



AZ UNILEVER EREDMÉNYEI

Az Unilever 2010-ben indította útjára az Unilever Fenntarthatósági Terv (<http://www.sustainable-living.unilever.com>) elnevezésű programját, amelyben kötelezettséget vállaltunk arra, hogy felére csökkentjük környezeti terhelésünket és jelentősen növeljük társadalmi hozzájárulásunkat. Az ÉFOSZ kezdeményezéséhez történő csatlakozás során tett vállalásaink komoly mértékben hozzájárulnak a Fenntarthatósági Tervben megfogalmazott céljaink eléréséhez.

Az Unilever évtizedek óta prioritásként kezeli, hogy termékei megfeleljenek a legszigorúbb minőségi és élelmiszerbiztonsági követelményeknek is. Tisztában vagyunk azzal, hogy a fogyasztók igényeit csak további termékfejlesztéssel, folyamatos innovációval és a példamutató gyakorlatok megosztásával lehet kielégíteni.

Hiszünk az önszabályozás erejében. Meggyőződésünk, hogy a felelős élelmiszeripari vállalatok önkéntes vállalások eszközével élve eredményesen, a jogi szabályozás eszközénél hatékonyabban járulhatnak hozzá a fogyasztók sokszínű és kiegyensúlyozott táplálkozásához, egészségi állapotának javításához és ösztönözhetik őket az aktív életmódra.

Vállalásaink és eredményeink

A SÓBEVITEL CSÖKKENTÉSE

Kiskereskedelmi forgalomban kapható termékeink

2010-ben az Unilever első magyar élelmiszeripari vállalatként csatlakozott az OÉTI Stop Só programjához. A reformulációs program eredményeképp az ételízesítő, levesporok és ételporok kategóriában a termékek sótartalma átlagosan 10%-kal csökkent.

Az Unilever folytatni kívánja ezt a munkát, ezért alacsony nátriumtartalmú sóhelyettesítők és zöldfűszerek alkalmazásával fokozatosan tovább csökkenti termékei sótartalmát.

Közétkeztetés

A közétkeztetésnek is fontos szerepe van a fogyasztók sóbevitelének csökkentésében. Az Unilever Food Solutions üzletága a közétkeztetés számára 2015-re kifejlesztett egy sószegény és egy hozzáadott sót nem tartalmazó termékkört, amelyben jelenleg 14 közétkeztetésre szánt termék felel meg a feltételnek az ételízesítő, levesalap, mártásalap és krémleves kategóriában.

Terveink között szerepel további sómentes termékek kifejlesztése.

Olyan menüsorokat és egyedi receptúrákat állítottunk össze a közétkeztetésben dolgozók számára, amelyek megfelelnek az EMMI közétkeztetési rendeletében rögzített tápanyag-beviteli értékeknek, kiemelten figyelembe véve a sótartalmat. A közétkeztetésben dolgozók munkáját segítjük 10 napos menüjavaslattal a közétkeztetési rendeletnek megfelelő sótartalmi határértékek betartásával. A közétkeztetés számára olyan oktató jellegű kiadványokat dolgoztunk ki és tettünk ingyenesen elérhetővé, amelyekben feltüntetjük a termékeinkkel készített ételek energia-, zsír-, telített zsírsav-, szénhidrát-, cukor-, fehérje-, sótartalmát, utóbbit az EMMI rendeletben közzétett, a napi egyszeri étkezésre javasolt



sómennyiség százalékában is. Ezeket a kiadványokat (negyedévente 2500 db-ot) ingyenesen juttatjuk el az összes közétkeztetésben érdekelt egység számára. A havi hírlevelünket 2500 közétkeztetőhöz küldjük ki aktuális információkkal.

2016 folyamán 75 dietetikus hallgató számára nyújtottunk lehetőséget a tanulmányaikhoz kapcsolódó gyakorlati továbbképzésre. Emellett országosan 38 helyszínen kihelyezett oktatást, továbbképzést, bemutatót tartottunk az oktatásban, dietetikában, élelmezésben dolgozók számára.

Elindítottunk a „Konyhás néni” kampányt az EMMI-vel közösen, amely azt mutatja be, hogy nagyüzemi körülmények között, a nagykonyhai körülményekre fejlesztett alapanyagokkal és készítményekkel is lehet táplálóan, a rendelkezéseknek megfelelően, változatosan és – nem utolsósorban – ízletesen főzni. A Konyhás néni közösségi oldalát és blogját 2016-ban indítottuk el, a blogon azóta több mint 12000 ember követi a heti bejegyzéseket.

A TELÍTETTZSÍR-BEVITEL CSÖKKENTÉSE

Kedvezőbb összetételű margarinok

2016-ra elértük, hogy margarinjaink 93%-ában a telített zsírsavak aránya a teljes zsírtartalomban maximum 33%, a telítetlen zsírsavak aránya pedig minimum 67% legyen, megfelelve a nemzetközileg elfogadott táplálkozási irányelveknek. Ezzel egészségesebb választási alternatívát biztosítunk fogyasztóinknak az állati eredetű zsiradékokkal szemben azért, hogy csökkenthessék a telített zsírsavak bevitelét.

