



Dove introduceert flessen van 100% gerecycled plastic en plasticvrije verpakkingen voor haar beauty zeep



Dove kondigt nieuwe initiatieven aan waardoor het gebruik van nieuw plastic met meer dan 20.000 ton per jaar terug wordt teruggedrongen:

- Dove maakt wereldwijd alle verpakkingen van haar iconische beauty zeep plasticvrij
- Dove lanceert nieuwe flessen gemaakt van 100% gerecycled plastic
- Dove start testen met nieuwe navulbare deodorant, om het gebruik van plastic verpakkingen sterk te verminderen

Maandag 21 oktober 2019 - Vandaag maakt Dove, een van de grootste beautymerken ter wereld, **nieuwe initiatieven en impactcijfers** bekend om in de wereldwijde cosmetica-sector de transitie naar een circulaire economie voor verpakkingen te versnellen. Vanwege de omvang van het merk Dove behoren de initiatieven tot de grootste in de gehele cosmetica-sector. Dove realiseert **structurele impact**, doordat het **gebruik van nieuw plastic met meer dan 20.000 ton per jaar** wordt gereduceerd. De jaarlijkse **besparing staat gelijk aan 2,7 keer de aarde te omcirkelen**.¹ Het merk heeft gekozen voor lange-termijn aanpassingen, in plaats van eenmalige initiatieven om daardoor structurele duurzame impact te garanderen. Dove heeft zich ten doel gesteld om **voorop te lopen in de transitie naar een circulaire economie voor plastic** en als merk positieve verandering in gang te zetten binnen de beauty-sector en de gehele waardeketen. **Samen met de initiatieven roept Dove op om samen versneld het tij te keren** en het wereldwijde plasticprobleem op te lossen door gezamenlijke actie van overheden, wetenschap, maatschappelijke organisaties, consumenten en bedrijven.

1. Het equivalentiecijfer voor de hoeveelheid nieuwe plastic flessen die Dove zal besparen wordt berekend op basis van 473ml flessen die met de uiteinden tegen elkaar liggen.

Plastic vormt momenteel een van de grootste uitdagingen wereldwijd voor het milieu, de oorzaak is een lineair consumptiemodel waarbij plastic eenmalig gebruikt wordt. Om bij te dragen aan de oplossing willen we naar een circulaire economie voor plastic, waarin plastic wordt hergebruikt en gerecycled. Dove versnelt met haar acties de transitie volgens het principe GEEN, MINDER en BETER PLASTIC:

1. GEEN PLASTIC:

Dove zet de toon voor de rest van de industrie met toonaangevende innovaties – waarbij het gebruik van nieuw plastic waar mogelijk wordt geminimaliseerd door het gebruik van alternatieve materialen en nieuwe verpakkingen. Volgend jaar worden de verpakkingen van haar bekende beauty zeep wereldwijd plasticvrij,² en er zijn ontwikkelingen gaande om de plastic wikkel van de multipacks van de beauty zeep te vervangen.



2. BETER PLASTIC:

Dove investeert in gerecyclede plastics om het gebruik van nieuw plastic te verminderen en ondersteunt daarmee de transitie naar een circulaire economie voor plastic. Onderdeel is de bekendmaking dat Dove eind 2019 in Noord-Amerika en Europa zal starten met de lancering van **nieuwe 100% gerecyclede plastic (PCR) flessen**, waar technisch mogelijk. Dit geldt voor alle productlijnen: Dove, Dove Men+Care en Baby Dove.² Waar gerecycled plastic nog niet technisch haalbaar is, zoals voor doppen en pompjes, zoekt Dove naar alternatieve oplossingen.

3. MINDER PLASTIC:



Dove zal bij haar nieuwe herbruikbare, navulbare, roestvrijstalen deodorantsticks gebruik maken van **de technologie: minim™**. De innovatieve technologie minimaliseert afval door de benodigde hoeveelheid plastic drastisch te verminderen. De introductiedatum wordt zo spoedig mogelijk bevestigd. De werkzaamheden zijn reeds in volle gang. minim™ zal als pilot op de markt worden geïntroduceerd als onderdeel van het LOOP™ initiatief: een uniek systeem met minimale afvalproductie, waarbij producten rechtstreeks aan de consument worden verkocht.

