van verduurzaming zien en waarderen. Consumenten zijn zich steeds meer bewust van de impact van hun gedrag op het milieu. Zij willen 'groener' leven. Mede daarom vinden ook onze afnemers duurzaamheid steeds belangrijker. Duurzaamheid draait om maatregelen maar ook om de communicatie erover. Ons credo is: we zeggen wat we gaan doen, doen wat we

zeggen, vertellen hoe we resultaten meten en laten zien wat we hebben gedaan, aan de hand van cijfers en feiten.

Om het beste uit onszelf te kunnen halen, leggen we de lat hoog. Onze doelstellingen voor 2020 zijn stevig. Ook als daar zakelijk gezien niet direct reden voor is, zoals bij onze doelstelling om het waterverbruik te halveren. In Nederland is er geen tekort aan water en water kost weinig. Toch vinden we het belangrijk om te doen wat juist is: zuinig omgaan met water dat op wereldschaal een schaars goed is. We willen stap voor stap steeds duurzamer worden. Ook in 2013 zijn we daar goed in geslaagd, zoals u kunt lezen in dit verslag. U zult bij alle doelstellingen zien dat we opnieuw vooruitgang hebben geboekt. Met dat 'we' bedoel ik - naast onze externe partners - vooral onze medewerkers. *Dichter bij de natuur* leeft in onze organisatie. Elke medewerker heeft het afgelopen jaar wel iets gedaan om de duurzaamheid te verbeteren. Ook de komende jaren zullen we elke dag opnieuw werken aan de verdere verduurzaming van ons mooie bedrijf. Met het oog op een gezonde toekomst!

Andrew Simpson,
Managing Director Arla Foods Nederland



Arla en Dichter bij de natuur



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 amba, 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.

We voorzien Nederland en Duitsland van dagverse zuivel (zoals melk, karnemelk, yoghurt en vla) die is geproduceerd in Nederland. 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, Milk & Fruit, Breaker, Castello en Lurpak. Naast merkproducten leveren we zuivel voor huismerken. Arla Foods Nederland (officiële naam Arla Foods B.V.) is gevestigd in Nijkerk.



VERWERKTE BOERDERIJMELK per miljoen liter

220
2011

200
2012

215
2013

Natuurlijke zuivelproducten én een duurzame bedrijfsvoering. Dat typeert Arla Foods Nederland. 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 eigenaren tevreden over zijn: vanwege het mooie duurzame bedrijf achter de mooie producten!

Onze kernwaarden zijn:

Lead

We nemen de leiding, bij alles wat we doen nemen we het voortouw. We benutten alle mogelijkheden.

Sense

We hebben gevoel voor onze medewerkers, consumenten en de wereld om ons heen.

Create

We creëren. We ontwikkelen onze business en medewerkers. We zijn inventief en innovatief. Deze kernwaarden vormen de rode draad in de Arla-bedrijfscultuur.

Melkveehouders leveren onze belangrijkste grondstof: boerderijmelk. Andere leveranciers zorgen voor ingrediënten als fruit en cacao, groene energie, verpakkingen voor onze producten en transport naar klanten.

We leveren onze producten aan retailbedrijven en aan out of home-kanalen (horeca, catering, benzine- en treinstations en zorginstellingen).

AANTAL MEDEWERKERS in FTE

375
2011

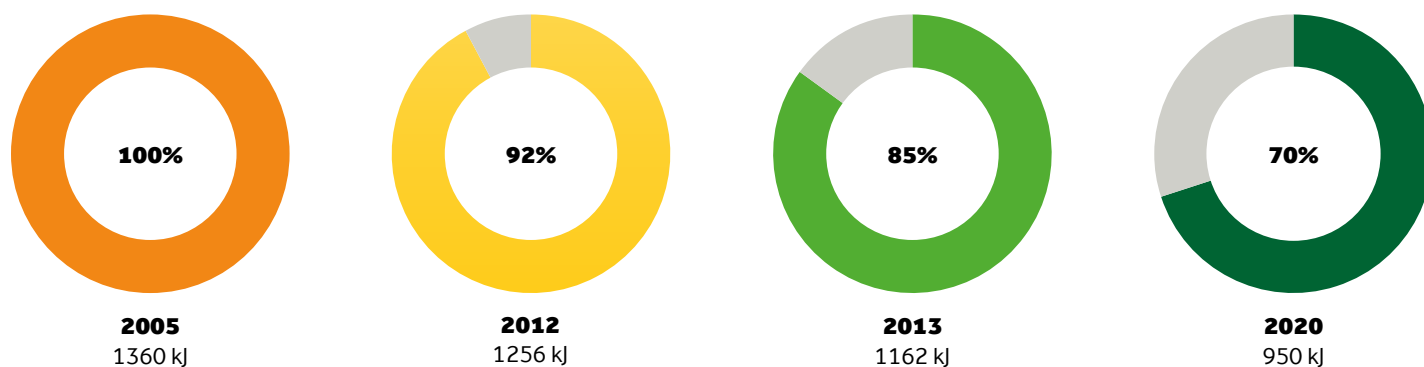
360
2012

340
2013

Kern Prestatie Indicatoren

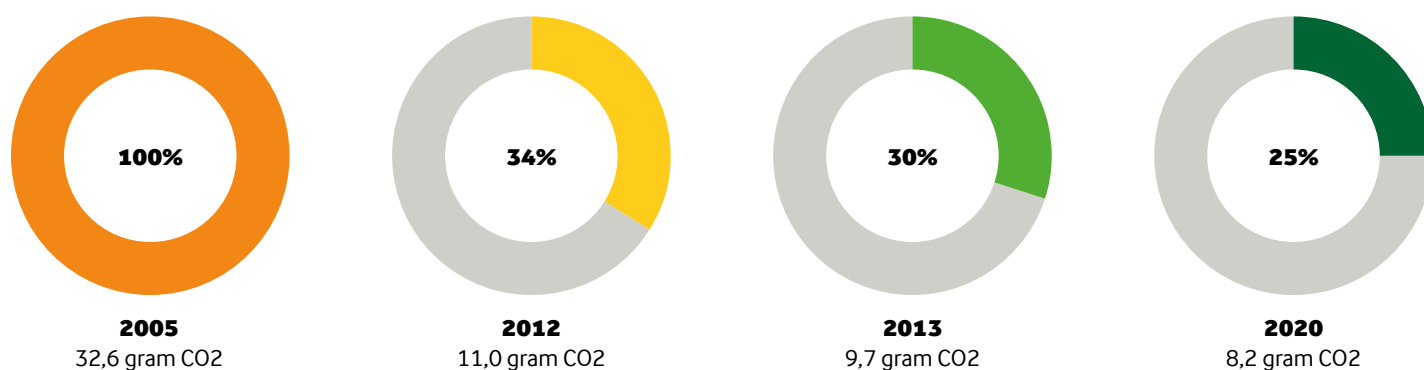
ENERGIEVERBRUIK PRODUCTIE*

per liter product



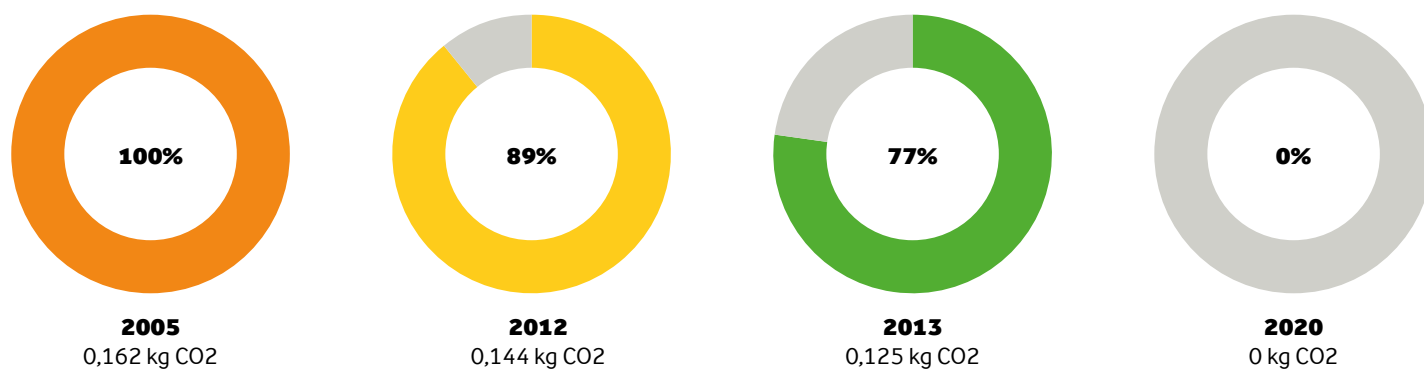
CO2-UITSTOOT VAN TRANSPORT NAAR KLANTEN**

per liter vervoerd product



CO2-UITSTOOT VAN PRODUCTIE, VERPAKKINGEN EN TRANSPORT NAAR KLANTEN**

per liter product

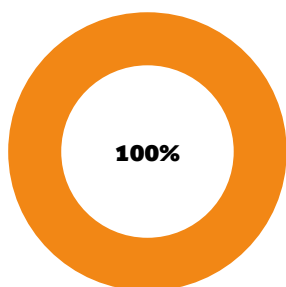


*) In voorgaande verslagjaren hebben we per abuis een verkeerde eenheid gehanteerd bij het energieverbruik per liter product. Wij hebben ons energieverbruik voor de periode 2011-2012 hiervoor nu alsnog gecorrigeerd.

**) Tijdens onze jaarlijkse interne controle hebben we een fout geconstateerd in onze eerdere berekenwijze van de CO2-uitstoot van transport. Naar aanleiding daarvan hebben wij de cijfers over 2005-2012 gecorrigeerd.

