

Membuat Masa Depan Berbasis Nabati yang Lebih Baik



Berbasis Nabati



Target

1 miliar orang memilih produk nabati kami yang lezat.

- 1 Membangun 'Power Brands' yang menginspirasi dan mendidik orang untuk beralih ke makanan berbasis nabati
- 2 Meningkatkan dampak kategori dan ketersediaan untuk membuat konsumen lebih mudah untuk memilih makanan berbasis nabati
- 3 Selalu meluncurkan produk nabati yang lebih enak dan berkinerja lebih baik
- 4 100% portofolio produk berbasis nabati pada tahun 2025
- 5 Bermigrasi ke portofolio bahan alami 100% dengan label bersih sederhana ("simple clean label") pada tahun 2025

Hidup Lebih Sehat



Target

200 juta jiwa terpengaruh secara positif dengan akses yang terjangkau dan nutrisi yang sehat.

- 1 Berinvestasi dalam inovasi baru yang terjangkau bagi konsumen dengan tingkat ekonomi sosial lebih rendah, sehingga kami menjaga % C&D berbasis konsumen
- 2 Memberikan nutrisi yang lebih baik dengan menjadi lebih unggul dalam hal tolak ukur lemak jenuh dan garam tanpa lemak trans
- 3 Memberikan gizi yang seimbang dan edukasi kepada 100 juta anak
- 4 Memungkinkan 50 juta orang dewasa untuk menurunkan risiko penyakit jantung dengan menawarkan produk yang lebih sehat serta edukasi tentang nutrisi
- 5 Mengaktifkan gaya hidup aktif dan meningkatkan fungsional kesehatan untuk 50 juta orang dewasa

Orang-orang yang Lebih Bahagia



Target

140.000 mata pencaharian meningkat dan 5 juta koki dijangkau untuk mengaktifkan Generasi Nabati.

- 1 Menganangkan mobilitas dan kesetaraan sosial dengan memiliki bisnis inklusif, termasuk pemisahan gender 50:50
- 2 Upfielder adalah advokat untuk Tujuan & Strategi Upfield di komunitas kami – 25% eNPS** teratas
- 3 Menciptakan Generasi Nabati di komunitas kami dengan Upfielders menginvestasikan 15.000 jam setiap tahun secara sukarela
- 4 Meningkatkan mata pencaharian dari 100.000 petani kecil dan pengusaha berbasis nabati
- 5 Meningkatkan pengetahuan & kemampuan dari 40.000 koki berbasis nabati. Membangun jaringan dari 5 juta koki berbasis nabati

Planet yang Lebih Baik



Target

Lebih baik dari Net Zero dan 95% bebas plastik! Kami adalah pionir dalam menciptakan produk yang melestarikan alam.

- 1 Lebih baik dari "net zero" pada tahun 2050 (pada tahun 2030; karbon netral untuk bisnis Upfield, dan pengurangan sebesar 25% secara keseluruhan)
- 2 Mengkomunikasikan manfaat pangan berbasis nabati dengan memberi label emisi karbon pada 500 juta kemasan produk pada tahun 2025
- 3 Mengurangi dampak lingkungan kami termasuk pengurangan limbah sebesar 50% dan "No" limbah ke Tempat Pembuangan Akhir Limbah
- 4 Mengeliminasi 95% kandungan plastik di semua kemasan kami
- 5 Tidak ada deforestasi atau eksploitasi – 100% pengadaan yang bertanggung jawab pada tahun 2025