

LOVE SUSTAINABILITY

Onze Weg Naar Een Duurzamere Toekomst



lovesustainability.com



Let's do this together

DE AARDE IS EEN COMPLEX EN GEVOELIG ECOSYSTEEM

Dat elk radertje nodig heeft, van bodembacteriën tot blauwe vinvissen. Maar dit ecosysteem heeft ook enorm te lijden onder onze handelsactiviteiten.

Wetenschappers besteden steeds meer aandacht aan het tempo waarin diersoorten uitsterven¹, onze oceanen zijn verzuurd door zure regen² en plastic deeltjes hebben inmiddels hun weg gevonden naar ons bloed³.



- ! De mensheid en de planeet staan voor een keerpunt, en we moeten nu actie ondernemen.
- We moeten eerlijk zijn over wat er met de planeet gebeurt en transparant zijn over onze impact op de planeet.
- Wij kunnen de generatie zijn die BKG-emissies aanpakt door meer bossen te planten⁴.
- Wij kunnen de maatschappelijk betrokken ondernemingen zijn die het startsein lossen voor een decennialang proces waarin we de manier waarop we natuurlijke hulpbronnen gebruiken, onze sectoren aandrijven en omgaan met ons afval radicaal veranderen.
- Wij kunnen de innovatieve pioniers zijn die onze oceanen, onze grond en onze lucht zuiveren van plastic en andere vervuiling.

Of we kunnen langs de zijlijn staan.

¹www.researchgate.net/profile/Nigel-Stork/publication/225546103_Re-assessing_current_extinction_rates/links/00b49525daa5bd1dba000000/Re-assessing-current-extinction-rates.pdf

²www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0025326X13003925 | ³www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160412022001258 | ⁴<https://ourworldindata.org/global-forest-transition>



In 2019 gaf **59% van de bedrijven** **aan intern** duurzaamheidsinitiatieven te hebben geïmplementeerd⁵.

DE **SMILIEUTECHNISCHE STAND** VAN ZAKEN BINNEN DE INDUSTRIE

Bedrijven staan onder druk vanuit klanten en personeel om zichtbaar duurzaam te zijn. Het gebrek aan transparantie en duidelijk afgebakende definities van duurzame werkwijzen leidt echter tot verwarring op de markt over wat nou echt duurzaam is. En die verwarring vormt een bron van frustratie voor zowel consumenten als ondernemingen.

Dat misschien geen enkel bedrijf ooit volledig duurzaam wordt, zullen we op de koop toe moeten nemen, maar we kunnen wel allemaal onze impact tot een minimum beperken en zo een bijdrage leveren.

Een duurzamere toekomst begint met transparantie over wat er nu gebeurt en hoe we nou echt het verschil kunnen maken.

We zitten middenin een klimaatcrisis⁶.

En dit raakt onze werknemers, onze klanten en onze families. Daarom is uit alle hoeken actie nodig, zowel vanuit burgers als vanuit bedrijven.



HOE KUNNEN BEDRIJVEN **HUN IMPACT MAXIMALISEREN?**

Duurzaamheid is een ingewikkeld en mogelijk frustrerend onderwerp.

Oxford Languages omschrijft duurzaamheid als “avoidance of the depletion of natural resources in order to maintain an ecological balance.” Met andere woorden: het ecologische evenwicht bewaren door onze natuurlijke hulpbronnen niet uit te putten. Maar onze industrie staat los van de natuur, en dat maakt het lastig om alles wat we gebruiken weer terug in de natuur te stoppen. Momenteel kan geen enkel bedrijf volledig duurzaam zijn. Misschien wel nooit. Maar bedrijven, en de mensen die er werken, willen dag in dag uit, maand na maand en jaar na jaar meer doen op het gebied van duurzaamheid.

Bedrijven die duurzame veranderingen willen doorvoeren, moeten hierbij wellicht rekening houden met uiteenlopende factoren. Het kan lastig zijn om nuttige en effectieve data te interpreteren. Daarbovenop hebben verschillende bedrijven, instellingen en marketeers verschillende definities voor brede begrippen als ‘duurzaam’. Ondertussen wijzen bewijs en overheidsonderzoek uit dat de vraag naar duurzame vaardigheden aanzienlijk is gegroeid en dat we de zichtbare vaardighedenkloof moeten aanpakken.

Bedrijven zouden zich moeten richten op het voortdurend verduurzamen van hun commerciële processen. Met hun expertise, operationele inzichten en gedeelde kennis moeten ze stapsgewijze verbeteringen doorvoeren. Dit zorgt ervoor dat eventuele veranderingen effect hebben en dat communicatie over duurzaamheid vanuit bedrijven duidelijk is voor klanten.