WATERVERBRUIK PRODUCTIE

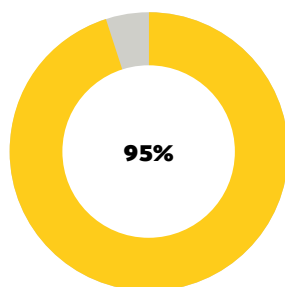
per liter product



100%

2005

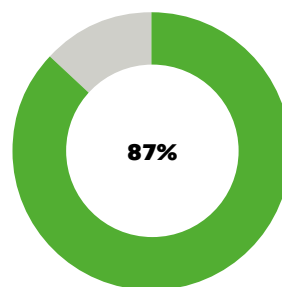
3,18 liter water



95%

2012

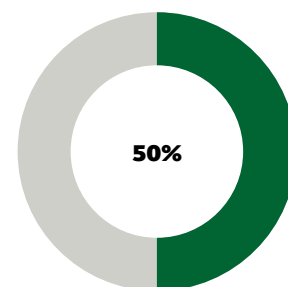
3,02 liter water



87%

2013

2,77 liter water



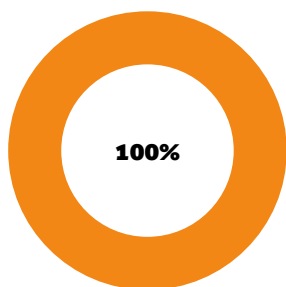
50%

2020

1,59 liter water

AFVALWATER VAN PRODUCTIE

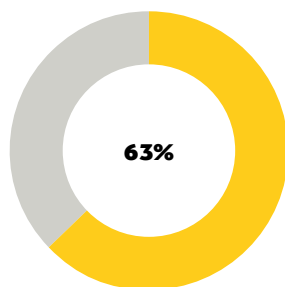
per liter product



100%

2005

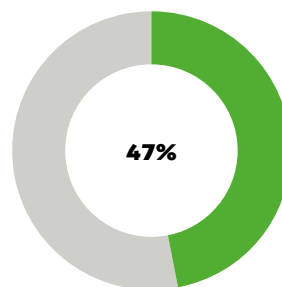
1,63 kg CZV



63%

2012

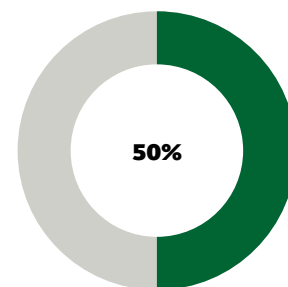
1,03 kg CZV



47%

2013

0,77 kg CZV



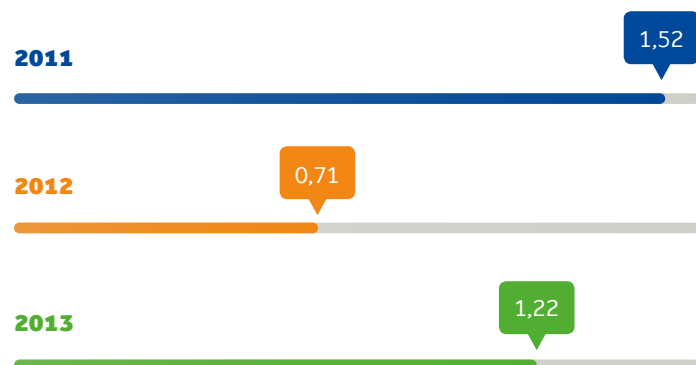
50%

2020

0,82 kg CZV

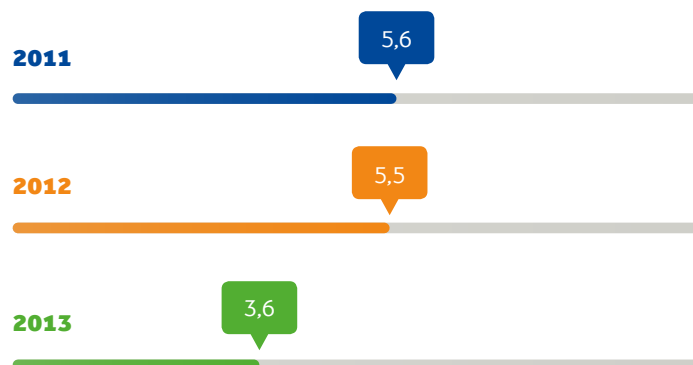
AANTAL ONGEVALLLEN MET VERZUIM

per 100.000 gewerkte uren



ZIEKTEVERZUIM

in procenten



Strategie Dichter bij de natuur

Onze bedrijfsstrategie is erop gericht in Nederland de duurzaamste, leidende zuivelonderneming te zijn. Met overtuiging hebben wij gekozen voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Dat betekent dat we waarde willen creëren op economisch (profit), ecologisch (planet) en sociaal (people) gebied.

Met ons duurzaamheidsprogramma *Dichter bij de natuur* proberen wij de negatieve effecten van de zuivelketen op het milieu en op de samenleving zoveel mogelijk te reduceren. Het programma heeft vier thema's: *Klimaatneutraal*, *Terugdringen van verspilling*, *Welzijn voor mens en dier* en *Transparantie*. Binnen elk thema hebben we concrete doelstellingen geformuleerd die we uiterlijk in 2020 willen bereiken.

Het duurzaamheidsbeleid van Arla Foods Nederland is geworteld in het wereldwijde beleid van het concern Arla Foods amba en in de Arla-filosofie *Dichter bij de natuur*. Hierover leest u meer in het internationale duurzaamheidsverslag dat staat op de website www.arla.com/about-us/. In dit verslag vindt u (onder andere) ook onze organisatiestructuur en financiële gegevens.

Impact bedrijfsvoering

Arla produceert zuivel. Boerderijmelk is daarvoor de hoofdgrondstof. Naast boerderijmelk zijn voor zuivelproducten toevoegingen nodig, zoals fruit en cacao. Bij de productie van zuivel worden water en energie gebruikt en komen afvalwater en CO₂ vrij. In de zuivelketen wordt 20% van de CO₂-uitstoot veroorzaakt door de productie, de verpakkingen en het transport van de zuivelproducten (80% van de CO₂-uitstoot ontstaat in de melkveehouderij). Wij focussen op de CO₂-uitstoot van productie, verpakkingen en transport omdat Arla Foods in Nederland geen 'eigen' melkveehouders heeft. Wij kopen het overgrote deel van de melk in bij de Dutch Milk Foundation en de biologische melk bij EKO Holland en Arla Foods in Denemarken.

Onze bedrijfsvoering beïnvloedt ook het welzijn van onze medewerkers. Bij Arla komt een veilige werkomgeving op de eerste plaats. Medewerkers vormen de basis van onze organisatie en dus ook van ons succes.

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 dagen hen uit om samen met ons verantwoordelijkheid te nemen voor duurzaamheid in de keten.

Stakeholderdialoog

Om de verwachtingen van onze stakeholders in kaart te brengen, voeren we jaarlijks 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, overheden, consumenten, financiële instellingen, concurrenten en uiteraard ook onze medewerkers. 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 onderwerpen die prioriteit hebben vanuit de MVO Prestatieladder en ISO 26000. De resultaten van de acties die hieruit volgen, koppelen we terug. Daarna volgen nieuwe gesprekken met stakeholders. Zo toetsen we stelselmatig of ons beleid aansluit bij hun verwachtingen.



Klimaatneutraal



Terugdringen van verspilling



Welzijn voor mens en dier



Transparantie

Belang van het onderwerp voor stakeholders



Lokale arbeidsomstandigheden

Biodiversiteit

Diversiteit

Privacy

Rechterbovenhoek: de MVO-onderwerpen die voor zowel stakeholders als Arla het meest belangrijk zijn.

Om actueel inzicht te krijgen in de verwachtingen van stakeholders hebben wij onze stakeholder-analyse in 2013 opnieuw uitgevoerd. We hebben onze stakeholders geïnventariseerd en ingedeeld volgens de methodiek van de MVO Prestatieladder. Per stakeholder is bekeken hoe belangrijk deze is voor Arla om zo te kunnen bepalen met welke stakeholders wij de dialoog willen aangaan. In de komende jaren gaan wij vooral de dialoog met onze medewerkers, grote afnemers en NGO's verder uitbreiden.

Vaststelling MVO-onderwerpen

Arla Foods Nederland heeft zorgvuldig in kaart gebracht wat voor haar onderneming de belangrijkste MVO-onderwerpen zijn en hoe zij deze direct kan beïnvloeden. Voor de eerste selectie van de meest belangrijke onderwerpen hebben we de aanpak gevolgd van de ISO 26000-richtlijn. Deze bestaat uit

drie stappen: *Relevantie bepalen*, *Significantie bepalen* en *Prioriteit bepalen*.

Naar aanleiding van de gesprekken die we in de afgelopen jaren met stakeholders hebben gevoerd, hebben we de relevante MVO-onderwerpen uitgebreid geanalyseerd en hebben wij deze onderwerpen gekoppeld aan onze stakeholders. De analyse toont aan dat *productveiligheid*, onze *financiële positie* en *innovatie* topprioriteit hebben. Deze onderwerpen bespreken we daarom in 2014 met onze stakeholders. Over de resultaten van onze prestaties op deze onderwerpen zijn we transparant. Bijvoorbeeld door te communiceren via persberichten, tijdens bijeenkomsten met stakeholders, via onze website en met dit duurzaamheidsverslag.

'Arla brengt je dichterbij de natuur' betekent:

- Wij voelen ons verbonden met de natuur. Bij al onze activiteiten is zorg voor de natuur 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.



Sturing en uitvoering

Op basis van de stakeholderdialoog en de organisatiedoelstellingen worden jaarlijks per afdeling actieplannen opgesteld waarin duurzaamheid is opgenomen. De voortgang op onze belangrijkste doelstellingen (zie pagina 6 en 7) monitoren we maandelijks. Twee maal per jaar bespreekt het managementteam de voortgang en stuurt zo nodig bij.

MVO-team

Een multidisciplinair MVO-team adviseert over beleid en acties, voert plannen uit, heeft gesprekken met stakeholders en volgt de MVO-prestaties. Dit MVO-team heeft een essentiële rol bij de totstandkoming van de actieplannen. Het MVO-team is ook belangrijk voor het betrekken van medewerkers. Daarom is in beginsel elke afdeling vertegenwoordigd in het MVO-team. Zo is MVO goed ingebed in onze organisatie.

MVO Prestatieladder

Sinds februari 2012 is Arla Foods Nederland gecertificeerd op niveau 3 van de MVO Prestatieladder. Toen is objectief vastgesteld dat we beschikken over een managementstelsel voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen dat stelselmatig rekening houdt met de verwachtingen van stakeholders. De opzet van de MVO Prestatieladder past goed bij onze ambitie om voortdurend en systematisch verder te verduurzamen, in structurele dialoog met stakeholders.

Inmiddels hebben we de volgende trede van de ladder bereikt. Sinds maart 2014 is Arla - als eerste zuivelonderneming in Nederland - gecertificeerd op niveau 4 van de MVO Prestatieladder. Met de externe audit die daaraan voorafging, is vastgesteld dat we steeds beter rekening houden met de verwachtingen van onze omgeving. De samspraak met stakeholders is stevig ingebed in de organisatie.

