



COMUNICATO STAMPA

Solo riso italiano da agricoltura sostenibile per Knorr

- *Il 92% delle materie prime vegetali utilizzate per i prodotti Knorr proviene da Agricoltura Sostenibile*
- *Ci sono 45 Landmark Farm Knorr nel mondo: ben 2 di queste realtà virtuose si trovano in Italia*

Pavia, 7 giugno 2016 – Unilever si impegna a supporto delle pratiche agricole sostenibili attraverso il Knorr Partnership Fund, il programma che dal 2010 ha messo a disposizione un milione di Euro l'anno per gli agricoltori che si ispirano alle linee guida del *Codice di Agricoltura Sostenibile* di Unilever. Tra le realtà che hanno abbracciato la filosofia di Knorr, uno dei principali brand di Unilever, anche **l'Azienda Agricola Buffa Pierantonio di Robbio (PV), premiata oggi con il titolo di Knorr Landmark Farm** per il suo impegno nel sostentamento delle piantagioni, nella protezione della terra e della biodiversità. Questo riconoscimento, infatti, certifica le eccellenze mondiali in grado di rispettare in modo esemplare i requisiti di sostenibilità ambientale, economica e sociale di Unilever tra le aziende agricole che diventano fornitori di materie prime.

Uno degli obiettivi previsti dallo *Unilever Sustainable Living Plan*, il piano di crescita sostenibile dell'azienda, è infatti quello di arrivare ad **utilizzare materie prime 100% da Agricoltura Sostenibile entro il 2020**. In quest'ottica, grazie a strumenti come il fondo messo a disposizione da Knorr, Unilever vuole incentivare sempre più aziende, italiane e non, ad abbracciare la sostenibilità, nella convinzione che questo approccio abbia un effetto positivo su tutti i livelli. *“Siamo già ad un ottimo punto nella realizzazione del nostro impegno, ma la sfida rimane quella di far comprendere i vantaggi reali che la sostenibilità ha sulle aziende, sulle comunità, sull'ambiente e sui consumatori. - ha spiegato Angelo Trocchia, Presidente e AD di Unilever Italia - L'Italia è uno straordinario ambasciatore di eccellenze agroalimentari, e il nostro compito è quello di renderle anche sostenibili. Unilever ha da tempo riconosciuto all'Italia tale peculiarità dimostrando che esiste uno spazio in cui anche realtà come la nostra possono legarsi alle realtà agricole più locali. Il nostro Paese, in particolare, è l'unico al mondo a produrre riso sostenibile per Unilever e, pertanto, continuiamo a investire, in questo settore come in altri, per far sì che sempre più agricoltori italiani adottino pratiche sostenibili divenendo veri e propri imprenditori. Trovo che questa sia un'occasione unica per il nostro Paese e penso che realtà come la nostra possano offrire la propria esperienza per facilitare un processo di conversione del sistema agricolo italiano in un sistema sostenibile che sappia conquistarsi per primo uno spazio nel mercato internazionale: la chiave è la collaborazione con i governi, le ONG e la società affinché, davvero, si possano guardare gli esempi più virtuosi e implementarli, insieme, su larga scala”*.

Sono quasi **20.000 le aziende** in tutto il mondo che rientrano nel *Programma di Agricoltura Sostenibile* Knorr e **45 di esse hanno anche ottenuto il titolo di Knorr Landmark Farm**, essendosi distinte per pratiche di agricoltura che vanno anche oltre gli standard del *Codice di Agricoltura Sostenibile*¹. In Italia, di queste

¹ Il *Codice di Agricoltura Sostenibile* è stato ideato da Unilever in assenza di un codice di agricoltura sostenibile condiviso

eccellenze mondiali ce ne sono ben due: il Consorzio Interregionale Ortofrutticoli e, da oggi, l'Azienda Agricola Buffa Pierantonio. L'azienda, infatti, ha intrapreso nel 2013 un percorso di avvicinamento verso le pratiche agronomiche per la lotta integrata (Direttiva 2009/128/CE) quali il mantenimento dell'agrosistema naturale e la pratica della semina in asciutta. Dalla fine del 2014, poi, anche grazie al finanziamento a fondo perduto ricevuto da Unilever, ha potuto implementare pratiche a salvaguardia della biodiversità. *“Da quando abbiamo abbracciato alcune nuove tecniche quali l'allagamento invernale delle risaie, la gestione del verde sugli argini e i solchi tracciati all'interno delle risaie stesse – spiega **Pierantonio Buffa, Proprietario** dell'omonima azienda – **abbiamo potuto ripristinare un'area ecologica a difesa della biodiversità, diventata anche osservatorio LIPU (Lega Italiana Protezione Uccelli). Grazie a queste pratiche, sono tornate in questa zona alcune specie di animali che mancavano da molto, come l'Ibis Sacro, la Gazzetta, il Cavaliere d'Italia e la Cicogna”.***

In considerazione del fatto che entro il 2050 la popolazione mondiale raggiungerà quota 9 miliardi e che, quindi, la richiesta di cibo incrementerà del 50%, **la sostenibilità ambientale è ormai un imperativo di business** per garantire risorse di cibo sufficienti alle future generazioni. Ma non solo: essa è diventata anche una **priorità per i consumatori di tutto il mondo**. Secondo un recente studio condotto proprio da Knorr², gli europei ritengono che le pratiche di agricoltura sostenibile siano importanti, tanto che **l'86% dichiara che sia importante coltivare la terra con pratiche sostenibili che consentano anche alle future generazioni di trarne beneficio**. Il rispetto per la terra e per i cicli naturali, poi, non influisce solo sull'ambiente e il territorio, ma anche sulla qualità dei raccolti stessi: **il 68% dei consumatori ritiene che ci sia differenza tra le materie prime coltivate in modo sostenibile rispetto a quelle coltivate in modo convenzionale**. Il **64%**, inoltre, crede che l'origine sostenibile degli ingredienti condizioni fortemente anche il **gusto finale dei prodotti**.