Flora Blend Bar kampány

A legnépszerűbb budapesti piacokon felállított Flora Blend Barban mutattuk meg, hogy a kiegyensúlyozott táplálkozás szempontjából bizonyítottan hasznos növényi olajokból egyszerű gyártási eljárás segítségével készülnek a minőségi és ízletes szívbarát margarinok. A Flora Blend Bar névre keresztelt standon hat héten át neves séfek készítettek minőségi növényi olajokból különleges és finom margarinokat, amelyeket bárki megkóstolhatott a helyszínen. A kampány kommunikációja során kiemelt hangsúlyt kapott, hogy a táplálkozási szakértők a zsiradék-bevitel mérséklését elsősorban a telített zsírok mennyiségének csökkentésével javasolják. Ehhez kapcsolódóan kiemelt figyelmet fordítottunk a margarinokkal kapcsolatos, a sajtóban időről-időre felbukkanó negatív tévhitek megcáfolására is.

További információk:

<http://www.unilever.hu/brands-in-action/detail/Mindent-a-margarinrol-tenyek-es-tevhitek/350506/>

<http://www.harmoniabanamargarinnal.hu/>

A KALÓRIABEVITEL CSÖKKENTÉSE

Aggodalomra ad okot, hogy a World Obesity Federation előrejelzése szerint **a jelenlegi 224 milliőről 268 millióra nőhet globálisan a túlsúlyos vagy elhízott iskoláskorú (5-17 év közötti) gyermekek száma 2025-ig, míg az ennél fiatalabb gyermekek esetében a túlsúlyosak vagy elhízottak száma a WHO prognózisa szerint 42 milliőről 70 millióra emelkedhet.**



Hiszünk ugyanakkor abban, hogy a nem alapvető, desszert jellegű élelmiszerek is részei lehetnek a kiegyensúlyozott és változatos étrendnek. Ezért vállaltuk, hogy 2015-re valamennyi, gyermekeknek szánt jégkrémünk adagonként maximum 110 kcal energiát, illetve 100g termékenként legfeljebb 20g hozzáadott cukrot tartalmaz. 2015-höz képest tovább bővítettük a gyermekeknek szánt jégkrémek választékát: 11 termék helyett már 14 jégkrém felelt meg ezeknek a kritériumnak.

A World Obesity Federation prognózisa: <https://www.worldobesity.org/what-we-do/aboutobesity/>

A WHO előrejelzése: <http://www.who.int/end-childhood-obesity/facts/en/>

REFERENCIA BEVITELI ÉRTÉK, VILÁGOS TERMÉKINFORMÁCIÓK

RI / RBÉ

A kiskereskedelmi forgalomban kapható, előre csomagolt fogyasztói kiszerelesű termékeink immár 92%-án – a jogszabályban kötelezően előírt tápérték-adatokon felül – feltüntetjük az egy adagra vonatkozó tápérték-információkat, továbbá a referencia beviteli értékhez (RBÉ vagy RI) viszonyított százalékos értékeket azért, hogy hozzásegítsük fogyasztóinkat a kiegyensúlyozott, változatos étrend összeállításához.

2016-ra a közétkeztetésben résztvevő partnereink számára készített recept, illetve menüajánlatainkhoz a honlapunkon közzétettük a tápérték adatokat. Olyan honlapot alakítottunk ki, amelyet a közétkeztetés részvevői rendszeresen látogatva további információhoz juthatnak az egészséges táplálkozásról. Receptekkel segítünk a felhasználóknak, hogy miként készíthetik el a különböző diétákba tartozó ételeket kényelmi termékek felhasználásával.

További információk:

Minden termékünk felhasználók számára fontos információja és tápértékadata a weboldalon is elérhető, ezzel megkönnyítve az elkészített ételek tápanyag-kalkulációját a partnerek számára. <http://www.unileverfoodsolutions.hu/markak-termekek/markak>

2016-ban felkerült a honlapra a részletes termékinformáció, melyet a partnerek kérésére egyénileg is elküldünk. Kiegyensúlyozott, változatos táplálkozással, menüvel kapcsolatos információ a gasztronómiai üzletág weboldalán: <http://www.unileverfoodsolutions.hu/szolgáltatasaink/az-oen-menuje/egeszseges-etelek>.