Cultuur

We hebben een cultuur waarin medewerkers voortdurend op zoek zijn naar proces- en productverbeteringen, met als doel het beperken van productverlies, het bijdragen aan de gezondheid van consumenten, het verminderen van het energie- en waterverbruik en het terugdringen van transportkilometers door het efficiënt plannen en combineren van ritten naar afnemers. We communiceren veelvuldig over duurzaamheid met onze medewerkers. Banners met onze duurzaamheidsstrategie en de vier thema's hangen in vrijwel ieder kantoor en in de fabriek. In het personeelsmagazine *Closer to Arla* wordt in elke editie geschreven over nieuwe duurzaamheidsinitiatieven bij Arla in Nijkerk en bij Arla-vestigingen in het buitenland. Daarnaast kunnen medewerkers (en bezoekers) onze duurzaamheidsprestaties volgen op speciale *Dichter bij de natuur*-dashboards (in de fabriek, bij de receptie en op intranet) die we maandelijks bijwerken.

Naast de zorg voor MVO-onderwerpen binnen het bedrijf, bevorderen we dat medewerkers ook extern MVO-initiatieven ondersteunen. Zo stimuleren we onze medewerkers bijvoorbeeld om zich in te zetten voor DoSocial. Dit bedrijvenplatform - waarvan Arla één van de initiatiefnemers is - wil "hulpbehoevenden het beste jaar ooit geven" met sociale projecten binnen zorginstellingen (zie pagina 27).





Thema's en resultaten in 2013



Klimaatneutraal

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



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, onze verpakkingen en het transport van onze producten naar klanten. Het reduceren van ons energieverbruik en de uitstoot van CO₂ heeft binnen Arla grote prioriteit.

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 de CO₂-uitstoot. Onze doelstelling voor 2020 is een reductie van ons energieverbruik met 30% ten opzichte van 2005.

Ons energieteam werkt dagelijks aan het monitoren en verminderen van ons energieverbruik. Het team maakt hiervoor gebruik

van een energiemonitoringsysteem, dat goed inzicht geeft in onze energiestromen. In 2013 hebben wij ons energiemonitoringsysteem nog eens uitgebreid met tientallen extra energiemeters, zodat we lekkages vroegtijdig kunnen opsporen.

We vergroenen ons elektriciteitsverbruik al jaren door uitsluitend groene stroom te gebruiken, met als bronnen windkracht en waterkracht. Naar aanleiding van de discussie over groene stroom uit Noorse waterkrachtcentrales hebben we in 2013 besloten om per 1 januari 2014 volledig over te stappen op groene stroom uit windenergie, opgewekt door Nederlandse agrariërs. Hiermee leveren we een belangrijke bijdrage aan de verduurzaming van de Nederlandse energieopwekking. Ons energieverbruik is afgelopen jaar met ruim 7% gedaald. Deze daling komt onder andere doordat warm water wordt hergebruikt voor de productie. De CO₂-uitstoot als gevolg van ons

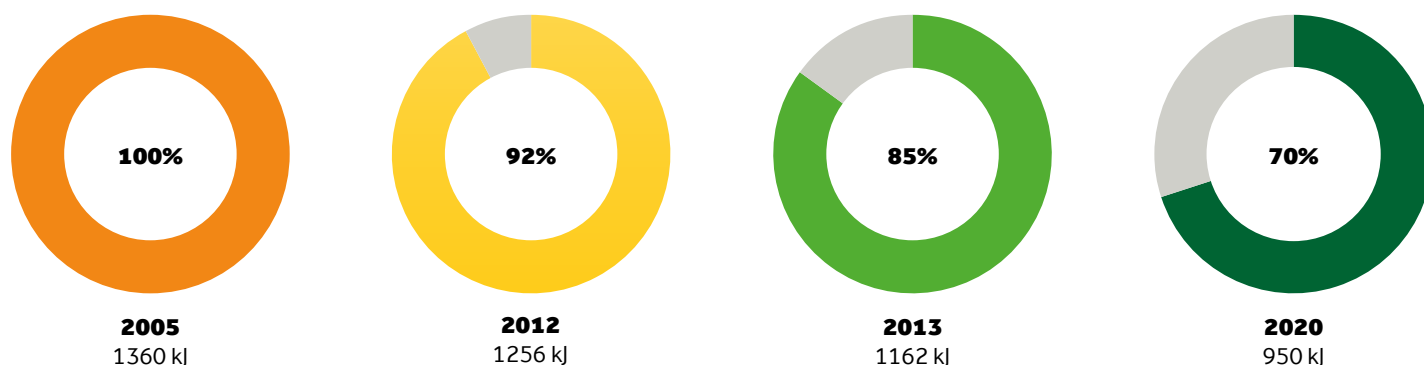
energieverbruik hebben we in 2013 met ruim 12% teruggebracht ten opzichte van 2012. In samenwerking met onze partner Natuurmonumenten zijn we inmiddels een haalbaarheidsonderzoek begonnen naar de plaatsing van een houtsnippercentrale naast onze fabriek, om het gasverbruik verder te kunnen reduceren.

Voor de berekening van de CO₂-uitstoot als gevolg van ons energieverbruik gebruiken we de CO₂-emissiefactoren van de Climate Neutral Group (CNG) en SKAO. De CO₂-emissiefactor van stroom uit waterkracht hebben we vastgesteld op 0,470 kg CO₂/kWh (zoals gehanteerd voor grijze stroom).

Transport

Samen met onze transporteur Bakker Logistiek zetten we in op het verhogen van de beladingsgraad van de vrachtwagens die de producten naar onze klanten vervoeren.

ENERGIEVERBRUIK PRODUCTIE* per liter product



*) In voorgaande verslagjaren hebben we per abuis een verkeerde eenheid gehanteerd bij het energieverbruik per liter product. Wij hebben ons energieverbruik voor de periode 2011-2012 hiervoor nu alsnog gecorrigeerd.

Arla gaat al geruime tijd aan kop op het gebied van CO₂-reductie in de logistiek. Dat bleek ook uit de Lean and Green Star die Arla in juni 2012 ontving van het logistieke verduurzamings-netwerk Connekt. Momenteel bekijken we de mogelijkheden voor het behalen van een tweede Lean and Green Star, die is ontwikkeld voor de verdere stimulering van duurzame logistiek.

In 2013 hebben we geïnvesteerd in het verder optimaliseren van de planning van het transport naar onze klanten. Zo is nauwgezet doorgerekend waar ritten kunnen worden gecombineerd om de beladingsgraad verder te verhogen. Bovendien hebben we in overleg met onze klanten bij lage volumes de leveringsfrequentie verminderd. Dit heeft geleid tot een reductie van de CO₂-uitstoot per liter vervoerd product van 11,0 gram in 2012 naar 9,7 gram in 2013. Deze daling is voornamelijk te danken aan toename van het getransporteerde volume terwijl het aantal gereden kilometers nagenoeg gelijk is gebleven. Dit is terug te zien in de toename van de gemiddelde beladingsgraad van vrachtwagens. Naar aanleiding van deze resultaten hebben we besloten om onze eerdere doelstelling voor transport (64% CO₂-reductie) verder aan te scherpen naar 75% CO₂-reductie in 2020. Voor de berekening van de CO₂-cijfers van transport gebruiken we gegevens van Bakker Logistiek, aangevuld met de meest recente CO₂-emissiefactoren van DEFRA.

Verpakkingen

Wij gebruiken zo veel mogelijk verpakkingen met een lage CO₂-waarde. Zo hebben onze bekers een kartonnen wikkel, waardoor er minder kunststof nodig is. Bij het maken van karton komt minder CO₂ vrij dan bij de productie van kunststof.

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.

Afgelopen jaar is de CO₂-uitstoot van verpakkingen afgenomen van 65,2 gram per liter product naar 59,8 gram per liter product. Desondanks ligt de CO₂-uitstoot van verpakkingen hoger dan in 2005. In de afgelopen jaren hebben we vooral een toename van de vraag naar kunststof verpakkingen gezien, wat heeft geresulteerd in een toename van

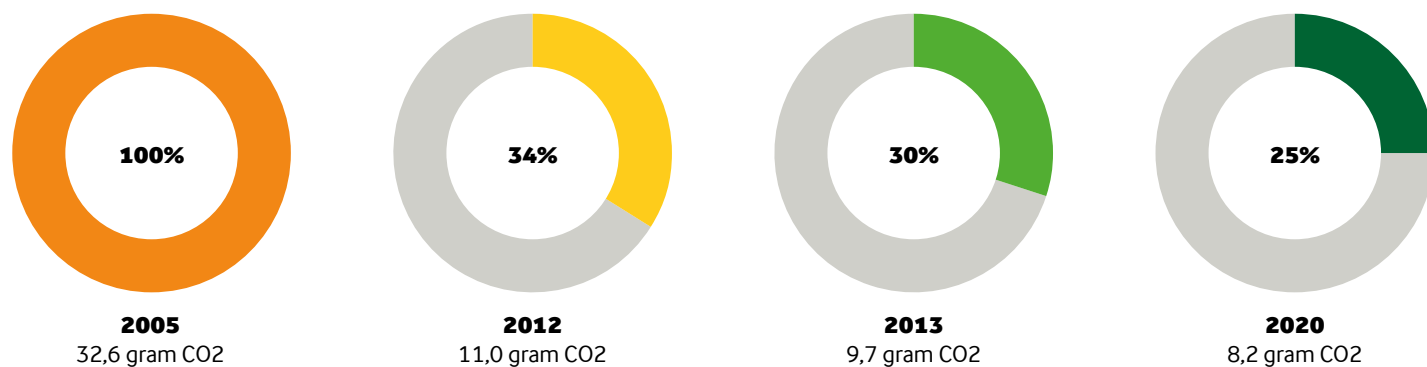
de CO₂-uitstoot. In 2013 zien we juist weer een afname, mede door lichtere kunststof verpakkingen en een toename in het gebruik van kartonnen verpakkingen. Ook de afname van het gebruik van aluminium door lichtere aluminium deksels heeft geresulteerd in een afname van de CO₂-uitstoot. Onze pet-verpakkingen zijn voor 50% gemaakt van gerecycled kunststof. Voor de berekening van de CO₂-uitstoot van verpakkingen hanteren we de kengetallen van CE Delft.

Jarenlang was de trend een afnemend gebruik van petflessen. Ook in 2013 hebben wij nog veel petflessen vervangen door bekers. We verwachten echter dat ons gebruik van petflessen in 2014 zal toenemen. Reden is dat we begin 2014 zijn gestart met het produceren voor de Duitse markt, die nadrukkelijk vraagt om petflessen.

