



Pernyataan *Keberlanjutan* 2021

Menciptakan momen penuh kelezatan dengan suatu rencana untuk melindungi lahan yang kami andalkan, membangun sistem makanan berkelanjutan, dan menghubungkan komunitas kami.

Daftar Isi

1. PENDAHULUAN 3

- Siapa kami 3
- Merek kami 5
- Operasi kami 5

2. STRATEGI KAMI 7

- Pesan dari CEO kami 7
- Perspektif CTO kami 8
- Cuplikan: Pernyataan Keberlanjutan 2021 Kami 9

3. KEBERLANJUTAN DALAM TINDAKAN 10

- 3.1 Mengadakan bahan secara berkelanjutan 10
 - Pengadaan yang bertanggung jawab 12
- 3.2 Membuat produk secara berkelanjutan 13
 - Penggunaan energi 14
 - Jejak limbah 15
 - Penggunaan air 17
 - Jejak kemasan 18
- 3.3 Menghubungkan karyawan dengan komunitas 21
 - Mendukung inklusi dan penyertaan 21
 - Mendukung komunitas kami 22
 - Nutrisi dan kesejahteraan 25

4. JALAN KE DEPAN 26

- Kemasan Daur Berkelanjutan 27
- Dampak Nol Bersih 28
- Bahan Berkelanjutan 29
- Komunitas Yang Berkembang 30

The Arnott's Group mengakui klan Wangal dari suku Aborigin Darug sebagai Pemelihara Tradisional tanah tempat kantor pusat kami berada. Kami menaruh rasa hormat kepada Tetua terdahulu, kini, dan yang akan datang.

1. Pendahuluan

SIAPA KAMI

Di The Arnott's Group, kami selalu menciptakan momen-momen lezat - dan kami berharap untuk terus membahagiakan konsumen kami di masa mendatang.

Portofolio merek The Arnott's Group melanjutkan warisan 155 tahun keluarga Arnott, menyediakan makanan berkualitas dan lezat.

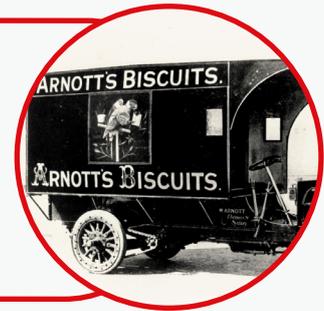


1865

Setelah menyelesaikan magang sebagai pembuat roti dan manisan, William Arnott membuka pabrik pertamanya di Newcastle dan tidak lama kemudian nama Arnott identik dengan biskuit manis dan tawar yang enak.

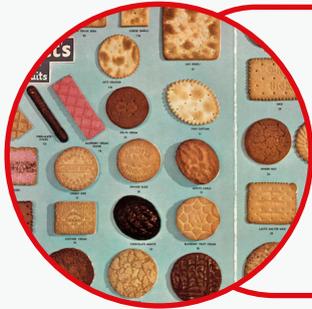
1882

Pada saat itu, rahasia terbaik Newcastle sudah terkuak. Biskuit terkenal Arnott dikirim ke Sydney menggunakan muatan kapal dan armada van pengiriman yang berwarna merah cerah dilengkapi dengan burung beo, lambang perusahaan.



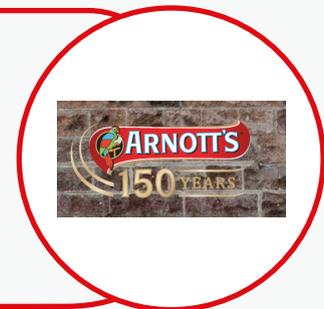
1889

Setelah menjadi perintis biskuit Australia, William pensiun. Dalam beberapa dekade berikutnya, putra-putranya terus menciptakan bikkies paling ikonik di negara, mulai dari Scotch Finger yang meleleh di mulut hingga Shortbread Krim dekaden.



2015

Satu setengah abad sejak pabrik pertama William Arnott dibuka di Newcastle, Arnott's merayakan ulang tahun ke-150, mengarahkan pandangannya ke-150' tahun ke depan dengan satu tahun inovasi produk dan acara komunitas.



2020

The Arnott's Group didirikan, entitas korporat baru yang menggabungkan portofolio merek makanan konsumen. Entitas tersebut mencakup merek Arnott's yang ikonik bersama dengan produk Campbell's di Australia, Malaysia, Hong Kong, dan Jepang, serta divisi sereal dan makanan ringan baru yang disebut Good Food Partners.



