



Communiqué de presse – septembre 2020

Unilever va éliminer les combustibles fossiles présents dans ses produits d'entretien d'ici 2030 dans le cadre d'un investissement *Clean Future* de 1 milliard d'euros

- Ce milliard d'euros permettra, d'ici 2030, l'abandon complet des produits chimiques dérivés de combustibles fossiles dans les produits d'entretien et de nettoyage d'Unilever, tout en trouvant de nouvelles manières de réduire leur empreinte carbone.
- Cet investissement financera la recherche, le développement et l'innovation dans la chimie circulaire des produits d'entretien à travers le monde.
- Unilever invite les autres entreprises à adopter sa nouvelle approche, « Carbon Rainbow », en vue d'assurer la transition vers des sources de carbone renouvelables et recyclées issues des plantes, de l'air, des mers et des déchets.

Londres/Rotterdam, le 2 septembre 2020. Unilever, l'un des principaux fabricants de produits d'entretien et de nettoyage, annonce son ambition de remplacer 100 % du carbone issu de combustibles d'origine fossile contenu dans ses produits d'entretien et de nettoyage par du carbone renouvelable ou recyclé. Cette initiative va transformer la durabilité de marques mondialement connues telles que Omo, Persil, Skip, Cif et Domestos.

C'est tout l'enjeu de « *Clean Future* », le plan d'innovation révolutionnaire conçu par le département *Home Care* d'Unilever dans le but de changer fondamentalement la manière dont ses produits d'entretien et de nettoyage, parmi les plus renommés au monde, sont conçus, fabriqués et conditionnés. *Clean Future* est unique en son genre dans son intention d'intégrer les principes de l'économie circulaire à la fois dans le conditionnement et la composition des produits à l'échelle de marques mondiales afin de réduire leur empreinte carbone.

La plupart des produits d'entretien et de nettoyage actuels contiennent des substances chimiques fabriquées à partir de matières premières d'origine fossile, une source de carbone non renouvelable. Le passage par Unilever à des sources de carbone renouvelables ou recyclées pour ces produits chimiques est une initiative délibérée visant à abandonner l'économie reposant sur les énergies fossiles. Première initiative de cette ampleur, *Clean Future* est une étape essentielle dans l'engagement d'Unilever d'atteindre le niveau zéro émissions pour ses produits d'ici 2039.

Les produits chimiques entrant dans les produits d'entretien et de nettoyage d'Unilever représentent la plus grande part (46 %) de leur empreinte carbone durant leur cycle de vie. Par conséquent, en abandonnant les produits chimiques d'origine fossile présents dans la composition de ses produits, l'entreprise trouvera de nouvelles méthodes pour réduire l'empreinte carbone de certaines des plus grandes marques mondiales de produits d'entretien et de nettoyage. Unilever



estime qu'à elle seule, cette initiative réduira l'empreinte carbone de la composition des produits jusqu'à 20 %.

Peter ter Kulve, président du département *Home Care* d'Unilever, explique : « **Clean Future** est notre vision pour revoir radicalement nos activités. En tant qu'entreprise, nous devons mettre fin à notre dépendance vis-à-vis des combustibles d'origine fossile, y compris en tant que matières premières pour nos produits. Nous devons cesser d'extraire le carbone du sous-sol alors qu'il est présent en abondance à la surface et au-dessus de celui-ci, si nous apprenons à l'exploiter à grande échelle. »
« Nous avons constaté une demande sans précédent pour nos produits d'entretien ces derniers mois, et nous sommes extrêmement fiers d'assumer notre part, en contribuant à la sécurité de la population dans la lutte contre le Covid-19. Cela ne doit toutefois pas être un motif de complaisance. Nous ne pouvons pas nous laisser distraire de la crise environnementale à laquelle notre monde – nos lieux de vie – est confronté. Pollution. Destruction des habitats naturels. L'urgence climatique. Ce monde, nous le partageons et nous avons la responsabilité de le protéger. »

Yannick Le Coz, directeur Homecare Unilever France : « En France, nous avons reformulé la référence incontournable du marché des sprays, CIF Cuisine & Salle de bains, pour offrir aux consommateurs un produit efficace au quotidien et plus respectueux. Testé dermatologiquement et certifié ECOLABEL grâce à une réduction des conservateurs de plus de 90 % et à un nouveau parfum d'origine naturelle et biodégradable, pour un impact réduit sur l'environnement. Autre exemple, Skip, notre marque n° 2 sur le marché français de la lessive et qui touche chaque année 20 % des foyers, intègre dans ses formules de capsules et liquides standard des ingrédients actifs d'origine végétale, biodégradables, le tout dans des emballages 100 % recyclables. »

Unilever va consacrer 1 milliard d'euros à *Clean Future* pour financer la recherche biotechnologique, l'exploitation du CO² et des déchets ainsi que la chimie à faible teneur en carbone, ce qui permettra l'abandon des produits chimiques d'origine fossile. Cet investissement servira également à créer des produits biodégradables et économes en eau, à réduire de moitié l'utilisation de plastique à usage unique d'ici 2025 et à soutenir le développement de campagnes d'information consommateurs. L'investissement « *Clean Future* », qui s'ajoute au nouveau [« Fonds Climat et Nature »](#) de 1 milliard d'euros d'Unilever, est axé sur la création de produits d'entretien et de nettoyage abordables garantissant une propreté inégalée tout en ayant une empreinte environnementale nettement réduite.