Verpakkingen (x 1.000 kg)	2005	2012	2013
Aluminium	27,5	17,1	16,6
PET	345,3	104,2	98,7
Kunststof excl. PET	395,7	2.016,8	1.615,8
Papier	-	81,1	57,1
Golfkarton	1.905,9	3.405,3	3.566,3
Drankenkarton	6.041,8	4.621,5	5.475,6

CO₂-UITSTOOT VAN TRANSPORT NAAR KLANTEN*

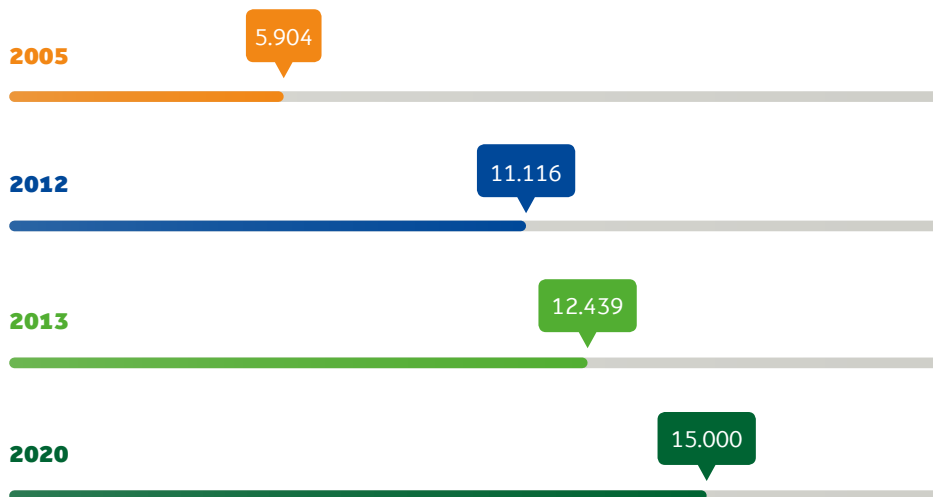
per liter product



* Tijdens onze jaarlijkse interne controle hebben we een fout geconstateerd in onze eerdere berekenwijze van de CO₂-uitstoot van transport. Naar aanleiding daarvan hebben wij de cijfers over 2005-2012 gecorrigeerd.

BELADINGSGRAAD VAN VRACHTWAGENS

per liter product per rit



Mobiliteitsbeleid medewerkers

In 2013 hebben we de regeling voor leaseauto's voor medewerkers aangepast. Een hybride auto en een elektrische auto zijn toegevoegd. Daarnaast voorziet de regeling uitsluitend nog in auto's met energielabel A t/m C. Medewerkers vliegen altijd economy class (omdat de CO₂-uitstoot van business class hoger is).

We stimuleren medewerkers om dichtbij het werk te gaan wonen, om zo reistijden en CO₂-uitstoot te minimaliseren. We willen ook graag dat onze medewerkers op de fiets naar hun werk gaan. Met ons Fietsplan konden medewerkers op fiscaal voordelige wijze een fiets aanschaffen.

CO₂-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten

Verpakkingen met een lagere CO₂-waarde, minder transportkilometers door een efficiëntere ritplanning, en vermindering en verduurzaming van ons energieverbruik. Daarmee reduceren wij onze CO₂-uitstoot van productie, verpakkingen en transport naar klanten. Het is onze doelstelling om klimaatneutraal te zijn in 2020.

In 2013 is onze totale CO₂-uitstoot per liter product afgenomen van 0,144 kg in 2012 naar 0,125 kg in 2013 (-13%). Dit is in de eerste

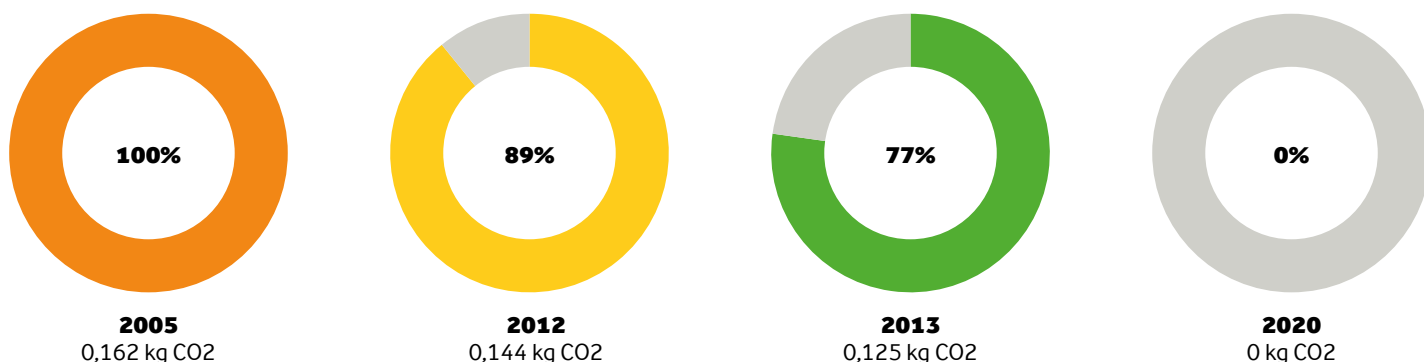
plaats te danken aan een lagere CO₂-uitstoot van productie door de afname van het gasverbruik. Daarnaast heeft de toename van ons productievolume gezorgd voor een efficiënter gebruik van gas en elektra. Ook is de CO₂-uitstoot per liter vervoerd product verder afgenomen door de toename van de beladingsgraad van vrachtwagens die de producten naar onze klanten brengen.

Voor 2014 voorzien we wederom een forse reductie van de CO₂-uitstoot van productie,

vooral door de overstap op 100% windenergie, de verdere afname van het gebruik van gas en elektra door efficiency-verbeteringen, en een toename van het productievolume. Ook richten we ons op het gebruik van verpakkingen met een lagere CO₂-waarde.

CO₂-UITSTOOT VAN PRODUCTIE, VERPAKKINGEN EN TRANSPORT NAAR KLANTEN*

per liter product



* Tijdens onze jaarlijkse interne controle hebben we een fout geconstateerd in onze eerdere berekenwijze van de CO₂-uitstoot van transport. Naar aanleiding daarvan hebben wij de cijfers over 2005-2012 gecorrigeerd.



Terugdringen van verspilling



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.

We bestrijden verspilling van energie, water, materialen en grondstoffen en producten. Het gaat om verspilling in ons eigen bedrijf maar ook bij consumenten. Hoe wij energieverpilling tegengaan, is beschreven op pagina 13.

Minder verspilling van water

Het waterbeleid van Arla richt zich op het

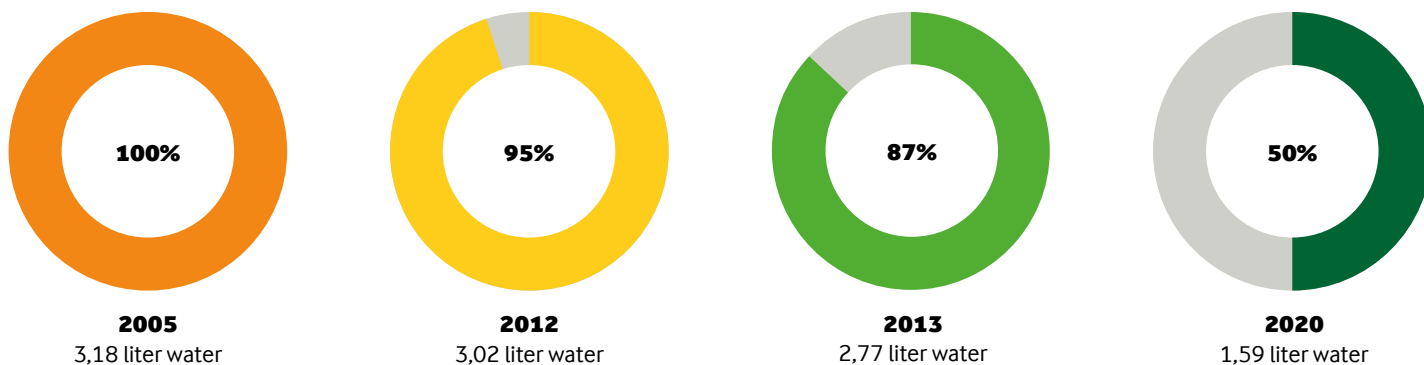
beperken van de impact op onze directe omgeving, zoals de Veluwe en het Eemland, waaraan we bronwater onttrekken. Met het milieumonitoringsysteem in onze fabriek bewaken we het waterverbruik continu. Om dat nog beter te kunnen, zijn in 2013 extra watermeters geplaatst.

Ons waterverbruik is in 2013 verder gedaald van 3,02 liter water per liter product in 2012

naar 2,77 liter (-8%). Echter, waterreductie blijft een uitdaging, omdat een steeds groter spanningsveld ontstaat tussen waterbesparingen enerzijds en meer waterverbruik door productwisselingen anderzijds. Bij vele kleine productiebatches moeten machines en leidingen relatief vaak worden gereinigd en gespoeld. In 2013 waren er bovendien veel testen vanwege innovatieprojecten en vanwege

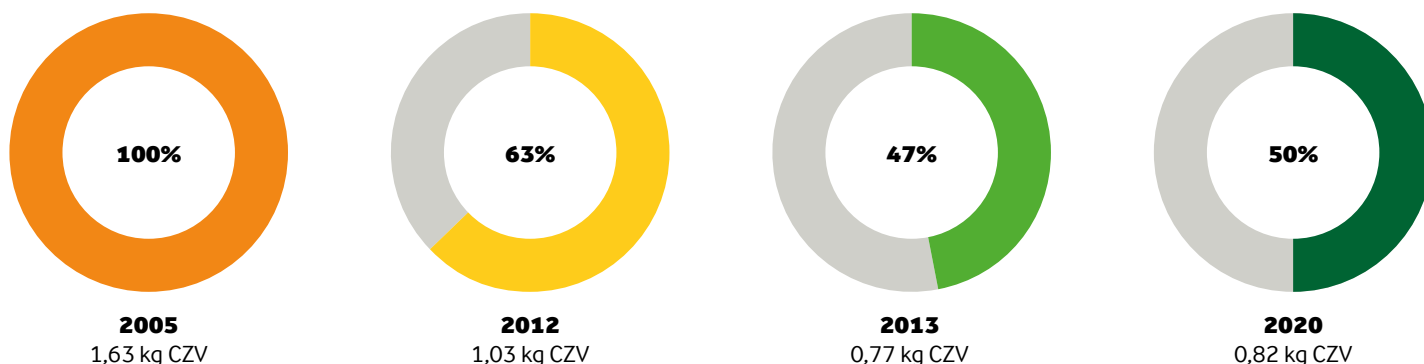
WATERVERBRUIK PRODUCTIE

per liter product



AFVALWATER VAN PRODUCTIE

per liter product



de overgang van Friesche Vlag op Melkunie met vernieuwde recepturen. Daarnaast zijn we in 2013 overgestapt naar een andere manier van reinigen. Hierdoor wordt meer water verbruikt, maar minder chemicaliën.

