

# Publieke druk zorgt voor verbetering sociaal beleid van grootste voedselbedrijven ter wereld

## Nestlé, Unilever en Coca-Cola in top 3 van Oxfam Novib ranglijst

**Den Haag 26 februari.** Na de lancering van de Oxfam Novib Behind the Brands ranglijst in 2013 en de oproepen van honderdduizenden mensen hebben nu 9 van de 10 grootste voedingsmiddelenbedrijven ter wereld hun sociaal en milieubeleid verbeterd, zo stelt Oxfam. Novib.

De eerste jaarlijkse update van de **Behind the Brands** ranglijst laat zien dat de koplopers van de 'Top 10' hun beleid verbeterden op het gebied van land- en vrouwenrechten en de uitstoot van CO2. Toch scoren de 'Top 10' bedrijven als geheel nog lang niet voldoende, omdat de achterblijvers te weinig doen om hun beleid te verbeteren.

Nestlé, Unilever en Coca-Cola nemen opnieuw de top 3-plaatsen van de ranglijst in, PepsiCo moet de 4<sup>de</sup> plaats nu delen met Mondelez dat opschuift van plaats 6. De ranglijst wordt afgesloten door hekkensluiter General Mills, bekend van Haagen-Dazs en Yoplait dat zakte van de 9<sup>de</sup> naar de laatste plaats. De **Behind the Brands** ranglijst beoordeelt het beleid van de grootste voedingsmiddelenbedrijven op het gebied van vrouwen en arbeidsrechten, klimaat, land- en watergebruik, de behandeling van kleine boeren en transparantie.

De top drie bedrijven Nestlé ( 1 ), Unilever ( 2 ) en Coca-Cola ( 3 ) scoorden het hoogst met respectievelijk 10, 14 en 13 procent verbetering. Associated British Foods ( 9 ) en Kellogg's ( 8 ) scoorden 8 en 6 procent verbetering. Danone en Mars, beide op plaats 6, en Mondelez en PepsiCo, beide op 4, verbeterden hun scores maar matig.

“Door de druk van consumenten en investeerders zijn de meeste Top-10 bedrijven in beweging gekomen en verbeteren zij nu hun beleid,” zo zegt algemeen directeur Oxfam Novib Farah Karimi. “Sommige bedrijven tonen leiderschap, maar anderen blijven duidelijk achter. De race naar de top voor deze bedrijven is nu echt van start gegaan, maar het moet nog veel beter. De sociale en milieukosten zijn nog steeds te hoog.”

De eerste publieksactie van de **Behind the Brands-campagne** in maart 2013 richtte zich op Nestlé, Mondelez en Mars, vanwege hun onvermogen om ervoor te zorgen dat de vrouwen die de cacao voor hun chocolade verbouwen fatsoenlijk behandeld worden. In dezelfde maand beloofden Nestlé, Mars en Mondelez concrete stappen om dit probleem aan te pakken. Zeven bedrijven onderschrijven nu de VN-Vrouwen Empowerment Principles, over de impact van bedrijfsvoering op de omstandigheden van vrouwen.

In oktober 2013 richtte de campagne zich op het beleid van Coca-Cola, PepsiCo en ABF om landroof in hun leveringsketen tegen te gaan. In november 2013 beloofde Coca-Cola haar beleid hierop drastisch te verbeteren en te herzien. ABF heeft ook nieuw beleid toegezegd waarmee een begin wordt gemaakt om de problemen aan te pakken en we zijn nog in gesprek met PepsiCo. Zes van de top 10 bedrijven ondersteunen verder nieuw beleid over het principe van *'vooraf geïnformeerde en in vrijheid gegeven toestemming'*, dat ervoor zorgt dat lokale gemeenschappen geraadpleegd worden voordat het land dat ze gebruiken verkocht wordt.

“Beter beleid van bedrijven op landrechten, helpt lokale gemeenschappen in landen zoals Cambodja en Brazilië na 10 jaar strijd om compensatie te kunnen krijgen voor het land dat hen ontnomen werd. Machtige bedrijven kunnen zo echt het verschil maken, waardoor jarenlange conflicten voor eens en altijd opgelost kunnen worden,” aldus Karimi.

“De **Behind the Brands**-campagne laat zien dat zelfs de grootste bedrijven reageren als consumenten en investeerders zich roeren. Een ander effect is dat ook toeleverings-bedrijven hun beleid veranderen, zodat kunnen blijven levereren aan de top 10,” aldus Karimi.

**Noot voor redactie:**

Farah Karimi, algemeen directeur Oxfam Novib, is beschikbaar voor interviews. Contact: Jules van Os, persvoorlichter Oxfam Novib, 0651573683 / press officer Oxfam Novib, 0031651573683

Hieronder de nieuwe scores van de top-10 op Oxfam Novib Behind the Brands ranglijst, de ranglijst is vanaf woensdag 26 februari 2014 ook online in te zien <http://www.behindthebrands.org/nl/bedrijven-scorecard>

**Rankings February 2014**

Rank	Company	Score	Land	Women	Farmers	Workers	Climate	Transparency	Water	Total
1	Nestlé	64%	5	5	6	7	8	7	7	45/70
2	Unilever	63%	5	5	8	7	7	6	6	44/70
3	Coca Cola	54%	7	6	2	6	6	5	6	38/70
4	Mondelez	33%	3	5	4	3	2	3	3	23/70
4	PepsiCo	33%	2	2	3	3	6	3	4	23/70
6	Danone	31%	1	1	2	3	5	5	5	22/70
6	Mars	31%	1	4	4	3	4	4	2	22/70
8	Kellogg	29%	2	3	1	1	4	4	5	20/70
9	Associated British Foods	27%	3	2	2	3	4	3	2	19/70
10	General Mills	21%	2	1	2	2	2	2	4	15/70

KEY: Good 8 – 10 Fair 6 – 7 Some progress 4 – 5 Poor 2 - 3 Very poor 0 – 1

**Rankings February 2013**

Rank	Company	Score	Land	Women	Farmers	Workers	Climate	Transparency	Water	Total
1	Nestlé	54%	3	4	5	6	6	7	7	38/70
2	Unilever	49%	3	2	7	6	5	5	6	34/70
3	Coca Cola	41%	1	5	3	6	5	5	4	29/70
4	PepsiCo	31%	2	2	3	3	3	4	5	22/70
5	Mars	30%	1	1	5	4	3	5	2	21/70
6	Danone	29%	1	1	1	3	3	6	5	20/70
6	Mondelez	29%	1	2	4	4	3	4	2	20/70
8	General Mills	23%	1	2	1	3	2	2	5	16/70
8	Kellogg	23%	1	2	1	2	2	4	4	16/70
10	Associated British Foods	19%	1	1	2	3	1	3	2	13/70

KEY: Good 8 – 10 Fair 6 – 7 Some progress 4 – 5 Poor 2 - 3 Very poor 0 – 1