Clean Future soutient déjà des projets à la pointe dans le monde afin de transformer la manière dont les produits chimiques des produits d'entretien et de nettoyage d'Unilever sont fabriqués. En Slovaquie, par exemple, Unilever travaille en partenariat avec le leader du secteur des biotechnologies, Evonik Industries, pour développer la production de rhamnolipides, agents tensioactifs renouvelables et biodégradables déjà utilisés dans son produit de vaisselle Sunlight au Chili et au Vietnam. À Tuticorin, dans le sud de l'Inde, Unilever s'approvisionne en carbonate de soude – un ingrédient pour les lessives – obtenu grâce à une technologie de pointe de captation de CO². Le carbonate de soude est produit à partir des rejets de CO² issu de l'énergie consommée dans le processus de production. Il est attendu que ces deux technologies soient considérablement développées dans le cadre de ce programme.

L'arc-en-ciel du carbone (*Carbon Rainbow*)

Au cœur de l'initiative *Clean Future*, le « *Carbon Rainbow* » d'Unilever, une approche inédite visant à diversifier le type de carbone utilisé dans la composition de ses produits. Non renouvelable, le carbone d'origine fossile (identifié dans le *Carbon Rainbow* comme le carbone noir) sera remplacé par l'utilisation de CO² capté (le carbone violet), de plantes et de sources biologiques (le carbone vert), de sources maritimes comme les algues (le carbone bleu), et de carbone obtenu à partir de déchets (le carbone gris). L'approvisionnement en carbone dans le cadre du *Carbon Rainbow* sera régi et guidé par des évaluations d'impacts environnementaux en concertation avec les programmes industriels de pointe d'approvisionnement durable d'Unilever afin d'éviter toute pression involontaire sur les écosystèmes.

Tanya Steele, directrice générale de WWF au Royaume-Uni, déclare : « *Le monde doit passer des combustibles fossiles aux ressources renouvelables qui réduisent la pression sur nos écosystèmes fragiles et qui contribuent à la restauration de la nature. Les engagements significatifs d'Unilever, combinés à un approvisionnement durable fort, constituent un potentiel réel pour apporter une contribution à la transition vers une économie qui s'accomplit en accord avec la nature, et non contre elle.* »

Peter ter Kulve, président du département Home Care d'Unilever, conclut : « *Une nouvelle bioéconomie est en train de naître des cendres des combustibles d'origine fossile. « Nous avons entendu à maintes reprises que les consommateurs veulent plus de produits abordables et durables, tout aussi performants que les produits classiques. Les progrès rapides de la science et de la technologie nous permettent de satisfaire cette exigence avec des produits aux bénéfices inédits et prometteurs pour leurs utilisateurs, des ingrédients ultradouls jusqu'aux vêtements et aux surfaces autonettoyants.* »

« *Diversifier les sources de carbone est essentiel pour une croissance respectueuse des limites de notre planète. Nos fournisseurs et nos partenaires d'innovation jouent un rôle essentiel dans cette transition. En partageant notre modèle Carbon Rainbow™, nous en appelons à une refonte de toute l'économie quant à la manière dont nous utilisons tous le carbone.* »

FIN

Contacts :

Sophie Jayet

Communication & External Relations Director Unilever France

Sophie.jayet@unilever.com

Relations médias & influence Unilever France

FHCOM frederic.henry@fhcom.net

01.55.34.24.24 mobile 06 20 83 23 73

Les consommateurs, les entreprises et leurs partenaires au service d'un *Clean Future*

Rendez-vous sur le [site Web Clean Future](#) pour en savoir plus sur l'approche *Carbon Rainbow*, l'initiative *Clean Future* et les projets financés par Unilever.

Unilever fait partie des membres fondateurs du Conseil consultatif de la Renewable Carbon Initiative (RCI), coalition naissance issue du Nova Institute qui vise à introduire le carbone renouvelable sur la scène politique, ainsi qu'à développer et à mettre en œuvre un avenir durable pour l'industrie chimique et du plastique. Si votre entreprise est désireuse d'en savoir plus, rendez-vous sur le [site Web du Nova Institute](#).



