

**Aan: Voorzitter & Leden van de Vaste Commissie Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur,
Tweede Kamer der Staten-Generaal**

Inbreng Unilever

Rondetafelgesprek duurzame, gezonde en rendabele voedselproductieketen

14 mei 2025

Hoofdvraag van het rondetafelgesprek: *Welke verantwoordelijkheid draagt de voedselproductieketen voor een duurzaam en gezond voedselaanbod met een eerlijke prijs voor de boer?*

Unilever staat - als één van de grotere bedrijven in consumentengoederen - midden in de maatschappij. Elke dag gebruiken 3,4 miljard mensen een Unilever-product en de merken zijn te vinden in 95% van de Nederlandse huishoudens. Unilever is een wereldwijd opererend bedrijf in voedingsmiddelen, persoonlijke- en huishoudelijke verzorging en actief in meer dan 190 landen.

De voedingsmiddelensector neemt een belangrijke strategische rol in bij voedselzekerheid en het verduurzamen van voedselsystemen. Met oog op zowel geopolitieke ontwikkelingen als de toenemende risico's die klimaatverandering met zich meebrengen voor stabiliteit in toeleveringsketens, productie en distributienetwerken, neemt ook Unilever haar verantwoordelijkheid om met ketenpartijen samen te werken om zodoende meer stabiele en duurzame ketens te ontwikkelen.

1. Nederland als kennisland in Agri & Food & het belang van innovatie in de sector

Unilever investeert jaarlijks wereldwijd €1 miljard in innovatie, waarvan €100 miljoen in Nederland. In het Global Foods Innovation Centre 'Hive' in Wageningen wordt dagelijks door 500+ onderzoekers & wetenschappers samen met kennisinstellingen en leveranciers gewerkt aan het ontwikkelen van innovaties. Dit betreft zowel gezondere producten, met minder suiker/verzadigd vet/zout en duurzame producten, als innovaties op het gebied van circulaire en hernieuwbare verpakkingen en procestechnologieën resulterend in significante CO₂-besparingen.

Dat dit plaatsvindt in Nederland toont de sterke positie als kennisland op gebied van agri & food, waarbij de samenwerking tussen kennisinstellingen, gespecialiseerde bedrijven, innovatie start- & scale-ups en internationale bedrijven van groot belang is, gestimuleerd door een overheid die het belang van een innovatie en een sterke voedingsmiddelensector erkennen. Unilever neemt haar verantwoordelijkheid om ketens te verduurzamen en rapporteert jaarlijks publiek op [bovenwettelijke doelstellingen](#). Via een speciaal fonds wordt er €1 miljard geïnvesteerd in projecten op het gebied van klimaat, circulariteit en regeneratieve landbouw.

2. Publiek-Private Partnerships om verduurzaming internationaal vorm te geven

Unilever is een internationaal opererend bedrijf en werkt samen met een groot aantal partners in toeleveringsketens, productie- en distributienetwerken. In de praktijk zijn dat ruim 54.000 directe leveranciers (tier 1), en verder terug in de toeleveringsketen loopt het aantal op tot honderdduizenden bedrijven, veelal MKB. Vanwege de omvang en complexiteit van deze internationale toeleveringsketens is internationaal beleid - zowel nationaal als Europees - essentieel om stappen te zetten richting verduurzaming.

De voedingsmiddelensector in Nederland is zeer internationaal, waardoor het belangrijk is dat nationaal beleid ook effectief is over landsgrenzen heen. Dit is van belang om initiatieven op het gebied van duurzaamheid en gezondheid op te kunnen schalen en internationaal te verwaarden. Concreet betekent dit dat ketenpartners in het buitenland ook mee moeten in verduurzaming. De internationale aanpak heeft meer impact en is beter in staat de balans te herstellen tussen voedselproductie, klimaat en natuur. Daarom is de rol van Nederland bij Europese initiatieven, zoals het vervolg op de Strategische Dialoog Voeding & Landbouw en de hervorming van het Gemeenschappelijk Landbouw Beleid, essentieel.