Nadat we in 2012 hadden gesignaleerd dat het uitbestede beheer van onze afvalwaterzuivering onvoldoende werd uitgevoerd, hebben we bij het aflopen van het contract besloten om de waterzuivering in 2013 (opnieuw) in eigen beheer te nemen. Het rendement van de waterzuivering is hierdoor dusdanig verbeterd, dat we onze doelstelling voor 2020 in één keer hebben gehaald. In 2013 was de hoeveelheid Chemisch Zuurstof Verbruik (CZV) 0,77 kg per liter product, tegenover 1,03 kg in 2012 (-25%). In 2014 onderzoeken we de mogelijkheden voor hergebruik van water, met als doel een flinke besparing op het waterverbruik.

Minder verspilling van materialen en grondstoffen

Ons beleid richt zich op het reduceren van het gebruik van materialen en grondstoffen en het hergebruik van reststromen.

Medewerkers die speciaal zijn aangewezen voor het terugdringen van verspilling initiëren projecten die leiden tot besparingen. Daarnaast motiveren zij collega's om zelf ook aan de slag te gaan met het terugdringen van verspilling van materialen en grondstoffen.

Een betere afstemming tussen onze afdelingen voor de productie- en materialenplanning, verkoop en inkoop heeft in 2013 geleid tot scherper plannen. Resultaat is een afname van de materiaalverliezen met 8% ten opzichte van 2012.

Eind 2013 zijn we met onze leverancier van fruitpreparaten begonnen aan een optimalisatie-onderzoek van de fruittanks. Nu blijft er vaak 3 tot 8 kilo fruit achter in de tanks (met inhouden van 850 tot 1000 kilo) omdat deze niet goed genoeg leegstromen.

Sommige reststromen zijn onvermijdelijk, bijvoorbeeld door productwisselingen en het reinigen van machines. Deze reststromen worden gebruikt als grondstof voor voedsel voor dieren. Producten die we niet meer aan klanten kunnen leveren maar nog voldoende lang houdbaar zijn, worden wekelijks gedoneerd aan de voedselbank Arnhem. Deze voedselbank is één van de zes regionale voedselbanken en levert aan twintig regiobanken in Gelderland en Overijssel. In het verslagjaar hebben we ruim 370.000 liter zuivel gedoneerd.

Sinds 2012 gaan Arla's lege golfkartonnen dozen (waarin bijvoorbeeld doppen voor zuivelpakken zaten) naar de Barneveldse Dozenhandel. Dit bedrijf levert ze aan diverse ondernemingen waar ze worden hergebruikt voor het verpakken van bijvoorbeeld auto-onderdelen, kleding, sieraden, kaarten en metaalwaren.

In 2014 gaan we onze medewerkers verder stimuleren om zuinig om te gaan met water, materialen en grondstoffen.

Minder verspilling bij consumenten

Het tegengaan van verspilling bij consumenten is moeilijk, omdat wij het gedrag van consumenten niet direct kunnen beïnvloeden. Maar we doen wat we kunnen.

Bijvoorbeeld door de consument op Arla-verpakkingen te vragen 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**. Maar we gaan verspilling ook tegen door verpakkingen te ontwikkelen waar minder zuivel in achterblijft.

Sinds 2012 staan op alle verpakkingen van onze merken Arla en Melkunie afvallogo's. 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-uitstoot.

Onze marketeers, productontwikkelaars en inkopers werken voortdurend aan innovaties om voedselverspilling tegen te gaan. Zo proberen zij om de houdbaarheid van onze dagverse producten nog verder te verlengen, zodat minder hoeft te worden weggegooid. Ook hebben we in 2013 langhoudbare zuivel op de markt gebracht.

In 2013 hebben we met een grote retailer in het leveringscontract vastgelegd dat zij niet-verkochte Arla-producten doneren aan de Voedselbank.

Arla heeft zitting in de werkgroep **Voedselverspilling** van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO). Deze werkgroep, waarin diverse zuivelondernemingen zitting hebben, geeft invulling aan het beleid van de Alliantie Verduurzaming Voedsel die 2014 heeft uitgeroepen tot het jaar tegen de voedselverspilling.





Tegengaan voedselverspilling

Nederlandse consumenten gooien ieder jaar zo'n 2,5 miljard euro aan voedsel weg. Dat komt overeen met 50 kilo en 150 euro per persoon per jaar. Vooral nog neemt de verspilde hoeveelheid niet af, ondanks inspanningen vanuit het bedrijfsleven en de overheid. Eetbaar voedsel gaat niet alleen verloren maar de verspilling is ook slecht voor het milieu. Er is bijvoorbeeld onnodige CO₂-uitstoot, waterverbruik, transportkilometers en afvalverwerking.

De Nederlandse overheid heeft zich in 2009 ten doel gesteld om voedselverspilling met 20% te hebben verminderd in 2015. Daarmee ligt er ook een belangrijke taak voor Arla, aangezien zuivelproducten in de top 5 staan van producten die het meest worden weggegooid.

De taak voor Arla ligt vooral in het informeren van consumenten over het gebruik van de producten. Uit onderzoek blijkt namelijk dat slechts 58% van de consumenten bekijkt of een product na het verstrijken van de houdbaarheidsdatum nog bruikbaar is, 42% gooit het product sowieso weg. Verder willen we inzetten op het aanbieden van kleinere porties. Met kleinverpakkingen kunnen we beter inspelen op de toename van het aantal een- en tweepersoonshuishoudens. Daardoor hoeft minder zuivel te worden weggegooid. De keerzijde is een toename van de hoeveelheid verpakkingen. Het is de opgave om hier de goede balans te vinden, en zoveel mogelijk gebruik te maken van milieuvriendelijke verpakkingen. Een andere mogelijkheid om voedselverspilling tegen te gaan is het ontwikkelen van verpakkingen waarin minder product achterblijft. Ook hierbij is een belangrijke voorwaarde dat deze verpakkingen niet belastender zijn voor het milieu dan de huidige verpakkingen.



Welzijn voor mens en dier

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.



Ons beleid richt zich op medewerkers, consumenten, de koe als bron van onze hoofdgrondstof boerderijmelk en op duurzaam inkopen van grondstoffen en materialen.

Zorg voor medewerkers

Goed werkgeverschap is een belangrijk onderdeel van ons MVO-beleid. Arla heeft een resultaatgerichte, open en informele organisatie waar medewerkers hun talenten kunnen inzetten en ontwikkelen ten gunste van henzelf en Arla, in een uitdagende, veilige en ondernemende werkomgeving.

Werkgelegenheid

In 2013 hebben we vanwege de slechte marktomstandigheden verdere reorganisaties doorgevoerd. Ons beleid is erop gericht medewerkers 'van werk naar werk' te begeleiden. Een aantal medewerkers is dan ook op een andere plaats in ons bedrijf gaan werken. Doordat meer medewerkers Arla hebben verlaten (28) dan dat er zijn aangenomen (16), is onze organisatie verder gekrompen.

Eind 2013 telde Arla Foods Nederland ruim 300 medewerkers.

In 2013 hebben wij een zogenaamde flexibele schil gerealiseerd: vast personeel wordt op verschillende posities (flexibel) ingezet, aangevuld met uitzendkrachten om productieschommelingen op te vangen.

In 2014 gaan we de mogelijkheden in ons bedrijf onderzoeken voor het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

De gemiddelde leeftijd van ons medewerkersbestand is hoog. Door een grote betrokkenheid zijn er langdurige dienstverbanden en is het verloop laag. In de afgelopen jaren hebben we daarnaast ook weinig instroom van nieuw personeel gehad. Naar verwachting zal de gemiddelde leeftijd de komende jaren afnemen omdat een deel van onze medewerkers dan de pensioengerechtigde leeftijd bereikt.

Afgelopen jaar zijn zeven medewerkers met pensioen gegaan. Wij proberen het verlies aan kennis op te vangen door het vroegtijdig aannemen van jonge, talentvolle medewerkers die we koppelen aan ervaren medewerkers. Zo wordt expertise overgedragen op een nieuwe generatie medewerkers.

Veiligheid en gezondheid medewerkers

We hebben een bottom-up structuur waarbij preventiemedewerkers vanaf de werkvloer Arbo-zaken aankaarten en met het management bespreken. De Arbo Groep bestaat uit 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.

Het jaar 2013 heeft in het teken gestaan van het actualiseren van het RI&E-beleid (risico-inventarisatie en -evaluatie). Dit project - waaraan preventiemedewerkers en afdelingsmanagers hebben bijgedragen - heeft in augustus 2013 geresulteerd in goedkeuring van het RI&E-plan van aanpak door onze externe deskundige ArboUnie.

Binnen ons beleid gaat het erom gevaren te identificeren en de risico's af te wegen. Met

het uitvoeren van acties en het adresseren van nieuw geïdentificeerde gevaren creëren we een werkomgeving die steeds veiliger wordt.

Medewerkers van Arla worden aangemoedigd om gevaarlijke situaties te melden bij hun leidinggevenden of de preventiemedewerkers, zodat er waar nodig actie kan worden ondernomen. In 2013 hebben individuele medewerkers 29 meldingen van gevaarlijke situaties en ongevallen gedaan, tegenover 34 meldingen in 2012.

Er is geen specifieke trend waar te nemen in de gevaarlijke situaties, ongevallen zonder verzuim en ongevallen met verzuim. In 2013 waren er meer ongevallen met verzuim dan in 2012, maar het aantal ongevallen was betrekkelijk klein en het letsel relatief beperkt.