Momenteel heeft bijna 60% van de bedrijven intern een duurzaamheidsinitiatief geïmplementeerd, zij het door wetgevers, klanten, personeel of alle drie.

Maar als bedrijven één ding kunnen, dan is het wel stapsgewijs verbeteringen doorvoeren. En gezien de schaal waarop bedrijven actief zijn, kunnen ze een grotere impact creëren dan consumenten. Consumenten die thuis iets veranderen, zoals beginnen met afval scheiden of overstappen naar een duurzame energieleverancier, maken namelijk alleen hun eigen huishouden duurzamer.

Maar als een bedrijf diezelfde verandering doorvoert, heeft dit een veel breder effect. Zelfs kleine veranderingen creëren zo aanzienlijke duurzaamheidsverbeteringen voor het bedrijf zelf en voor zijn partners.

DE LOVE SUSTAINABILITY JOURNEY VAN RCP

Bij Rubbermaid Commercial Products LLC (RCP), onderdeel van Newell Brands Inc. (Newell), nemen we onze maatschappelijke betrokkenheid serieus, en daarmee ook duurzaamheid. RCP streeft ernaar duurzame en innovatieve oplossingen te creëren voor welk gebouw dan ook, met als doel om zo min mogelijk hulpbronnen van onze planeet te gebruiken.

De Love Sustainability Journey is de eerste stap in onze communicatie over onze koers richting een minimale milieu-impact. **Dit document laat zien hoeveel waarde wij hechten aan de waarden van Newell:**



OPRECHTHEID



TRANSPARANTIE



TEAMWERK



VERTROUWEN

En hoewel we vandaag nog niet alle antwoorden hebben,

zijn we goed op weg. Bovenop onze eigen vooruitgang en onze scholing, tools en producten die bedrijven helpen hun duurzaamheidsdoelstellingen te behalen, omschrijven we in de Journey onze inspanningen voor de planeet en voor onze partners.

WAT WILLEN WE BEREIKEN

MET ONZE WEG NAAR DUURZAAMHEID?

We zijn wereldwijd marktleider in het ontwerpen, maken en leveren van producten op het gebied van schoonmaak, hygiëne en afvalbeheer. Dit houdt in dat RCP aan beide kanten van het proces een aanzienlijke bijdrage moet leveren aan het milieu, namelijk door onze hulpbronnen te beschermen en verspilling te verminderen.

We maken producten die toonaangevend zijn in hun duurzaamheid. Producten die lang meegaan, voorkomen vervangingen, verspilling en het gebruik van hulpbronnen voor het maken van nieuwe producten. Door producten te gebruiken die lang meegaan, kunt u onmiddellijk uw milieu-impact minimaliseren.

Maar we kunnen nog meer doen.

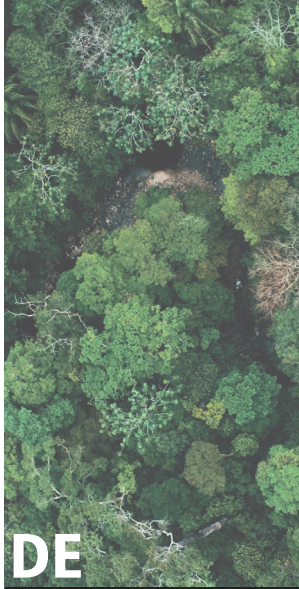
RCP omarmt de waarden van Newell en begint aan een nieuw hoofdstuk in zijn reis.

In het kader van dit proces proberen we niet alleen intern te veranderen, maar nemen we ook deel aan een gezamenlijke inspanning om bedrijven duurzamer te maken. Dit doen we aan de hand van producten, maar ook door middel van informatieve hulpbronnen en tools.

Wij zijn ervan overtuigd dat iedereen baat

HEEFT BIJ DUURZAMERE BEDRIJVEN.





DE **STEEVASTE BELOFTE VAN** **RCP AAN ZIJN KLANTEN**

“Wij willen klanten betrekken bij alles wat RCP op mondiale schaal doet om te garanderen dat we zo duurzaam mogelijk opereren. De Love Sustainability Journey is onze eerste stap in dit proces.

RCP ontwikkelt al van oudsher producten die lang meegaan. Dit betekent dat er minder nieuwe producten, transport en opslag nodig zijn dan bij alternatieve producten van mindere kwaliteit, die vaak moeten worden vervangen. En dat is allemaal beter voor de planeet. Maar we weten dat we als fabrikant nog verder moeten gaan.

Oprechtheid, transparantie, teamwerk en vertrouwen. Dat zijn de waarden van Newell Brands, en dat is precies waar we op weg naar een duurzamere toekomst naar streven.