Si vous avez une idée d'innovation, de solution ou d'opportunité de partenariat avec Unilever permettant d'accélérer son programme *Clean Future*, prenez contact sur le [portail Sustainability Partnerships and Open Innovation](#) de la société.

Engagements existants d'Unilever pour un développement durable

L'objectif de remplacer à 100 % le carbone de combustibles d'origine fossile des composants d'Unilever *Home Care* par du carbone renouvelable ou circulaire d'ici 2030 s'appuie sur les engagements actuels d'Unilever dans le domaine de l'environnement :

1. Réduire à zéro les émissions nettes de carbone de tous ses produits, de bout en bout, d'ici 2039
2. Diminuer de moitié les effets des émissions de gaz à effet de serre (GES) de ses produits tout au long de leur cycle de vie d'ici 2030
3. Réduire les émissions de gaz à effet de serre générées par les transports d'ici 2030
4. Viser à rendre tous ses produits biodégradables d'ici 2030
5. Réaliser l'objectif d'une chaîne d'approvisionnement sans déforestation à l'horizon 2023
6. Réduire de moitié l'utilisation de plastique à usage unique, collecter et traiter davantage de plastique que la société n'en vend et s'assurer que tous ses emballages plastiques sont réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025 ; enfin, utiliser au moins 25 % de plastique recyclé dans ses emballages, également d'ici 2025.

Carbone renouvelable et recyclé

Le carbone renouvelable et recyclé englobe toutes les sources de carbone qui remplacent le carbone d'origine fossile de la géosphère. Le carbone renouvelable peut provenir de la biosphère et de l'atmosphère. Le carbone recyclé provient de la technosphère. Le carbone renouvelable et recyclé circule entre la biosphère, l'atmosphère et la technosphère, créant ainsi une économie circulaire.

L'arc-en-ciel du carbone (*Carbon Rainbow*) en pratique

Le programme *Clean Future* finance déjà la recherche et le développement dans des projets tels que :

- Le carbone violet (captation du carbone pour produire du carbonate de soude et d'autres produits chimiques)
- Le carbone vert (rhamnolipides tensioactifs dérivés de la biomasse terrestre)
- Le carbone gris (agent tensioactif dérivé des déchets de plastique)
- Biodégradabilité (polymères d'entretien biodégradables)
- Les formules faiblement carbonées (ingrédients au rapport poids-efficacité optimisé)

À propos d'Unilever

Unilever est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de produits de soins corporels, d'entretien ménager et alimentaires. Le groupe est présent dans plus de 190 pays et dessert plus de 2,5 milliards de clients par jour. L'entreprise compte 150 000 employés et a généré 52 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2019.

L'entreprise exerce plus de la moitié de son activité sur des marchés en développement ou émergents.

Unilever, ce sont plus de 400 marques présentes dans les foyers du monde entier, notamment Dove, Knorr, Dirt Is Good, Rexona, Hellmann's, Lipton, Wall's, Lux, Magnum, Axe, Sunsilk et Surf.

Le Plan Unilever pour un mode de vie durable sous-tend la stratégie de l'entreprise qui s'engage à :

- Aider plus d'un milliard de personnes à agir pour améliorer leur santé et leur bien-être d'ici 2020.
- Réduire de moitié l'empreinte écologique de nos produits d'ici 2030.
- Améliorer les conditions de vie de millions de personnes d'ici 2020

Le Plan Unilever pour un mode de vie durable crée de la valeur en favorisant la croissance et la confiance, en éliminant les coûts et en réduisant les risques. En 2019, les marques de la société axées sur le développement durable ont représenté 78 % de sa croissance totale et 75 % de son chiffre d'affaires.

Depuis 2010, le Plan Unilever pour un mode de vie durable aide plus de 1 milliard de personnes à améliorer leur santé et leur bien-être, à diviser par deux notre empreinte écologique et à améliorer les conditions de vie de millions de personnes tout en développant notre activité. Nous avons accompli des progrès importants et nous continuons à poursuivre notre objectif : en 2019, nous nous engageons à ce que tous nos emballages en plastique soient entièrement réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025. Il reste encore beaucoup de chemin à parcourir. Cependant, nous sommes fiers d'avoir été reconnus en 2019 comme le leader de notre secteur d'activité dans le Dow Jones Sustainability Index (indice Dow Jones du développement durable) et en 2020, pour la dixième année consécutive, comme la société la mieux classée de l'enquête GlobeScan/SustainAbility relative aux leaders du développement durable.

Pour obtenir plus d'informations sur Unilever et ses marques, rendez-vous sur www.unilever.com.

Pour obtenir plus d'informations sur le Plan Unilever pour un mode de vie durable :

www.unilever.com/sustainable-living

– FIN –