Het ziekteverzuim is in 2013 fors gedaald naar 3,6%. Het lage ziekteverzuim is mogelijk gemaakt door de sterke motivatie van onze medewerkers en verschillende initiatieven vanuit Human Resources. Zo wordt medewerkers de mogelijkheid geboden om op het werk te sporten onder begeleiding van een fysiotherapeut en zijn workshops georganiseerd om

AANTAL ONGEVALLEN MET VERZUIM per 100.000 gewerkte uren

2011

1,52

2012

0,71

2013

1,22

bewustwording te creëren over de oorzaken van ziekteverzuim. Daarnaast hebben we medewerkers een griepvrij aangeboden. Zestig medewerkers hebben hiervan gebruik gemaakt.

In 2014 ligt onze focus op het trainen van medewerkers in het herkennen en aanpakken van onveilige situaties in hun dagelijkse werk. Doel is het terugdringen van het aantal ongevallen met verzuim. Ook gaan we de opvolging van maatregelen verbeteren.

Betrokkenheid van medewerkers

Betrokken medewerkers zijn van essentieel belang. Daarom voert Arla op concernniveau jaarlijks een Barometer-onderzoek uit onder alle medewerkers. Dit onderzoek heeft betrekking op aspecten als betrokkenheid en persoonlijke ontwikkeling. De resultaten worden teruggekoppeld naar de leidinggeven- den zodat het lokale management per afdeling actieplannen kan opstellen. Het management monitort de opvolging van de acties. De resultaten laten zien dat onze medewerkers zeer betrokken zijn bij het bedrijf, ondanks vele veranderingen in 2013. Het aantal beoordelingsgesprekken is in 2013 aanzienlijk toegenomen.

We zien ook een significante stijging in de waardering van diversiteit op de afdeling.

Een punt van aandacht is de daling van de score op het onderdeel 'aandacht voor de consument'. Andere aandachtspunten zijn het algemeen leiderschap en de communicatie over onze strategie. Aan deze zaken gaan we aandacht besteden in 2014.

Klachtenprocedure

Medewerkers met werkgerelateerde problemen hebben voor de melding ervan verschillende mogelijkheden. Zo is er een klachtencommissie, bestaande uit twee door de OR gekozen leden en twee door het managementteam gekozen leden. De klachtencommissie beoordeelt klachten op het gebied van discriminatie, seksuele intimidatie, pesten, et cetera. Deze commissie is bedoeld voor situaties waarin andere routes geen soelaas bieden. 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.

Via de klokkenluidersregeling kan een anonieme klacht worden ingediend. Deze regeling is bedoeld voor overtredingen van wetgeving en overtredingen van Arla's gedragscode **Onze verantwoordelijkheid**. Het gaat dan vooral om zaken als economische delicten (zoals omkoping, vervalsing, corruptie en diefstal), voedselveiligheidskwesties, milieukwesties en zaken rondom gezondheid en arbeidsveiligheid.

In 2013 waren er geen meldingen bij de klachtencommissie, de vertrouwenspersonen, en bij het aanspreekpunt van de klokkenluidersregeling.

Training en ontwikkeling

Door te investeren in medewerkers, investeert Arla in haar toekomst. Op basis van onze kernwaarden **Lead, Sense** en **Create** maken we met elke medewerker een persoonlijk ontwikkelingsplan en voeren we jaarlijks een functioneringsgesprek of beoordelingsgesprek. Eveneens jaarlijks maken we een opleidingsplan op basis van de ontwikkelingsplannen van de medewerkers en de behoeften van de organisatie.

Uit kostenoverwegingen zijn er in 2013 minder externe opleidingen geweest. Medewerkers hebben vooral interne trainingen en opleidingen gevolgd.

Eind 2013 hebben we besloten om het

opleidings- en trainingsbudget in 2014 te verhogen zodat medewerkers meer worden ondersteund in hun persoonlijke ontwikkeling. Zo gaan we onder meer Leadership-trainingen aanbieden voor jonge ambitieuze leiders en Supply Chain-trainingen voor coördinatoren. In 2014 zal ook een groot deel van onze medewerkers worden getraind in het werken met het informatiesysteem SAP.

Integriteit

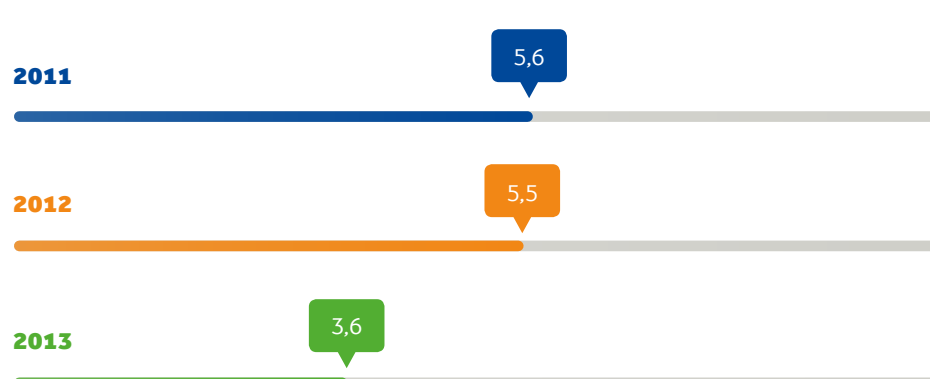
Alle medewerkers van Arla Foods hebben (wereldwijd) een gemeenschappelijke manier van werken met als fundament de waarden in Arla's gedragscode **Onze verantwoordelijkheid**. Deze gedragscode is een hulpmiddel om bij dilemma's de juiste handelwijze te kunnen bepalen. De gedragscode omvat onderwerpen als duurzame landbouw, omkoping, voedselveiligheid, mensenrechten en gezondheid. Sinds 2013 is de gedragscode standaard opgenomen in het arbeidscontract. Daarmee verbinden nieuwe medewerkers zich automatisch aan de gedragscode. Alle bestaande medewerkers van Arla hebben de gedragscode inmiddels ook getekend.

In 2013 zijn geen overtredingen van de gedragscode gemeld.

Dierenwelzijn

Bij onze inkoop van melk 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

ZIEKTEVERZUIM in procenten



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 de merken Arla en 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*).

In 2013 was ruim 16% van onze merkproducten biologisch. In 2012 was dit 15%. We voorzien een verdere toename van de vraag naar biologische producten. Dit past in de trend dat consumenten vaker kiezen voor producten die gezonder en minder milieubelastend zijn. Wij willen dat 20% van onze merkproducten in 2020 biologisch is, gemaakt van melk afkomstig van koeien die 100% biologisch voer krijgen en waarvan de wei niet bewerkt is 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. Omdat de marktvrage naar biologische melk groter is dan het aanbod in Nederland, halen wij een deel van de benodigde biologische melk bij Arla Denemarken (de grootste producent van biologische melk in de wereld). De CO₂-uitstoot van het transport naar Nederland compenseren we samen met onze partner Trees for All. In 2013 is 326 ton CO₂ gecompenseerd met de heraanplanting van 978 bomen.

Duurzaam inkopen

Bij de inkoop van producten en diensten streven we naar langdurige relaties met onze leveranciers en naar samenwerkingstrajecten in de keten. We werken daarom met voorkeursleveranciers die we niet alleen selecteren op basis van prijs en kwaliteit, maar ook op basis van hun duurzaamheidsprestaties. We beoordelen leveranciers op aspecten als voedselveiligheid, milieuzorg, sociale verantwoordelijkheid, productkwaliteit en ethiek.

“Arla ondersteunt herbepanting en bescherming van bossen”

Sjaak de Ligt, directeur Trees for All



Hoe werkt Arla met Trees for All samen aan CO₂-compensatie?

Arla compenseert de CO₂-uitstoot van het transport van biologische rauwe melk vanuit Denemarken. Consumenten kopen biologische melk toch vanuit een duurzaamheidsgedachte. Door de uitstoot van het transport te compenseren maakt Arla de cirkel compleet.

Wat wordt precies gedaan met de bijdrage van Arla?

De bijdrage van Arla gaat naar bosprojecten die zich richten op het verbeteren van de positie van duizend boerenfamilies in Bolivia. Arla draagt financieel bij aan het bosprogramma ArBolivia, waarbij bomen worden geplant en bossen worden beschermd. Door bevolkingsgroei en migratie wordt de druk op grond en dus ook de bossen in Bolivia steeds groter. Ontbossing betekent een verminderde opname van CO₂ uit de lucht en het veroorzaakt erosie, waardoor de vruchtbare bovenlaag verdwijnt. Hierdoor nemen de landbouwopbrengsten juist af in plaats van toe. Met verscheidene kleinschalige projecten zorgt ArBolivia voor de herbepanting van in totaal 7200 ha. Deze bossen nemen niet alleen CO₂ op, zij zorgen ook voor schaduw voor het vee en voor hout en vruchten.

Is dat niet een druppel op een gloeiende plaat?

Ja en nee. We hebben als kleine organisatie niet de illusie het probleem van ontbossing op wereldschaal te kunnen oplossen.

Toch behalen we tastbare resultaten met het herbebossen op lokale schaal. De deelnemers aan het programma worden trainingen aangeboden op het gebied van 'agro-forestry', een combinatie van bosbouw en landbouw. Door de verbetering van landbouwtechnieken is er minder grond nodig. Tevens wordt er op duurzame wijze voorzien in de lokale houtbehoefte en is er voor de deelnemende boeren een rol weggelegd in het beschermen van natuurgebieden. Dit levert hen extra inkomsten op.

Hoe kunnen we mensen in Nederland bewust maken van het probleem van ontbossing?

Binnenkort lanceert Trees for All het initiatief 'een boom voor iedereen', waarbij wij zowel in Nederland als in ontwikkelingslanden bomen gaan aanplanten. Met als doel om in 2030 acht miljard nieuwe bomen te hebben geplant. Voor iedere wereldburger één. Een uitgelezen mogelijkheid voor bedrijven om hun klanten actief te betrekken bij duurzaamheid in het algemeen of klimaatcompensatie in het bijzonder. Een project waarbij Trees for All, samen met een aantal 'founding partners', ernaar streeft de leefomgeving voor toekomstige generaties te verbeteren.



Voorkeursleveranciers wordt gevraagd onze Supplier Code of Conduct te tekenen. Deze bevat onze normen en waarden ten aanzien van de omgang met het milieu, omkoping en corruptie, en goed werkgeverschap. We voeren audits uit bij onze leveranciers om te kunnen vaststellen of de Supplier Code of Conduct wordt nageleefd. In 2013 is het percentage leveranciers dat onze Supplier Code of Conduct heeft getekend gelijk gebleven. In het afwegingskader voor wat we precies inkopen, is duurzaamheid bijzonder belangrijk. Zo zijn we met verschillende leveranciers van verpakkingen in gesprek om te komen tot productverpakkingen met een lager gewicht en betere CO2-prestaties.