3. Ketensamenwerking voor een duurzaam, veerkrachtig & gezond voedselsysteem

Duurzame inkoop is sinds 2010 één van Unilevers belangrijkste pilaren van haar duurzaamheidsstrategie. Met toenemende geopolitieke onzekerheden en de impact van klimaatverandering op oogsten is het van groot belang veerkrachtige en duurzame ketens te ontwikkelen om voeding op een verantwoorde en toekomstbestendige wijze te produceren.

Op basis van vernieuwde duurzame landbouwprincipes werken we structureel met ketenpartners aan het verduurzamen van ingrediënten en verwerkingsprocessen¹. In een breed samenwerkingsverband is eveneens gewerkt aan het concretiseren van regeneratieve landbouw, samen met kennisinstellingen, experts en internationale bedrijven². De inzet op regeneratieve landbouw betreft een integrale visie, waarbij zowel klimaat, biodiversiteit, water, bodem én het verdienvermogen van de boer centraal staan.

Unilever investeert in kennis én ketenpartijen om op 1 miljoen hectare wereldwijd regeneratieve landbouwpraktijken te implementeren voor 2030. De eerste resultaten zijn veelbelovend:

- **Wortel Collectief:** een samenwerking met Ardo, Agrifirm, Jumbo en Unilever, gericht op Nederlandse akkerbouw. Op ca. 30 hectare wordt 'niet-kerende grondbewerking' toegepast, waarbij niet diep geploegd wordt om de bodem niet te verstoren. Planten van bodembedekkers om erosie en uitdroging tegen te gaan en zoveel mogelijk nutriënten in de bodem te behouden evenals het gebruik organische meststoffen en biologische gewasbeschermingsmiddelen.

¹ [Unilever | Sustainable Agriculture Principles](#)

² [Regenerating Together Programme - Sustainable Agriculture Initiative Platform \(SAI Platform\)](#)

- **ReGeNL:** Groeifondsprogramma gericht op het faciliteren van 1000 boeren in de transitie naar regeneratieve landbouw. Als partner draagt Unilever bij aan kennisontwikkeling en verspreiding waarbij intensief wordt samengewerkt met telers (Unilever ontvangt geen subsidie). ReGeNL is onderdeel van NextFoodCollective, een brede coalitie van middelgrote bedrijven en kennisinstellingen dat maatschappelijke transities versnelt.
- **Caring Dairy-programma:** Unilever is met het ijsmerk Ben & Jerry's mede-initiatiefnemer van het programma om melkveehouderijen te verduurzamen met leveranciers. Dierenwelzijn staat centraal via bovenwettelijke afspraken, en er worden eisen gesteld aan milieu, om bodemgezondheid, waterkwaliteit en biodiversiteit te verbeteren. Boeren worden voorzien van trainingen en ontvangen een premievergoeding.

Verduurzaming en een goed verdienenmodel voor boeren zijn essentieel. Unilever draagt concreet bij aan verdienenmodellen middels lange termijn afnamegaranties, vergoeding voor transitiekosten en premies in specifieke ketens.

Overwegingen voor mogelijke aanpassingen in beleid & wetgeving in EU en nationaal:

- **Versterk het innovatievermogen gericht op een duurzame koploperspositie van Nederland:** Nederland is één van de leidende landen op het gebied agri-food, door innovatieve door (plant)veredelaars, ondernemende boeren, verwerkers en internationaal leidende bedrijven én universiteiten & kennisinstellingen telt Nederland internationaal mee. Een onderscheidend en stimulerend innovatiebeleid is hiervoor van groot belang, evenals aandacht voor kennisvalorisatie en overdracht richting midden- en kleinbedrijf (MKB).
- **Normeer verduurzaming op EU-niveau én stimuleer versnelling op nationaal niveau:** De ontwikkeling, productie, verwerking en verkoop van voeding is zeer internationaal. Door via EU-wetgeving stapsgewijs additionele eisen te stellen, in combinatie met stimulerend beleid in Nederland, kan de transitie naar duurzame landbouw versneld worden, en wordt een ongelijk speelveld voorkomen. Regeneratieve landbouw vormt een wezenlijk onderdeel om traditionele landbouwpraktijken te verduurzamen, maar is onvoldoende vormgegeven in beleid. De Nederlandse overheid kan voortbouwen op het raamwerk van het *Sustainable Agriculture Initiative* (SAI Platform) dat veelvuldig wordt gebruikt op internationaal niveau.
- **Stimuleer & beloon duurzame/regeneratieve landbouw op basis van resultaten:** Beleidsmaatregelen gericht op verduurzaming zijn idealiter gebaseerd op prestatie-, resultaat- of uitkomstgerichte benaderingen (bijv. via eco-regeling), in plaats van activiteiten en inspanningen. Hierdoor worden effectieve duurzaamheidsinspanningen beloond en worden pre-competitieve samenwerkingsverbanden ook gestimuleerd. Waarbij het van belang is activiteiten onafhankelijk te controleren, verifiëren en/of certificeren, incl. Europese aansluiting.

Het is van groot belang dat de Nederlandse overheid, bedrijven in de gehele voedingsmiddelenketen en kennisinstellingen samenwerken om duurzame, gezonde en rendabele voedselproductieketens te realiseren. Unilever is daarin bereid haar verantwoordelijkheid te nemen en erkent het belang om in dialoog een effectieve aanpak richting de toekomst te ontwikkelen en realiseren.

Duurzaamheidsdoelstellingen Unilever

Our sustainability goals					Unilever
	Climate	Nature	Plastics	Livelihoods	
Long-term ambition	Net zero emissions across our value chain by 2039.	Resilient and regenerative natural and agricultural ecosystems.	An end to plastic pollution through reduction, circulation and collaboration.	A decent livelihood for people in our value chain, including by earning a living wage by 2030.	
Goals	Reduce absolute operational GHG emissions (Scope 1 & 2) by 100% by 2030 from a 2015 baseline. Reduce absolute Scope 3 energy and industrial GHG emissions* by 42% by 2030 from a 2021 baseline. Reduce absolute Scope 3 forest, land and agriculture (FLAG) GHG emissions** by 30.3% by 2030 from a 2021 baseline.	95% volume of key crops to be verified as sustainably sourced by 2030. Implement Regenerative Agriculture practices on 1 million hectares of agricultural land by 2030. Help protect and restore 1 million hectares of natural ecosystems by 2030. Maintain no deforestation across our primary deforestation-linked commodities. Implement water stewardship programmes in 100 locations in water-stressed areas by 2030.	Reduce our virgin plastic footprint – by 30% by 2026, and 40% by 2028, from a 2019 baseline. 100% of our plastic packaging to be reusable, recyclable or compostable – by 2030 (for rigids) and 2035 (for flexibles). Use 25% recycled plastic in our packaging by 2025. Collect and process more plastic packaging than we sell by 2025.	Help 250,000 smallholder farmers in our supply chain access livelihoods programmes by 2026. Suppliers representing 50% of our procurement spend to sign the Living Wage Promise by 2026. Help 2.5 million SMEs in our retail value chain grow their business by 2026.	
Supported by €1 billion Climate & Nature Fund.					
Underpinned by our continued commitment to Human Rights and Equity, Diversity & Inclusion.					
* Energy and industrial emissions from Purchased Goods and Services (associated with ingredients, packaging), Upstream Transport and Distribution, Energy and fuel-related activities, direct emissions from Use of Sold Products (associated with HFC propellants), End-of-Life Treatment of Sold Products, and Downstream Leased Assets (associated with ice cream retail cabinets).					
**FLAG emissions from Purchased Goods and Services (associated with ingredients).					