Met een combinatie van alternatieve verpakkingsmaterialen, gerecycled plastic en investeringen in navultechnologie stuurt Dove een beweging aan die een nieuwe waarde voor plastic creëert en het volume aan plastic verpakkingen die zij produceert, terugdringt.

Met de aankondigingen geeft Dove invulling aan de recente additionele commitments van Unilever op het gebied van plastic:

- **De hoeveelheid nieuw plastic in verpakkingen met 50% reduceren tegen 2025**
- **Meer plastic inzamelen en verwerken dan Unilever zelf op de markt brengt, eveneens tegen 2025.**

². De inproductienaam is afhankelijk van ontwikkelingstestresultaten.

De initiatieven van Dove bouwen ook voort op de lange traditie van Unilever en Dove op het gebied van het verduurzamen, incl. toonaangevende op het gebied van verpakkingen. Zo heeft Dove de afgelopen tien jaar alternatieve oplossingen gevonden voor het gebruik van meer dan 10.000 ton aan nieuw plastic en is Unilever hoofdpartner van 'The New Plastic Economy', een initiatief van de *Ellen MacArthur Foundation*.

Sander Defruyt, New Plastics Economy Lead van de Ellen MacArthur Foundation:

"Met beter recyclen alleen lossen we het huidige plasticprobleem niet op. We moeten plastic afval bij de bron aanpakken. Dit betekent dat we de plastic producten die we niet nodig hebben, moeten uitbannen en het plastic dat we wel nodig hebben, moeten innoveren, zodat dat herbruikbaar, recyclebaar of composteerbaar is. We moeten ook al het plastic dat we gebruiken, circuleren, via hergebruik of door het te recyclen voor nieuwe producten en verpakkingen. We moeten nu actie ondernemen, op alle fronten tegelijkertijd. Daarom juichen we de bekendmaking van Dove toe. Dove zet belangrijke stappen om het gebruik van nieuw plastic te beperken en draagt bij aan een snellere overstap wereldwijd naar een circulaire economie voor plastic."

Marcela Melero, Vice President van Dove Global Skin Cleansing:

"Bij Dove geloven we in verzorging die een stap verder gaat: voor onze consumenten, maar ook voor onze planeet. Wij zijn vastbesloten om een van de merken te zijn die de grootste impact tegen plastic afval heeft. We weten dat we niet perfect zijn, maar we kunnen het ons niet veroorloven om af te wachten. We werken eraan om zo snel mogelijk een zo groot mogelijke impact te maken, en we moedigen anderen aan om hetzelfde te doen."

Richard Slater, Chief R&D Officer van Unilever:

"Bij Dove zijn we er trots op dat we meer dan 100 initiatieven over de hele wereld hebben lopen die gericht zijn op het aanpakken van plastic afval. Maar als een van de grootste beauty-merken ter wereld hebben we de verantwoordelijkheid om onze vooruitgang te versnellen. De aankondigingen van vandaag zijn een belangrijke stap in ons werk om de manier waarop we plastic verpakkingen produceren, gebruiken en afvoeren te veranderen. Met deze stap willen we de wereldwijde recyclingindustrie ertoe aanzetten om meer afvalplastic in te zamelen en meer gerecycled plastic beschikbaar te stellen voor gebruik."

Over Dove

Dove ging in 1957 in de VS van start met de lancering van de beauty zeep, met de gepatenteerde mix van milde reinigende bestanddelen en ¼ hydraterende crème. Bij Dove heeft hydratatie altijd centraal gestaan, en door haar beloften waar te maken is Dove uitgegroeid naar een van 's werelds meest geliefde beautymerken. Vrouwen zijn altijd onze inspiratie geweest en al sinds het begin zetten we ons in voor de allerbeste verzorging voor alle vrouwen. In onze campagnes streven we ernaar om echte schoonheid een platform te geven. Dove gelooft in de schoonheid van elke persoon.

