

# Vår målsättning: Att leverera en bättre växtbaserad framtid

## Växtbaserad



### Mål

**Att 1 miljard människor väljer våra välsmakande och växtbaserade produkter.**

- 1 Bygg målmedvetna "Power Brands" som inspirerar och lär människor att välja växtbaserade livsmedel
- 2 Öka utbud och tillgängligheten så att det blir lättare för konsumenterna att välja växtbaserade livsmedel
- 3 Alltid lansera godare och bättre växtbaserade produkter
- 4 Erbjud 100 % växtbaserad produktportfölj senast 2025
- 5 100% naturliga ingredienser i lättöverskådliga förpackningar senast 2025

## Friskare Liv



### Mål

**Att påverka 200 miljoner människor positivt genom tillgång till prisvärd och hälsosam kost.**

- 1 Investera i innovationer som är överkomliga för socioekonomiskt svagare konsumenter så att vi bibehåller % C&D konsumentbas
- 2 Leverera näring genom att utesluta transfetter och överträffa näringriktmärken gällande mättat fett och salt
- 3 Erbjud balanserad kost och utbildning till 100 miljoner barn
- 4 Göra det möjligt för 50 miljoner vuxna att minska risken för hjärtsjukdomar genom att erbjuda hälsosamma produkter i kombination med näringslära
- 5 Möjliggöra en aktiv livsstil och förbättrad hälsa för 50 miljoner vuxna

## Lyckligare Människor



### Mål

**Förbättra egenförsörjningen för 140 000 och nå ut till 5 miljoner kockar för att möjliggöra Generation Plant.**

- 1 Kämpa för social rörlighet och rättvisa genom en inkluderande verksamhet, inklusive en 50/50 könsfördelning
- 2 Upfielders är förespråkare för Upfield's Syfte och Strategi i våra samhällen – topp 25% eNPS
- 3 Utveckla Generation Plant i våra samhällen genom att Upfielders investerar 15 000 timmar årligen i volontärarbete
- 4 Förbättra försörjningen för 100 000 småbrukare och växtbaserade entreprenörer
- 5 Förbättra 40 000 kockars växtbaserade kompetens. Bygg ett nätverk av 5 miljoner växtbaserade kockar

## Bättre Planet



### Mål

**Bli bättre än Net Zero samt 95% plastfri! Att vi har banbrytande produkter som bevarar naturen.**

- 1 Bättre än Net Zero år 2050 (2030: Upfields verksamhet är koldioxidneutral och har minskat det totala fotavtrycket med 25%)
- 2 Kommunicera fördelen med växtbaserad mat genom att märka koldioxidutsläpp på 500 miljoner produktförpackningar senast 2025
- 3 Minska vår miljöpåverkan inklusive 50% minskning av avfall och noll avfall till deponi
- 4 Eliminera 95% av plastinnehållet i alla våra förpackningar
- 5 Ingen avskogning eller exploatering – 100% ansvarsfulla inköp senast 2025