Investeren in duurzame oplossingen is niet alleen de juiste optie, maar ook cruciaal om de levensvatbaarheid en langetermijnwaarde van onze middelen, onze werknemers, onze gemeenschappen en onze onderneming te garanderen.”



Mike McDermott

CEO, Commercial Group, Newell Brands

SAMEN STAAN WE STERK

RCP-

RAAMWERK EN -ROADMAP OP HET GEBIED VAN DUURZAAMHEID

We richten ons in onze reis op vijf gebieden:

**Producten, Certificering en innovatie, Verpakkingen,
Activiteiten en Cultuur en scholing.**



Producten en Certificering en innovatie

We hebben zes initiatieven op het gebied van duurzaam ontwerp (DSF) geïntroduceerd:



PRODUCTEN MET EEN LANGE LEVENSDUUR

Hoogwaardige producten die even goed functioneren als ze eruitzien, en dat jarenlang. **Beter kopen betekent minder afval.**



ORGANISATORISCHE EFFICIËNTIE

Ontwikkeld om de verspilling van grondstoffen in elke fase van de levenscyclus te minimaliseren of volledig te voorkomen, waaronder in het gebouw van de klant.



VERANTWOORDE MATERIAALKEUZES

Kiezen voor materialen die zo min mogelijk natuurlijke hulpbronnen vereisen en die op een verantwoorde manier zijn geproduceerd.



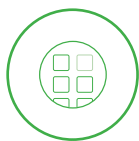
OVERWEGINGEN VOOR HET EINDE VAN DE LEVENSCYCLUS

Circulariteit bevorderen en ervoor zorgen dat een product aan het eind van zijn levensduur een minimale milieu-impact heeft. In EMEA is het bewezen dat onze recyclingsystemen het recyclingpercentage met 47% verhogen en 500 ton afval dat voorheen bij het restafval terecht kwam terug de circulaire economie in leiden.



HET AANBOD OPNIEUW VORMGEVEN

Andere manieren vinden om aan klantbehoeften te voldoen, en dat met minder milieu-impact.



MODULARITEIT EN COMPATIBILITEIT

Modulaire producten ontwerpen, zodat ze langer meegaan of een nieuw leven kunnen krijgen. Modulaire producten worden eerder gerepareerd of geüpgraded en hebben daardoor een langere levensduur. Ook zijn ze efficiënter te produceren en makkelijker te reviseren, herfabriceren of recylen.



Newell is al sinds 2019 lid van de **Sustainable Packaging Coalition**. Daarnaast heeft RCP de missie en visie van de organisatie omarmd, namelijk een wereld waarin verpakkingsmateriaal onder andere verantwoord ingekocht wordt, zo efficiënt mogelijk is geproduceerd en waar mogelijk met succes teruggewonnen wordt.

Verpakkingen

Op het gebied van verpakkingen passen we de DSF-initiatieven Organisatorische efficiëntie, Verantwoorde materiaalkeuzes en Overwegingen voor het einde van de levenscyclus toe.

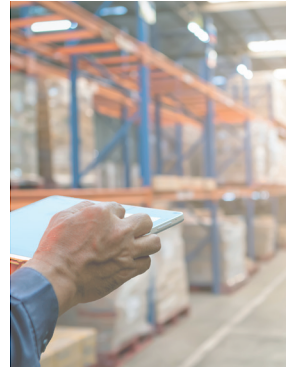
Materialen zorgvuldig uitkiezen en ernaar streven om zo min mogelijk materialen te gebruiken zonder aan kwaliteit te verliezen zijn essentiële onderdelen in onze aanpak rondom duurzame verpakkingen. Wanneer we kijken naar de materialen die we gebruiken, streven we ernaar om alleen de materialen te gebruiken die we nodig hebben, verantwoord in te kopen (bijv. kijken naar investeringen in gerecycled plastic en duurzame vezels) en ervoor te zorgen dat onze verpakkingen een tweede leven krijgen of aan het eind van hun levenscyclus terug de circulaire economie in gaan.



Activiteiten

Om onze milieu-impact verder terug te brengen focust Newell zich op kansen om onze locaties energie-efficiënter te maken en investeren we voor het eerst in oplossingen op het gebied van hernieuwbare energie. Zo verkent RCP op dit moment oplossingen op het gebied van hernieuwbare energie voor een aantal van onze productielocaties in Europa.

Het doel van onze inspanningen rondom maatschappelijke naleving is om op een verantwoorde manier in te kopen, namelijk van leveranciers die de Gedragscode voor leveranciers van Newell omarmen, en tegelijkertijd de tevredenheid onder klanten en eindgebruikers te verhogen.