Di The Arnott's Group, kami mendukung...

kami mendukung...



**MENGEMBANGKAN
KESETARAAN,
KEBERAGAMAN, DAN
KEBERLANJUTAN.**



**KINERJA
TINGGI
DENGAN
INTEGRITAS.**



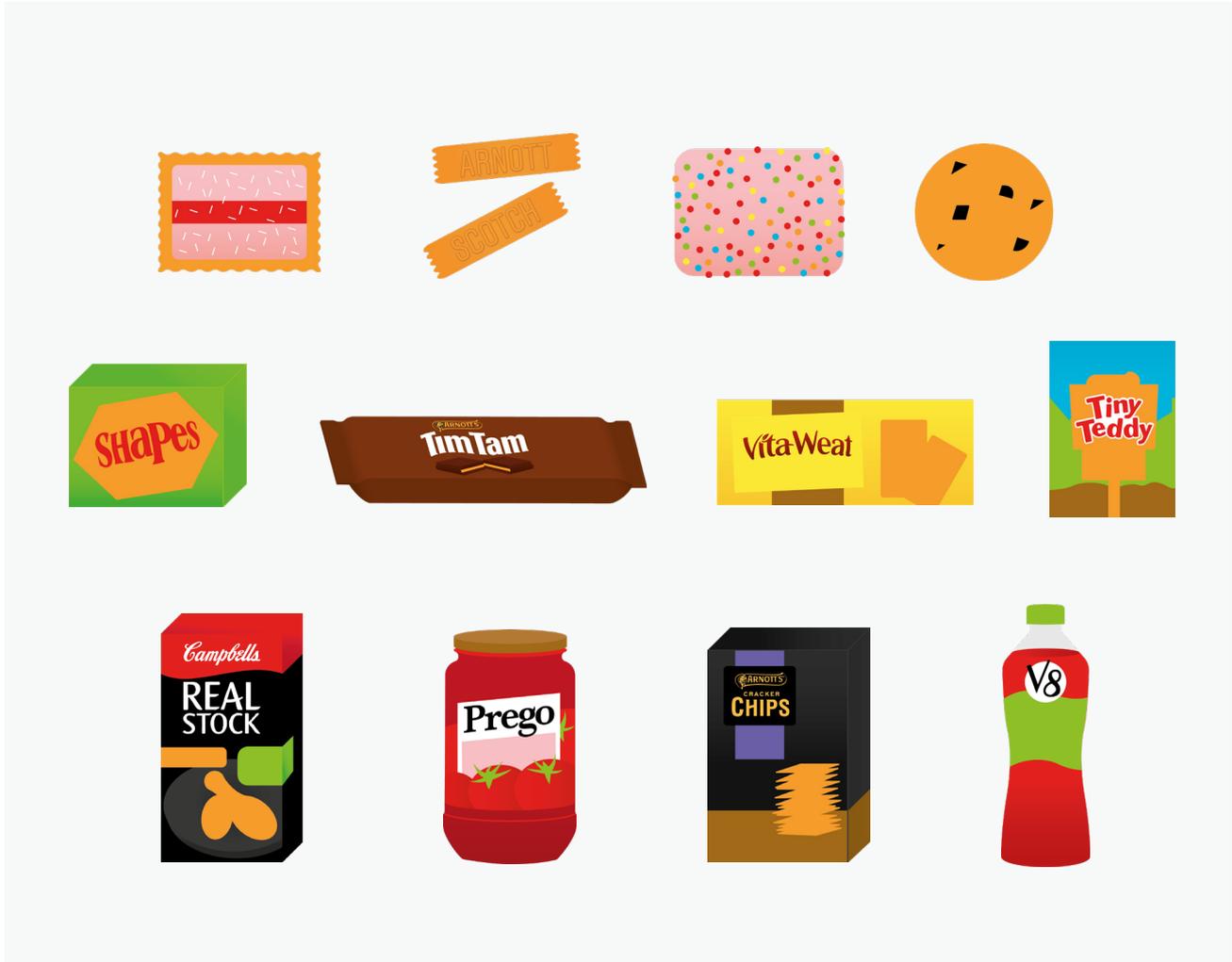
**MENYEIMBANGKAN
KEPUTUSAN DARI
KEPALA DAN HATI
KAMI.**



**MEMBAHAGIAKAN
KONSUMEN
KAMI SETIAP
SAAT.**

MERЕК KAMI

Kami membuat makanan lezat yang dinikmati oleh jutaan orang di seluruh Australia, Selandia Baru, dan wilayah Asia Pasifik:



OPERASI KAMI

The Arnott's Group memiliki kantor pusat di Sydney, Australia dan meskipun kami mempekerjakan lebih dari 3.500 orang di pasar di seluruh Asia Pasifik, sebagian besar operasi berada di Australia. Karenanya, strategi keberlanjutan kami memiliki pandangan penduduk Australia dengan pandangan untuk menerapkan praktik yang lebih berkelanjutan dan memengaruhi perilaku berkelanjutan melalui rantai pasokan dalam pasar lain tempat kami beroperasi.

Kami membuat produk Arnott's Biscuits di Sydney, Brisbane, Adelaide, dengan fasilitas yang lebih kecil di Bekasi, Indonesia untuk pasar lokal.

Portofolio kami meliputi Good Food Partners, 180degrees, dan produk yang dilisensikan oleh Campbell Soup Company di Australia, Malaysia, Hong Kong, Jepang, dan Selandia Baru, dengan operasi produksi untuk produk ini di Shepparton, Australia, dan Kuala Lumpur, Malaysia. Dengan demikian, profil staf The Arnott's Group adalah grup yang beragam di berbagai geografi:



UMPAN BALIK

Kami menyambut baik umpan balik dan saran untuk perbaikan. Silakan ajukan pertanyaan atau komentar apa pun ke sustainability@arnotts.com.

2. Strategi Kami

PESAN DARI CEO KAMI

Di The Arnott's Group, kami adalah pemelihara beberapa merek makanan paling ikonik Australia. Guna menjaga tempatnya di hati para konsumen Australia, bisnis kami harus berubah secara konstan.

Kami memahami kebutuhan mendesak bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis dalam batasan alami planet kita. Inilah alasan keberlanjutan merupakan pusat dari strategi bisnis kami. Kami ingin mengembangkan bisnis kami sembari menyusutkan dampak lingkungan kami dan mendukung komunitas tempat kami beroperasi.

Meskipun produk kami telah mendapatkan tempat khusus di rumah tangga Australia selama lebih dari 150 tahun, The Arnott's Group didirikan di akhir 2020. Hal ini memberikan saya dan tim kepemimpinan saya suatu lisensi untuk menilai kembali pendekatan kami terhadap keberlanjutan dan menghadirkannya dalam pertimbangan kami sehari-hari.

Sejak menjadi CEO pada Maret 2020, banyak hal dari dunia telah berubah, seperti halnya prioritas orang-orang. Kebakaran hutan yang menghancurkan di Australia dan pandemi global telah menjadikan iklim, kesehatan, dan kesejahteraan sebagai pertimbangan utama konsumen, pemerintah, dan bisnis.

Dialog global penting sedang berlangsung seputar peluang untuk pengaturan ulang ekonomi dan masyarakat yang berkelanjutan. Pernyataan keberlanjutan ini adalah kontribusi kami terhadap dialog tersebut.

Sebagai laporan pertama kami tentang keberlanjutan, pernyataan ini menetapkan visi kami, dan prioritas yang akan kami ambil untuk menangani kewajiban kami terhadap iklim, terhadap komunitas kami, dan terhadap generasi mendatang dari pemimpin Arnott's Group.

Kami meninjau kembali seluruh rantai pasokan kami – mulai dari pertanian, hingga pabrik roti kami, hingga rak supermarket, dan pada akhirnya dapur rumah tangga. Kami telah memulai perbincangan dengan mitra utama kami – supplier, pengecer, distributor, mitra logistik – guna memahami di mana kami dapat menemukan efisiensi dalam cara kami menggunakan sumber daya alam.

Tolok ukur kami menunjukkan bahwa kami telah membuat langkah kemajuan dalam membuat operasi kami lebih berkelanjutan dalam beberapa tahun terakhir, tetapi kami membutuhkan visi yang jelas dan tekad baru guna mendorong perubahan.



