Persbericht

**Een jaar na de voorstelling van het Wellbeing Manifesto boekt Kellogg Benelux aanzienlijke vooruitgang**

* Amper een jaar na de presentatie van het Wellbeing Manifesto heeft Kellogg Benelux qua engagement voor de planeet, de samenleving en de medemens al aanzienlijke vooruitgang geboekt.
* Ten eerste heeft Kellogg zijn CO2-uitstoot[[1]](#footnote-1) in Europa sinds 2015 met 37% verminderd, en ligt het bedrijf ook op schema om de doelstelling van 45% vermindering tegen 2050 te halen.
* Ten tweede is Kellogg sinds januari 2022 het eerste Europese voedingsbedrijf dat NaviLens-technologie gebruikt om de informatie op zijn verpakkingen toegankelijk te maken voor mensen met een visuele beperking.
* Ten slotte is het zoutgehalte in het Special K-assortiment met gemiddeld 20% verlaagd, zonder afbreuk te doen aan smaak- of degustatiebeleving.

Vandaag brengt Kellogg Benelux verslag uit over de aanzienlijke vooruitgang inzake de bijdrage aan de planeet, de samenleving en de medemens die het bedrijf al heeft geboekt. Deze ambities werden vastgelegd in het Wellbeing Manifesto, een tienjarenplan dat in 2021 werd gepresenteerd. Kellogg heeft ook meer in detail aangegeven hoe het bedrijf van plan is vooruitgang te blijven boeken ten opzichte van deze veelbelovende doelstellingen.

**37% vermindering van de CO2-uitstoot**

Een van de belangrijkste uitgangspunten van Kellogg's Wellbeing Manifesto is verantwoordelijkheid nemen en stappen zetten om de impact van het bedrijf op het milieu te verminderen. Om dit te bereiken heeft Kellogg zich ertoe verbonden om de CO2-uitstoot van scope 1 en 2 tegen 2050 met 45% te verminderen. Tussen 2015 en nu is het bedrijf er al in geslaagd om zijn totale Europese uitstoot met 37% te verminderen. Dit resultaat is gedeeltelijk te danken aan het feit dat Kellogg zijn doelstelling om 100% hernieuwbare elektriciteit op te wekken in zijn West-Europese productiefaciliteiten al heeft bereikt.

Naast de twee Origins-projecten die al lopen in Europa (een voor rijst in Spanje en een tweede voor tarwe in het Verenigd Koninkrijk), heeft Kellogg de handen ineengeslagen met lokale aardappelproducenten in België en Frankrijk - Clarebout[[2]](#footnote-2) en Soil Capital[[3]](#footnote-3) - om een nieuw Origins-aardappelprogramma op te zetten. Via dit project verbinden de deelnemende landbouwers zich ertoe om minder broeikasgassen uit te stoten en duurzamere landbouwmethodes toe te passen. Dankzij deze programma’s kan op vier gebieden actie worden ondernomen: productiviteit, technologie, klimaat en biodiversiteit.

En dat is nog niet alles, want Kellogg blijft de hoeveelheid verpakkingsafval verminderen. Het bedrijf streeft ernaar om tegen eind 2022 meer dan 1.000 ton minder verpakkingsmateriaal te gebruiken. Als onderdeel van dit initiatief zal de verpakkingsgrootte van Extra-zakken met 10% worden verminderd, zonder dat de hoeveelheid granen in de pakken omlaag gaat - zoals voor de Frosties- en Special K-verpakkingen al sinds vorig jaar het geval is.

**Een NaviLens-code op de Kellogg-verpakkingen voor blinden en slechtzienden**

De tweede pijler voor Kellogg is de samenleving. Sinds 2006 werkt het bedrijf nauw samen met voedselbanken in België en verdeelde het vorig jaar meer dan 124 ton voedsel. Kellogg werkt ook samen met verschillende scholen in het land via de "Breakfast Club". Dankzij dit programma kunnen kinderen die niet altijd de gelegenheid hebben om thuis te ontbijten, vóór de lessen op school bijeenkomen en samen eten.