Als onderdeel van onze stakeholderanalyse hebben wij onze leveranciers geïdentificeerd en ingedeeld op basis van uitgaven en inkooprisico. Met leveranciers die 'hoog scoren', gaan wij de wederzijdse verwachtingen ten aanzien van duurzaamheid de komende jaren structureel bespreken. Met kleinere leveranciers bespreken wij de duurzaamheidsprestaties in het reguliere inkoopoverleg. De gesprekken die we in 2013 met leveranciers voerden, hebben vruchten afgeworpen. Zo hebben we in overleg met onze leverancier van groene energie, Groenbalans, besloten om per 1 januari 2014 volledig over te gaan op windenergie uit eigen land. In 2014 gaan we onderzoeken in hoeverre we met (bestaande en nieuwe) leveranciers verdergaande afspraken kunnen maken over duurzaamheidsprestaties en of we deze kunnen opnemen in nieuwe contracten.

In aanvulling op de inkoop van duurzaam geproduceerde melk (biologisch en weidemelk), hanteren we een streng beleid ten aanzien van soja. Ondanks het feit dat slechts een klein deel van het voer van melkkoeien bestaat uit sojashroot, zijn wij ons bewust van de nadelige effecten van onverantwoorde sojateelt. Arla 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. De rijksoverheid heeft met de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) en de Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland (LTO) afgesproken dat de melkveehouderij in 2015 volledig moet zijn overgeschakeld op het gebruik van RTRS-gecertificeerde soja. Tegen deze achtergrond ondersteunt Arla sinds 2010 - in samenwerking met Solidaridad - kleinschalige gezinsbedrijven in Brazilië bij de teelt van soja volgens de RTRS-criteria (eerst via het Soy Producer Support Initiative en sinds 2013 via het Farmer Support Programme). In de periode 2011-2013 is hiermee 75% van de soja in het voer van de koeien die de melk produceren voor onze merkzuivel (Arla en Melkunie) verduurzaamd. Dit gaat om ongeveer 8.000 ton soja. De resterende 25% is eind 2013 door de aankoop van certificaten met terugwerkende kracht voor de periode 2012-2013 ook verduurzaamd. Wij voldoen hiermee al per 2012 aan de doelstelling dat alle soja die nodig is voor onze merkproducten duurzaam is geproduceerd. Dat is twee jaar

eerder dan afgesproken tussen de rijksoverheid, NZO en LTO.

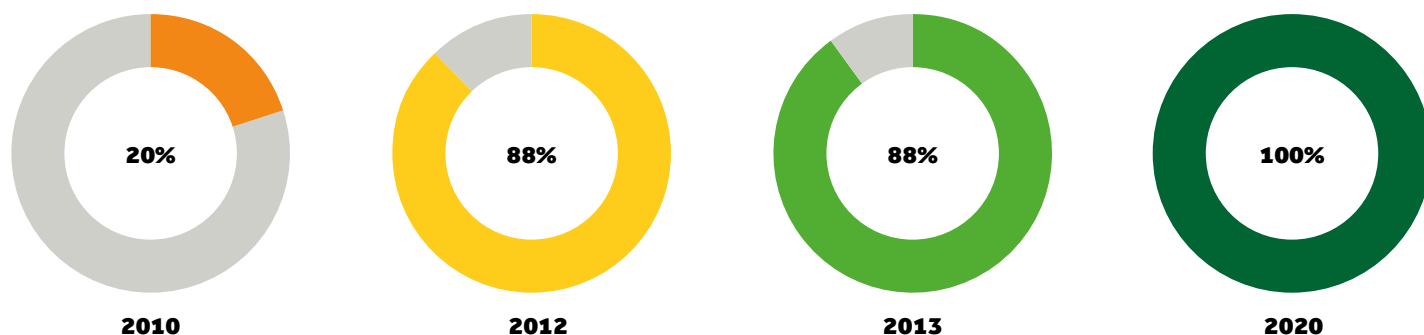
Omdat het sojaproject in Brazilië binnenkort afloopt, onderzoeken we momenteel andere mogelijkheden voor ondersteuning van sojaboeren bij de productie van RTRS-gecertificeerde soja.

In december 2010 zijn we begonnen met het gebruik van duurzame cacao voor onze producten. Hiervoor werken we samen met certificeringsorganisatie UTZ CERTIFIED. Momenteel is 99,5% van onze ingekochte cacao UTZ-gecertificeerd. De laatste 0,5% niet-gecertificeerde cacao zit in onze 250 ml-drinkbepers chocolademelk. In 2014 bekijken we of we voor dit product ook kunnen overgaan op gegarandeerd duurzame cacao.

Gezondheid consumenten

We willen een bijdrage leveren aan de gezondheid van consumenten. We kunnen het welzijn van mensen verhogen met zuivelproducten die minder suiker, zout of vet bevatten en door mensen goed te informeren over de voedingswaarde van onze producten. 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 kwaliteit van Arla-producten zeker te stellen. Het voedselveiligheidsbeleid is gestoeld op strenge normen. Arla Foods Nederland is onder meer gecertificeerd voor

PERCENTAGE LEVERANCIERS DAT DE CODE OF CONDUCT HEeft GETEKEND



ISO 22000, BRC (A-level) en IFS Food voor de Duitse markt (98,45% score). Hiermee gaan we verder dan de Nederlandse wet vereist.

In samenwerking met een gerenommeerd Nederlands onderzoeksinstituut hebben we de claim 'Arla-producten zijn 100% natuurlijk' onderbouwd vanuit praktijk en wetenschap. Wij vinden het namelijk 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 de productontwikkelaars van Arla kunnen bepalen hoe ze tot écht natuurlijke zuivelproducten komen.

In 2013 hebben we een assortiment lactose-vrije producten gelanceerd, Arla Lactofree. Hierdoor kunnen ook mensen met een lactose-intolerantie de halfvolle melk, halfvolle yoghurt en roomkaas van Arla Lactofree probleemloos consumeren. Er zijn meer dan één miljoen Nederlanders die na het gebruik van gewone zuivel klachten ondervinden.

Reeds in 2012 introduceerden we *Arla Zin!*, een drinkyoghurt met de natuurlijke zoetstof stevia. Toen werd nog een klein beetje biologische rietsuiker toegevoegd om de perfecte smaak te bereiken. In oktober 2013 hebben we een vernieuwde versie van *Arla Zin!* op de markt gebracht, zonder ook maar een korreltje suiker toe te voegen.

Bij Melkunie-zuivel gaat het er vooral om de lekkerste zuivel te brengen. Toch kijken we ook daar of het gezonder kan. Wij vinden het belangrijk suiker te reduceren, vooral bij producten die dagelijks op tafel staan.

Dit jaar al werken we er hard aan om de suiker in een aantal Melkunie-producten met 30% te reduceren. De komende jaren blijven we kijken wat er gezonder kan zonder de goede smaak te verliezen.

Om gezond bewegen van consumenten te stimuleren, hebben we (in samenwerking met Klompenpaden) in 2013 Arla-verpakkingen voorzien van vrolijke teksten die uitnodigen om lekker te gaan wandelen in de Nederlandse natuur, over vergeten zandpaadjes en dwars door geurende weilanden. Op de bijbehorende website vindt de consument de 100 mooiste groene wandelroutes van ons land en informatie over de landschappen.



Zin!
0%^{vet} Drink

zonder kunstmatige
zoetstoffen



Zin!
0%^{vet} Drink

zonder kunstmatige
zoetstoffen

Honingkruid! Wat is dat?
Honingkruid is een plantje, ook wel
Savia genoemd, met een juist
zachte smaak. In combinatie
met calcium! Waarvoor je
bestrijk kan profiteren van
echt natuurlijke Arla! Dit het natuurlijke
extract uit honingkruid
heeft trouwen. *Stroopkruiden.*
Zoek naar op in de 100% natuurlijke
ingrediëntenlijst op dit pak.

Wat is dat?

Arla geeft kunstmatige zoetstoffen
sorbitol, stevia of stevia-
extract in het 0% van Arla.
De Arla is het lekker!

Wat hebben wij?

Zo ook het van de bieren te onderscheiden
zijn er! Enkelij hebben wij ook een 0%
drinkurthut. De hebben wij op
namelijk. Maar we het een heel goed
zijn. *Stroopkruiden.*

Maar Nu is dit...
ook wel bekend als Stevia. De het op
we dan met een 100%
natuurlijke drinkurthut. De hebben wij
maar gewoon gevonden naar de goed 0%
We hopen dat u tevreden wilt.

Transparantie

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.



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

Transparatiebenchmark

In 2013 heeft Arla (met het duurzaamheidsverslag over 2012) voor het eerst deelgenomen aan de Transparatiebenchmark van het Ministerie van Economische Zaken.

De Transparatiebenchmark is een jaarlijks terugkerend onderzoek naar de inhoud en kwaliteit van maatschappelijke verslaggeving bij Nederlandse ondernemingen. Arla Foods Nederland is met 102 punten (van de maximaal te behalen 200 punten) geëindigd op plaats 134 (van de 460 deelnemende bedrijven). De benchmark heeft ons gemotiveerd om de kwaliteit van ons duurzaamheidsverslag verder te verbeteren. In 2014 zullen we dan ook opnieuw deelnemen aan de Transparatiebenchmark.

Het is ons doel op de ranglijst te stijgen, om zo tot de koplopersgroep te gaan behoren.

Partnerschappen

Arla is partner van de kennis- en netwerkorganisatie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen MVO Nederland. Daarnaast nemen we deel aan de Duurzame Zuivelketen, een initiatief van de Nederlandse Zuivel Organisatie en LTO Nederland, waarvan CO₂-reductie één van de hoofddoelstellingen is. In 2013 zijn we eveneens toegetreden tot De Groene Zaak, het bedrijvenplatform voor koplopers in duurzaam ondernemen. In 2014 gaan we zitting nemen in één van de projectgroepen van de Groene Zaak.

Communicatie met klanten

We hechten veel waarde aan een open en integer contact met onze klanten en consumenten. De procedures daarvoor zijn onderdeel van ons

zorgsysteem. We monitoren de uitvoering en we evalueren het beleid minstens één keer per jaar. Om te communiceren over onze duurzaamheidsprestaties en het belang van duurzame consumptie gebruiken we een mix van middelen. Daarbij zetten we ook de producten zelf in door op de etiketten en verpakkingen 'duurzaamheidsinformatie' te vermelden. 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. Daarnaast kunnen consumenten met vragen, opmerkingen en klachten over onze producten en ons bedrijf telefonisch terecht bij onze consumenten-service.

