

### 3 ITALIANI SU 10 HANNO RIDOTTO IL CONSUMO DI CARNE

## Unilever e l'Unione Vegetariana Europea siglano la partnership per la certificazione dei prodotti 100% vegetali

La riduzione del consumo di carne nella dieta quotidiana è un trend sempre più in crescita e oggi riguarda oltre il 30% degli italiani. Secondo quanto emerso dalla ricerca Mintel 2016, infatti, è in considerevole aumento rispetto allo scorso anno la quota dei consumatori che si avvicina ad uno stile alimentare vegetariano, almeno per la maggior parte della settimana.

Si tratta della dieta che gli esperti definiscono “flexitariana”: adottata da coloro che sono attenti all’impatto ambientale delle proprie scelte alimentari o che cercano modelli più salutari e che tendono a limitare il consumo di carne a 2/3 pasti a settimana.

Tuttavia, se da una parte c’è l’intenzione di essere più sostenibili, dall’altra emergono la mancanza di idee su come preparare piatti vegetariani appetitosi e la paura che questo tipo di dieta possa andare a discapito dei sapori e della varietà.

Per rispondere a questi bisogni, Unilever e l'Unione Vegetariana Europea (EVU) hanno siglato un accordo di collaborazione, unico nel suo genere, che certifica i prodotti realizzati con ingredienti 100% vegetali e ne facilita l’identificazione attraverso l’etichetta V-Label (con il logo EVU) sulla confezione. Questa partnership ha infatti l’obiettivo di aiutare tutti i consumatori a rendere la propria dieta più semplice e più gustosa, dando anche la possibilità di aggiungere sapore alle ricette.

Uno dei primi marchi ad adottare il nuovo logo è proprio Knorr, che per sua missione si propone di portare sapore sulle tavole di tutti i consumatori.

Pablo Perversi, Vice Presidente Unilever Foods Europe, spiega che: *"Molti europei, tra cui moltissimi Italiani, stanno riducendo il consumo di carne, pur non eliminandola completamente dalla propria dieta. Le ragioni sono variegate: spesso si vuole ricercare un regime alimentare più salutare, a volte è una scelta di carattere etico, o semplicemente vuole essere un contributo alla riduzione dell’impatto ambientale. Unilever è la prima azienda del largo consumo a collaborare con EVU per dare ai propri consumatori ciò che oggi ricercano: la fiducia e la chiarezza, per poter scegliere prodotti vegetariani adatti alla preparazione di piatti privi di carne, ma allo stesso tempo gustosi ed invitanti"*.

Il primo prodotto Knorr in Italia ad essere certificato EVU è il nuovo Brodo Liquido Vegetale 100% Ingredienti Naturali, che fa parte della nuova gamma di Brodi Pronti 100% Ingredienti Naturali, prodotti in Italia utilizzando solo verdure da agricoltura sostenibile, maturate al sole, senza conservanti e coloranti. Quella appena iniziata è, dunque, una rivoluzione nella “guida” al consumatore, che vedrà nei prossimi mesi un’importante accelerazione: è infatti previsto che, entro la fine del 2017, circa 500 dei prodotti alimentari di Unilever saranno chiaramente contraddistinti dal V-Label dell’EVU in etichetta.

Come dichiara la presidente dell'Associazione Vegetariana Italiana Carmen Nicchi Somaschi, *"Siamo molto contenti di aver avviato questa collaborazione: per noi, per tutte le persone vegetariane e vegane questo è un momento storico perché, per la prima volta, un'importante azienda del largo consumo come Unilever ha stilato un accordo fondamentale per aiutare ad orientarsi nelle scelte e a facilitare l'acquisto di prodotti che rispondono ai propri principi etici. E' l'inizio di un grande cambiamento, ora i consumatori hanno semplicemente bisogno di cercare la nostra "V" sulle confezioni dei prodotti Unilever per poter riconoscere il rigoroso rispetto della definizione di cibo vegetariano e vegano."*

Questa partnership con EVU costituisce l'ultimo atto del più ampio progetto di Unilever "USLP" (Unilever Sustainable Living Plan), piano per la crescita sostenibile dell'azienda, che punta a diminuire il proprio impatto ambientale e a creare valore sociale positivo in tutto il mondo.