Die schoonheid moet een bron van inspiratie en zelfvertrouwen zijn, en niet een reden voor onzekerheid. De missie van Dove is om vrouwen overal ter wereld te inspireren om een positieve relatie te ontwikkelen met hun uiterlijk en om het beste uit zichzelf te halen.

Al 60 jaar zet Dove zich ervoor in om de beperkte definitie van schoonheid te verbreden. Met de 'Dove Real Beauty Pledge' verklaart Dove om:

1. Vrouwen in al hun diversiteit eerlijk en met respect af te beelden. We laten vrouwen zien van verschillende leeftijden, typen, stijlen, maten, etnische achtergronden en met verschillende haarkleuren.
2. We beelden vrouwen af zoals ze in het echt zijn, zonder beeldmanipulatie, en alle beelden zijn goedgekeurd door de vrouwen zelf.
3. Via het Dove Self-Esteem Project jongeren te helpen met het creëren van een positief zelfbeeld en het zelfvertrouwen te vergroten.

Over Unilever

Unilever is een van 's werelds belangrijkste leveranciers van voedingsmiddelen, frisdranken en producten voor huishoudelijke en persoonlijke verzorging, die in meer dan 190 landen worden verkocht en dagelijks rond de 2,5 miljard consumenten bereiken. Het bedrijf heeft wereldwijd 155.000 medewerkers in dienst en behaalde in 2018 een jaaromzet van € 51 miljard. Meer dan de helft (60%) van onze verkopen realiseren we in opkomende markten. Unilever heeft meer dan 400 merken die door mensen over de hele wereld worden gebruikt, zoals Persil, Dove, Knorr, Domestos, Rexona, Hellman's, Lipton, Ola, Ben & Jerry's, Magnum en Axe.

Het Unilever Sustainable Living Plan (USLP) ligt aan de basis van onze strategie en middels dit USLP willen wij:

- Tegen 2020 meer dan één miljard mensen helpen in actie te komen om hun gezondheid en welzijn te verbeteren.
- De milieu-impact van onze producten halveren tegen 2030.
- Het bestaan van miljoenen mensen verbeteren tegen 2020.

Het USLP voegt waarde toe door groei en vertrouwen te bevorderen, kosten te elimineren en risico's te verkleinen. Onze Sustainable Living merken groeien 69% sneller dan de rest van het bedrijf ten opzichte van 46% in 2017.

Sinds 2010 hebben we via het Unilever Sustainable Living Plan actie ondernomen om meer dan één miljard mensen te helpen hun gezondheid en welzijn te verbeteren, onze milieu-impact te halveren en het bestaan van miljoenen mensen te verbeteren terwijl we als bedrijf verder groeien. We hebben al aanzienlijke vooruitgang geboekt en we blijven onze ambitie verbreden. Recent heeft Unilever toegezegd dat 100% van haar plastic verpakkingen volledig herbruikbaar, recyclebaar of composteerbaar zijn tegen 2025. Hoewel we nog meer willen realiseren zijn we trots op het feit dat we in 2018 als sectorleider werden erkend in de Dow Jones Sustainability Index en voor het achtste achtereenvolgende jaar voert Unilever de lijst van Global Corporate Sustainability Leaders aan in de jaarlijkse GlobeScan/SustainAbility Global Corporate Sustainability Leaders enquête.

Meer informatie over Unilever en haar merken is te vinden op www.unilever.com.

Voor meer informatie over het USLP: www.unilever.com/sustainable-living/.

Instagram: @dove

Twitter: @dove

#CareThatGoesFurther #PlasticFree #FightPlastic #Sustliving

Noot voor redactie (niet voor publicatie)

Neem voor meer informatie contact op met:

Amélie Waterschoot

amelie@oona.be

+32 (0) 495 79 08 61