Gasztronómiai üzletágunk weboldalán megközelítőleg 400 recept található, amelyből 250-et a közétkeztetési rendeletnek megfelelően állítottunk össze. <http://www.unileverfoodsolutions.hu/Recept/2.-Energia-és-fehérjegyazdag-étrend-zsírdús-rostszegény-kímélő-fűszerezésű-változat.html>

Iparági összefogás a jelölések fejlesztéséért

A csomagoláson elhelyezett, jól látható tápanyag-információk fontos szerepet játszhatnak a fogyasztók informálásában arról, hogy az elfogyasztott ételek és italok mennyi energiát és tápanyagot tartalmaznak, így lehetővé teszik számukra, hogy az egészségesebb alternatívákat válasszanak, illetve tudatosan táplálkozzanak. A fogyasztói visszajelzések és a szakértői vélemények alapján a jövőben színekódok



segíthetik az adatok értelmezését. 2017 tavaszán született meg az iparági összefogás azért, hogy színek alkalmazásával fejlesszék tovább és tegyék érthetőbbé a címkéken található tápérték-információkat. Az élelmiszeripar vezető vállalatai - a Coca-Cola, a Mars, a Mondelez, a Nestlé, a PepsiCo és az Unilever - felállítottak egy munkacsoportot azért, hogy a színek rendszerét integrálják az egy adagra vonatkozó tápérték-információkkal és a jelenlegi RBÉ-rendszerrel. Az aláírók egyetértenek abban, hogy a fogyasztók számára fontos, hogy országról országra változó metódusok helyett Európa-szerte következetes és egységes módon, az EU-s jogszabályokkal összhangban legyenek feltüntetve az élelmiszerek csomagolásán a tápérték-információk.

AKTÍV ÉLETMÓD, MUNKAVÁLLALÓI EGÉSZSÉGMEGŐRZÉS

Lakossági programok

Az Unilever 2010 óta Magyarország Átfogó Egészségügyi Szűrőprogramjának partnere. A Program szűrőkamionjával az országot járva eddig több mint 130 000 látogatót fogadott, több mint 200 000 embernek adott életmódtanácsot, és több mint 1 600 000 vizsgálatot végzett el. Az Unilever Flora pro.activ margarinmárkája 2010 óta aranyfokozatú támogatója Magyarország Átfogó Egészségügyi Szűrőprogramjának, amelynek fókuszában a szív egészségének védelme áll.

További információ:

A szűrőkamion állomásainak listája a program hivatalos weboldalán található:
<http://www.egeszsegprogram.eu>

A Szívbarát Flora 2013 óta támogatja a Spar Budapest Maratont, mely az ország legnagyobb szabadidősport-rendezvénye és közel 30 000 indulót vár évente. A márka örömmel vállalta a maratonstaféta névadói címét is, hiszen a testmozgás fontos szerepet játszik az egészséges életmódban, melyhez az egészséges táplálkozás kialakítása elengedhetetlen. Az eseményen nem csak vizuális elemekkel és névadóként jelenik meg a Flora, hanem az aktivitások (szívbarát szendvicstkóstoló, frissítő masszázs) is segítik az egészséges életvitel kialakítását.

Az Unilever 2014-ben és 2015-ben több népegészségügyi témában is együttműködött az EMMI különböző szerveivel. Ilyen együttműködési területek voltak 2014-ben a Transzsír-kampány és a „Ne vidd haza az influenzát” kampány. Utóbbi 2015-ben is folytatódott, illetve elindult a Domestos iskolai mosdófelújítási program.

További információ:

<https://www.unilever.hu/news/press-releases/2017/Domestos-Iskolai-Program-2017.html>

Amennyiben koleszterinszint-méréssel kapcsolatban országos népegészségügyi kampány indul, készek vagyunk ehhez szakmai és anyagi támogatást nyújtani.

Munkavállalói program

Az Unilever 2012-ben munkavállalói számára elindította Lamplighter elnevezésű egészség-megőrzési programját. A program célja, hogy csökkentse az elhízást, a 2-es típusú cukorbetegség és a szív- és



érrendszeri megbetegedések előfordulását. A program keretében a résztvevők egy általános, az egészségi állapotával, életmódjával kapcsolatos névtelen tesztet tölthetnek ki, amelynek eredménye alapján egy szakértői csapat egyénre szóló tanáccsal látja el őket egy még egészségesebb életmód kialakítása céljából. A teszteredményeket feldolgozva a vállalatnál dolgozók diagnózisát is megkapjuk, mely segít az egészségfejlesztő programok kialakításában.

FELELŐS REKLÁMOZÁS

Az ún. EU Vállalás (EU Pledge) aláírásával elköteleztük magunkat, hogy termékeinket felelős módon reklámozzuk a gyermekeknek szóló médiában. A jövőben is az EU Pledge elveit szigorúan követve reklámozzuk termékeinket. Egyáltalán nem hirdetünk, vagy kizárólag a gyermekek táplálkozási igényeire szabott termékeinket hirdetjük a gyermekeknek szóló médiában. Nem népszerűsítjük termékeinket általános iskolákban, kivéve kifejezetten oktatási célból, ha erre felkérést kapunk, illetve ha megállapodunk az iskola vezetőjével.

(*A „gyermekeknek szóló médián” olyan médiafelületeket értünk, amelyek közönsége 35%-nál nagyobb mértékben áll 12 évesnél fiatalabbakból.)

További információk:

<https://www.unilever.hu/news/press-releases/2012/felelosseg-a-reklamozasban-is.html>