Arla Foods Nederland laat jaarlijks haar marktpositie onderzoeken door Advantage. Dit onderzoeksbureau verzamelt bij retailers en distributeurs waar wij mee samenwerken informatie over onze prestaties, in vergelijking met die van onze concurrenten.

In 2013 zijn we in de totaalscore helaas gezakt van plaats 1 naar plaats 3. Vooral op de onderdelen Customer Service en Consumer Marketing zijn onze prestaties gedaald. In 2014 gaan we de gesprekken met onze afnemers intensiveren om zo preciezer inzicht te krijgen in hun behoeften en in de verbeterpunten.

Maatschappelijke betrokkenheid

Ons beleid op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid is onderdeel van ons duurzaamheidsprogramma *Dichter bij de natuur*. Onze maatschappelijke ondersteuning in de vorm van vrijwilligerswerk en/of giften is op dit moment meestal gerelateerd aan het thema *Welzijn voor mens en dier*.

DoSocial

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

(zie ook 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 acties.

DoSocial heeft een zogenaamde 'sociale voorraadkast' waarin bedrijven, particulieren en zorginstellingen hun creativiteit, initiatieven, ideeën, materiaal, vaardigheden of gewoon vrije tijd virtueel 'stallen' voor toekomstig gebruik. Zorginstellingen kunnen hun projectverzoeken ook in deze database kwijt. Zo komen vraag en aanbod gemakkelijk bij elkaar. De rode draad in alle projecten 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.

DoSocial in verpleeghuis Alkmaar

Arla-medewerkers hebben samen met andere vrijwilligers twee dagen lang geklust in verpleeghuis Lauwershof in Alkmaar. Het verpleeghuis kreeg nieuwe vloeren en lampen. Meubels zijn flink opgeknapt. Er is geveerd, er is een verwarmd en overdekt terras aangelegd, de bibliotheek is omgetoverd tot een gezellige ontvangstruimte annex kinderkamer, en de fysioruimte is sfeervol gemaakt met levensgrote foto's van de bewoners in sportieve houding. Het werd een complete metamorfose. Bestuurders en bewoners kwamen - dankbaar en ontroerd - naar hun nieuwe plek, die met een high tea en een optreden van Ronnie Tober feestelijk in gebruik werd genomen.



Natuur

Arla Foods Nederland is al sinds medio 2010 partner van Natuurmonumenten. Via deze samenwerking bieden we het Landgoed Oldenaller (tussen Nijkerk en Putten) financiële ondersteuning.

Daarnaast is Arla Foods Nederland officieel 'vriend' van het Nationaal Landschap Arkemheen-Eemland.

Boomfeestdag

In 2013 was Arla Foods Nederland 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. Afgelopen jaar hebben we uitleg gegeven over de voordelen van de natuurlijke zoetstof stevia voor de gezondheid. Daarbij hebben we stevia-plantjes uitgedeeld aan de kinderen.

Wij Nijkerk

Wij Nijkerk is een initiatief van bewoners en bedrijven uit Nijkerk om duurzaamheid te stimuleren in Nijkerk. Arla Foods Nederland is partner van het initiatief en zet kennis en middelen in om ideeën te realiseren. In dit kader ondersteunen wij het project *Ontdektuin De Hoeksteen*. Dit project heeft als doel om leerlingen van basisschool *De Hoeksteen* dichterbij de natuur te brengen door een tuin naast de school aan te leggen waar zij spelenderwijs kunnen kennismaken met natuur. Arla ondersteunt op verschillende manieren, variërend van projectmanagement tot het beschikbaar stellen van producten en assistentie bij de feestelijke opening.

Corlaer College

We hebben een partnerschap met het Corlaer College in Nijkerk. Samen met andere bedrijven uit de omgeving Nijkerk bespreken we met leraren van deze onderwijsinstelling hoe we leerlingen kunnen interesseren voor een technische opleiding. Technische kennis is aan het verdwijnen en er is een groeiend tekort aan technisch geschoold personeel. Met het partnerschap proberen wij jongeren te enthousiasmeren voor techniek.



Stakeholderdialoog in 2013

In 2013 hebben wij diverse gesprekken gevoerd met onze stakeholders. Deze gesprekken zijn voornamelijk uitgevoerd door leden van het MVO-team. Zo hebben wij met de Stichting Natuur & Milieu gesproken over het tegengaan van voedselverspilling, met MVO Nederland over verbetering van ons duurzaamheidsverslag en hebben wij met de ondernemingsraad overleg gevoerd over het compenseren van uitstromende kennis en de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers.

Op een aantal punten heeft het MVO-team direct actie ondernomen. Zo hebben wij de resultaten van de Transparantiebenchmark geanalyseerd en ons duurzaamheidsverslag op een aantal punten gewijzigd. Een voorbeeld hiervan is de toevoeging van verantwoordingsinformatie over onze sociale prestaties. Een andere actie is de aankoop van certificaten voor duurzame soja. Wij ondersteunen sinds 2010 sojaboeren in Brazilië in samenwerking

met Solidaridad, maar hebben naar aanleiding van de stakeholdergesprekken besloten tot aanvullende aankoop van certificaten.

Daardoor is alle soja die nodig is voor onze merkproducten per 2012 duurzaam geproduceerd (volgens de criteria van de Round Table on Responsible Soy).

Eind 2012 hadden wij ons ten doel gesteld om onze medewerkers in 2013 meer te betrekken bij ons MVO-beleid. Hieraan hebben wij in 2013 invulling gegeven met DoSocial. In 2014 zal dit sociale initiatief

leiden tot diverse maatschappelijke projecten, waaraan onze medewerkers met vrijwilligerswerk en inzet van kennis een belangrijke bijdrage zullen leveren.

Een andere belangrijke ambitie voor 2013 was het verder terugdringen van onze CO2-voetafdruk. Hier maken we stappen, maar er is ook nog een lange weg te gaan.

Ambities voor 2014



Ambities voor 2014

Ook voor 2014 hebben we stevige ambities. Om u een indruk te geven, volgt hierna per thema een korte beschrijving.

Klimaatneutraal

Sinds de formulering van onze duurzaamheidsdoelstellingen in 2009 hebben we belangrijke stappen gezet richting een klimaatneutrale onderneming. Inmiddels is er een CO₂-reductie van zo'n 23% per liter product bereikt. In 2014 zullen we met de overstap op 100% wind-energie, stijgende efficiency en een toename van het productievolume wederom een stap zetten. We verwachten de CO₂-uitstoot van ons energieverbruik daarmee met zo'n 20% te verminderen.

Verder gaan we medio 2014 een besluit nemen over de mogelijke plaatsing van een houtsnippercentrale bij onze fabriek.

Op het onderdeel verpakkingen zullen wij ons beleid verder aanscherpen. In 2014 gaan wij een interne richtlijn opstellen voor het gebruik van verpakkingen voor onze producten. Deze richtlijn zal betrekking hebben op de keuze voor materialen (zoals karton in plaats van kunststof, gerecycled materiaal, et cetera) en op gewicht. In 2014 willen we het overleg met onze leveranciers van verpakkingen intensiveren en hen krachtig stimuleren om verpakkingen te ontwikkelen met een lagere CO₂-waarde.

Terugdringen van verspilling

Wij willen een onderscheidende bijdrage leveren aan het tegengaan van voedselverspilling. Speerpunten van Arla zijn het informeren van consumenten over hoe zij voedselverspilling kunnen verminderen, het ontwikkelen van verpakkingen waarin minder restproduct achterblijft, en samenwerking met onze afnemers om niet-verkochte producten een nuttige bestemming te geven.

Arla heeft zich begin 2014 aangesloten bij de verkenning van de Green Deal Voedselverspilling, die is geïnitieerd door de rijksoverheid. Het doel van deze Green Deal is om met koplopers uit de retail, catering en levensmiddelenindustrie te komen tot een forse vermindering van voedselverspilling (binnen de eigen bedrijfsvoering, in de keten en bij de consument).

Naast de deelname aan de sector-overstijgende Green Deal zal Arla een leidende rol nemen in het tegengaan van voedselverspilling binnen de zuivelsector. Dit willen wij doen in samenwerking met onze leveranciers van verpakkingen en ingrediënten, en samen met andere zuivelbedrijven. De plannen hiervoor worden momenteel uitgewerkt binnen de werkgroep Voedselverspilling van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO).

In 2014 onderzoeken we de mogelijkheden voor hergebruik van water in onze fabriek.

Welzijn voor mens en dier

Ook in 2014 zorgen we ervoor dat de soja die is verwerkt in het voer van de koeien die de melk produceren voor onze merkzuivel 100% duurzaam is. Hoe we hieraan in 2014 precies invulling gaan geven, moet nog worden besloten.

We vinden het belangrijk om in 2014 meer aandacht te besteden aan de ontwikkeling van ons personeel door middel van opleiding en training. Daarom is het trainingsbudget verhoogd en zal een inventarisatie worden gemaakt van de opleidingsbehoeften per afdeling. Ook willen we het lage ziekteverzuim van afgelopen jaar vasthouden door leidingge-

venden verder te trainen in het omgaan met en tegengaan van verzuim.

We zijn van plan ons supplier assessment in 2014 uit te breiden met milieucriteria en sociale criteria. Zo kunnen we onze leveranciers in de toekomst ook op deze gebieden beoordelen op hun duurzaamheidsprestaties.

We werken er hard aan om dit jaar de suiker in een aantal Melkunie-producten met 30% te reduceren.

Transparantie

In 2014 willen wij de dialoog met onze stakeholders uitbreiden op basis van de resultaten van de stakeholderanalyse die we in 2013 hebben uitgevoerd. Doordat wij de belangrijkste MVO-onderwerpen nu hebben gekoppeld aan onze stakeholders kunnen we gericht het gesprek aangaan en meer resultaat behalen. We willen partnerschappen aangaan met stakeholders die kunnen bijdragen aan het behalen van onze doelstellingen.

Ook zijn we van plan om nadrukkelijker te gaan communiceren over onze duurzaamheidsprestaties, bijvoorbeeld op de verpakkingen van onze producten.

Samen met u komen wij steeds *Dichter bij de natuur*. Wij nodigen u daarom uit om actief mee te denken over verdere verduurzaming van onze organisatie. Ideeën ontvangen wij graag op het e-mailadres mvo@arlafoods.nl.



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