*Pablo Perversi, Vice Presidente, Unilever Foods Europe e Henk Keilman, CEO of European Vegetarian Union firmano la partnership tra EVU e Unilever*

#### **Unilever**

Knorr è un marchio del gruppo Unilever. Unilever è una delle principali aziende che operano nei mercati Food, Home e Personal Care. Radicata in oltre 190 paesi in tutto il mondo raggiunge, con i suoi prodotti, 2 miliardi di consumatori ogni giorno. Unilever impiega circa 172.000 persone in tutto il mondo e ha registrato un fatturato di €53,3 miliardi nel 2015. Circa il 57% del fatturato dell'azienda deriva dai paesi in via di sviluppo e dai mercati emergenti. Oltre al marchio Knorr, il portafoglio dell'azienda include più di 400 brand tra cui Dove, Sunsilk, Algida, Magnum, Lipton, Mentadent, Svelto e Coccolino.

L'Unilever Sustainable Living Plan (USLP), piano per la crescita sostenibile dell'azienda, definisce tre macro-obiettivi: Assicurare la crescita del business riducendo l'impatto ambientale; promuovere azioni concrete al fine di migliorare la salute e il benessere di oltre 1 miliardo di persone; migliorare le condizioni di vita di milioni di persone entro il 2020. Dal 2015, Unilever si è classificata in prima posizione all'interno del Dow Jones Sustainability Index nella sua categoria di riferimento. Il FTSE4Good Index ha assegnato all'azienda il punteggio più alto nella categoria Ambiente. Inoltre, Unilever guida da cinque anni il ranking Global Corporate Sustainability Leaders, risultato della ricerca che GlobeScan/SustainAbility conduce ogni anno. Infine, a partire dal 2015, Unilever viene premiata dalla classifica "Scopri il Marchio" di Oxfam come l'azienda più sostenibile su scala globale nella categoria Food&Beverage.

Unilever è risultata una delle 3 aziende più ambite dai lavoratori di tutto il mondo.

Per ulteriori informazioni su Unilever e i suoi marchi potete visitare il sito [www.unilever.it](http://www.unilever.it)

Per maggiori informazioni sull'Unilever Sustainable Living Plan: [www.unilever.it/sustainable-living](http://www.unilever.it/sustainable-living)

#### **Knorr**

La nostra passione per il gusto risale agli albori di Knorr® nel 1838. Dai nostri iconici dadi da brodo alla nostra deliziosa gamma di zuppe, cerchiamo ogni giorno i migliori sapori in tutto il mondo, per aiutare le persone a preparare tutti i cibi in modo naturale. L'alta qualità è la nostra filosofia maturata in anni di lavoro. Amiamo, poi, ispirare le persone ad avere un approccio alla cucina consapevole e fiducioso. Siamo orgogliosi di essere l'8° marchio FMCG più scelto al mondo (secondo il Kantar World Panel) e il più grande brand di Unilever, con un valore delle vendite annuale che supera i 4 miliardi di Euro. I nostri prodotti sono venduti in più di 87 paesi al mondo e i nostri sapori vengono apprezzati da più di 320 milioni di persone ogni giorno. I nostri oltre 300 chef dedicati sono dei veri e propri esperti di cucina e rappresentano più di 48 nazionalità: siamo, infatti, uno dei più grandi datori di lavoro di chef professionisti al mondo. Ci impegniamo per la sostenibilità alimentare, per far emergere il sapore e la bontà dal cibo quotidiano, dai campi alla tavola. Crediamo fermamente che, procurandoci materie prime agricole sostenibili, i nostri prodotti abbiano anche un gusto migliore. È proprio per questo che i nostri ingredienti sono coltivati in modo naturale, all'aperto e al sole, in terreni ricchi e fertili e con particolare attenzione all'ambiente.

Per scoprire di più sulla nostra filosofia e i nostri prodotti, visitate [www.knorr.it](http://www.knorr.it).

Per ispirazioni e ricette all'insegna del gusto, visitate [www.vistochebuono.it](http://www.vistochebuono.it).



Per informazioni:

**Edelman – Ufficio Stampa Unilever-Knorr**

Valentina Serio

[Valentina.serio@edelman.com](mailto:Valentina.serio@edelman.com)

02. 63116234