*“Noi di Knorr – conclude **Massimiliano Caporuscio, Brand Building Director Food & Beverages in Unilever Italia** – crediamo nell'importanza di selezionare materie prime naturali coltivate in modo sostenibile, per mantenerne intatti i nutrienti e il gusto genuino degli ingredienti appena colti. Crediamo che la sostenibilità sia importante non solo per il pianeta e per il sostentamento delle generazioni future, ma anche per arricchire di sapore la vita di tutti i giorni. Ed è proprio per questo che **il 92% delle materie prime vegetali che utilizziamo per i prodotti Knorr provengono da Agricoltura Sostenibile**. Con il riso, poi, abbiamo raggiunto un traguardo davvero importante: per i nostri Risotti Knorr, che sono prodotti interamente in Italia, usiamo solo **100% riso italiano da agricoltura sostenibile”.***

Grazie alla sostenibilità, alla qualità e al gusto delle materie prime utilizzate, **i Risotti Knorr** sono davvero la soluzione perfetta per chi, pur avendo poco tempo da dedicare ai fornelli, desidera portare in tavola **piatti deliziosi da gustare insieme, per riscoprire il piacere di cucinare e mangiare nel pieno rispetto della natura**.

Per maggiori informazioni

Edelman – ufficio stampa Knorr

Silvia Assirelli: silvia.assirelli@edelman.com; 334 6744223

² Fonte: “Knorr Taste with Good Feelings” – sondaggio 2016 condotto su un campione di 12.000 persone in 6 nazioni europee (Francia, Spagna, Germania, Gran Bretagna, Polonia e Olanda)

Knorr

La nostra passione per il gusto risale agli albori di Knorr® nel 1838. Dai nostri iconici dadi da brodo alla nostra deliziosa gamma di zuppe, cerchiamo ogni giorno i migliori sapori in tutto il mondo, per aiutare le persone a preparare tutti i cibi in modo naturale. L'alta qualità è la nostra filosofia maturata in anni di lavoro. Amiamo, poi, ispirare le persone ad avere un approccio alla cucina consapevole e fiducioso. Siamo orgogliosi di essere l'8° marchio FMCG più scelto al mondo (secondo il Kantar World Panel) e il più grande brand di Unilever, con un valore delle vendite annuale che supera i 4 miliardi di Euro. I nostri prodotti sono venduti in più di 87 paesi al mondo e i nostri sapori vengono apprezzati da più di 320 milioni di persone ogni giorno. I nostri oltre 300 chef dedicati sono dei veri e propri esperti di cucina e rappresentano più di 48 nazionalità: siamo, infatti, uno dei più grandi datori di lavoro di chef professionisti al mondo. Ci impegniamo per la sostenibilità alimentare, per far emergere il sapore e la bontà dal cibo quotidiano, dai campi alla tavola. Crediamo fermamente che, procurandoci materie prime agricole sostenibili, i nostri prodotti abbiano anche un gusto migliore. È proprio per questo che i nostri ingredienti sono coltivati in modo naturale, all'aperto e al sole, in terreni ricchi e fertili e con particolare attenzione all'ambiente.

Per scoprire di più sulla nostra filosofia e i nostri prodotti, visitate www.knorr.it.

Per ispirazioni e ricette all'insegna del gusto, visitate www.vistochebuono.it.

Unilever

Knorr è un marchio del gruppo Unilever. Unilever è una delle principali aziende che operano nei mercati Food, Home e Personal Care. Radicata in oltre 190 paesi in tutto il mondo raggiunge, con i suoi prodotti, 2 miliardi di consumatori ogni giorno. Unilever impiega circa 172.000 persone in tutto il mondo e ha registrato un fatturato di €53,3 miliardi nel 2015. Circa il 57% del fatturato dell'azienda deriva dai paesi in via di sviluppo e dai mercati emergenti. Oltre al marchio Knorr, il portafoglio dell'azienda include più di 400 brand tra cui Dove, Sunsilk, Algida, Magnum, Lipton, Mentadent, Svelto e Cocolino.

L'Unilever Sustainable Living Plan (USLP), piano per la crescita sostenibile dell'azienda, definisce tre macro-obiettivi: Assicurare la crescita del business riducendo l'impatto ambientale; promuovere azioni concrete al fine di migliorare la salute e il benessere di oltre 1 miliardo di persone; migliorare le condizioni di vita di milioni di persone entro il 2020. Dal 2015, Unilever si è classificata in prima posizione all'interno del Dow Jones Sustainability Index nella sua categoria di riferimento. Il FTSE4Good Index ha assegnato all'azienda il punteggio più alto nella categoria Ambiente. Inoltre, Unilever guida da cinque anni il ranking Global Corporate Sustainability Leaders, risultato della ricerca che GlobeScan/SustainAbility conduce ogni anno. Infine, a partire dal 2015, Unilever viene premiata dalla classifica "Scopri il Marchio" di Oxfam come l'azienda più sostenibile su scala globale nella categoria Food&Beverage.

Unilever è risultata una delle 3 aziende più ambite dai lavoratori di tutto il mondo.

Per ulteriori informazioni su Unilever e i suoi marchi potete visitare il sito www.unilever.it

Per maggiori informazioni sull'Unilever Sustainable Living Plan: www.unilever.it/sustainable-living