Het helpen van de samenleving gaat niet alleen over voedsel, maar ook over inclusie. Daarom is Kellogg Europa sinds januari 2022 het eerste voedingsbedrijf dat NaviLens-technologie gebruikt om verpakkingen toegankelijk te maken voor mensen met een visuele beperking. Deze technologie maakt gebruik van gekleurde vierkantjes met een scherp contrast tegen een zwarte achtergrond. Consumenten hoeven de code niet te scannen, aangezien hun smartphone de code tot op drie meter afstand kan herkennen. Vervolgens wordt een melding verstuurd, zodat klanten de lijst met ingrediënten, allergenen en recyclinginformatie door hun smartphone kunnen laten voorlezen. Met behulp van toegankelijkheidstools kunnen ze de informatie ook rechtstreeks op hun mobiele telefoon lezen.

**16% minder zout in de ontbijtgranen**

Tot slot gaat Kellogg's Wellbeing Manisfesto ook over het verbeteren van de voedselproducten, om op die manier beter aan de verwachtingen van de consument te voldoen. Kellogg heeft het zoutgehalte in de *Original Special K*-granen met 16% en in het hele *Special K*-assortiment met gemiddeld 20% verlaagd, wat in 2022 neerkomt op een Europees menu met 60 ton minder zout. Voedingswetenschappers van Kellogg hebben nauw samengewerkt met het sensorische team van het bedrijf, om zo een nieuwe formule te ontwikkelen voor de populaire cornflakes, zonder afbreuk te doen aan smaak- of degustatiebeleving. Dit is een van de eerste projecten van het nieuwe *Kellogg European Culinary & Sensory Centre of Excellence*, dat later dit jaar officieel van start zal gaan.

**Luc Houben**, algemeen directeur van Kellogg Benelux, licht toe: “*We zetten ons in om voedsel van de hoogste kwaliteit te produceren, de samenleving te ondersteunen en een positieve impact op de planeet te hebben. We hebben al aanzienlijke vooruitgang geboekt bij de aanpak van de CO2-uitstoot en de vermindering van het zoutgehalte in onze producten, zonder aan smaak in te boeten. We weten echter dat er nog grote uitdagingen in het verschiet liggen, zowel voor onze samenleving als voor de planeet, en dat het onze verantwoordelijkheid is om verder te gaan dan wat er in onze granen zit*.”

**Over Kellogg**

In de visie van de Kellogg Company is een rechtvaardige en goede wereld een wereld waarin mensen niet alleen te eten krijgen, maar ook voldoening vinden. Via onze vertrouwde merken zorgen we voor mooiere dagen en een plek aan tafel voor iedereen. Onze meest geliefde merken zijn Pringles®, Special K®, Frosties®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies® en nog veel meer. In 2021 bedroeg de netto-omzet bijna 14,2 miljard Amerikaanse dollar. Deze omzet bestaat voornamelijk uit snacks en kant-en-klare maaltijden als ontbijtgranen, diepvriesproducten en noedels. Als onderdeel van onze ESG-strategie pakken we via de Kellogg's® Better Days de onderling verbonden thema’s van welzijn, klimaat en voedselzekerheid aan, en zorgen we voor mooiere dagen voor 3 miljard mensen tegen eind 2030. Surf naar [www.KelloggCompany.com](http://www.KelloggCompany.com) voor meer informatie.

1. Uitstoot scope 1 en 2. [↑](#footnote-ref-1)
2. Van oudsher leverancier van aardappelvlokken aan Kellogg. [↑](#footnote-ref-2)
3. Een onafhankelijk agronomisch technologiebedrijf dat landbouwers ondersteunt bij de overgang naar meer rendabele en vernieuwende vormen van landbouw. [↑](#footnote-ref-3)