Cultuur

We streven ernaar een aantrekkelijke werkgever te zijn en een geweldige werkplek te creëren waarin mensen kunnen groeien en het naar hun zin hebben. We investeren in onze werknemers, we creëren een omgeving die transparantie en communicatie stimuleert en we kweken een cultuur waarin diversiteit en inclusiviteit als noodzakelijk gezien worden.

We willen onze koers en duurzaamheidsdoelstellingen voor al onze medewerkers duidelijk maken. Dit proces begint al vanaf het sollicitatiegesprek en de inwerkprocedure.



Scholing

Door middel van gelokaliseerde, relevante en toonaangevende inzichten, content en programma's over duurzaamheid wil RCP zijn werknemers, distributiepartners en eindgebruikers voorlichten en trainen op het gebied van duurzaamheid in het algemeen en onze duurzaamheidsinitiatieven.

Recente voorbeelden hiervan zijn Love Recycling in EMEA, Reciclemos Juntos (Laten we samen recycelen) in Latijns-Amerika, SmartApp en SmartClean in APAC en Frontline Heroes in Noord-Amerika.

Samenwerken met al onze belangrijkste belanghebbenden, maar ook vooral met onze klanten wereldwijd, is de sleutel tot een succesvolle Love Sustainability Journey. Nu de aarde ons hard nodig heeft, moeten we de koppen bij elkaar steken.






¹²Our Vendor Code of Conduct establishes the standard of conduct we expect from our suppliers in several areas, including human rights, labor, environmental compliance, and management practices. In addition, our Responsible Sourcing Manual provides detailed, technical specifications for factory standards, as well as corrective actions suppliers can take should they fail to meet those standards. We are constantly updating and evolving our standards and our Vendor Code of Conduct to keep pace with emerging issues, regulations, and customer expectations. In 2021, we updated our Vendor Code of Conduct to solidify our position on zero-tolerance issues, and to incorporate our expectations that suppliers do not charge recruitment fees to workers.

DE DOELEN VAN DE

LOVE SUSTAINABILITY JOURNEY VAN RCP

Rubbermaid Commercial Products is een van Newells toonaangevende merken en heeft de doelen rondom maatschappelijke betrokkenheid omarmd, die omschreven staan in het in maart 2022 gepubliceerde 2021 Corporate Citizenship Report (hieronder afgebeeld). Ook belooft RCP doelen rondom zijn productportfolio en de bijbehorende werkzaamheden, verpakkingsmaterialen en certificeringen te ontwikkelen en monitoren. We delen deze doelen gedurende de komende vijf jaar in het kader van onze Journey-nieuwsberichten.

 DOEL	 DOELJAAR	 VOORUITGANG IN 2021
PRODUCTEN EN CERTIFICERING EN INNOVATIE		
In elke nieuwe productinnovatie staat minstens één van de zes duurzaamheidsstrategieën centraal.	2022	LOPEND
PACKAGING		
Al het papieren verpakkingsmateriaal dat we direct inkopen verkrijgen uit gecertificeerde, gecontroleerde of gerecyclede bronnen.	2025	90% IN NOORD-AMERIKA
Stoppen met het gebruik van polyvinylchloride (PVC) en geëxpandeerd polystyreen (EPS) in verpakkingsmaterialen.	2025	NIEUW DOEL
Minstens 20% aan gerecycled materiaal verwerken in plastic verpakkingen voor de goederen die Newell produceert.	2025	NIEUW DOEL
ACTIVITEITEN		
BKG-emissies binnen scope 1 en 2 met 30% verlagen (referentiepunt: 2016).	2025	28%
De hoeveelheid afval die we naar stortplaatsen sturen met 90% terugbrengen door ons huidige afvalbeheer effectief te monitoren en RCP-recycleoplossingen te blijven implementeren in onze gebouwen.	2025	58%
30% van de elektriciteit die Newell gebruikt voor de productie vervangen door duurzaam opgewekte stroom.	2030	8%
Ons mondiale portfolio op alle productie-, distributie-, opslag- en kantoorlocaties CO2-neutraal maken (wat betreft scope 1- en scope 2-emissies).	2040	NIEUW DOEL
CULTUUR		
Elk jaar stellen we een verslag op waarin we de nieuwste ontwikkelingen en onze vooruitgang ten opzichte van onze doelen uiteenzetten.	2023	EERSTE JAARVERSLAG: 2023
SCHOLING		
We communiceren op een eerlijke en transparante manier. We zullen NOOIT aan greenwashing doen.	2022	LOPEND



lovesustainability.com



Let's do this together