George Zoghbi
CEO

Rencana kami adalah untuk mengembangkan sistem makanan yang lebih berkelanjutan di Australia. Untuk melakukannya dengan cara yang ambisius tetapi praktis, dibutuhkan kepemimpinan dan kemitraan, dan di mana tindakan kami menginspirasi konsumen kami untuk membuat pilihan yang lebih baik bagi diri mereka sendiri, keluarga mereka, dan komunitas.

Hal ini tentu akan membutuhkan waktu, dan akan selalu ada lebih banyak yang dapat – dan seharusnya – kami lakukan. Tetapi kami percaya pada kemajuan dibandingkan kesempurnaan, dan dalam semangat tersebut, kami akan meninjau kembali pernyataan ini setiap tahun, guna menilai dampak dari tindakan kami dan kekuatan komitmen kami.



PERSPEKTIF CTO KAMI

Industri kami harus bertindak saat ini untuk mengamankan rantai pasokan makanan global.

Sudah terlalu lama, kita membuat makanan dengan cara yang tidak berkelanjutan untuk planet kita.

Sistem makanan global bertanggung jawab untuk menciptakan seperempat dari emisi gas rumah kaca. Cara bahan-bahan ditanam dan produk makanan diproduksi, dikemas, diangkut, dikonsumsi, dan dibuang berkontribusi terhadap pemanasan global yang tidak berkelanjutan.

Pandemi COVID telah menunjukkan kepada kita betapa rentannya rantai pasokan kita sebenarnya. Belum pernah lebih penting untuk mendefinisikan peran kami dan bersiap untuk bertindak guna memastikan bisnis kami dan rantai pasokannya benar-benar berkelanjutan.

The Arnott's Group berperan dalam memastikan sistem makanan berkelanjutan.

Sistem makanan yang lebih berkelanjutan penting sekali untuk mencapai Tujuan Pengembangan Berkelanjutan PBB.

The Arnott's Group menyadari bahwa untuk membangun sistem makanan yang lebih berkelanjutan di Australia, kita harus membuat perubahan sendiri dan menginspirasi konsumen kami dan mitra kami untuk melakukan hal yang sama.

Peran kami lebih dari sekadar produksi; kami harus bekerja sama dengan petani untuk menggunakan lahan dengan lebih berkelanjutan, bersama mitra kemasan dan logistik untuk mengurangi limbah dan kami harus mengedukasi serta menginspirasi karyawan dan komunitas kami untuk membuat pilihan yang lebih berkelanjutan.

Kami mulai dengan fondasi yang kuat pada keberlanjutan.

Kami memiliki fondasi yang baik pada berbagai masalah. Sekitar 99% produk Arnott's Group yang dijual di Australia dibuat di Australia, oleh tenaga kerja Australia menggunakan bahan lokal dan impor. Kami mengadakan bahan utama secara bertanggung jawab; kami berinvestasi dalam pengembangan gandum durum; kami bermitra dengan komunitas melalui The Arnott's Foundation; dan kami bangga atas kemajuan kami dalam kesetaraan gender di tempat kerja. Bermitra dan berkolaborasi dengan pemasok memberi kami potensi untuk keterlibatan rantai pasokan yang lebih banyak dan lebih mendalam.

Kami bisa dan akan melakukan lebih banyak.

Kepentingan bisnis dan keberlanjutan lebih diselaraskan dibandingkan sebelumnya. Strategi keberlanjutan kami mempertimbangkan di mana kami dapat menghasilkan dampak terbesar dan di mana strategi tersebut paling wajar bagi kami untuk memulai perjalanan kami. The Arnott's Group akan mengambil tindakan di beberapa area dan pendekatan yang lebih kukuh di bidang lainnya.

Laporan ini membahas tentang menyampaikan komitmen sejati, bukan janji muluk dan janji kosong. Kami harus terus membuat diri kami lebih dapat bertanggung jawab dan akan berusaha mengidentifikasi dan menanggapi risiko terkait iklim dalam bisnis kami dan rantai pasokan kami.

KAMI AKAN BERTANGGUNG JAWAB

Sebagai bagian dari model tata kelola kami, kami akan melacak dampak dan kontribusi kami terhadap bukan hanya target kami sendiri, tetapi juga Tujuan Pengembangan Berkelanjutan PBB dan standar global lainnya tentang perubahan iklim.

- **Simon Lowden**



CUPLIKAN: PERNYATAAN KEBERLANJUTAN 2021 KAMI

Kebertahanan adalah tentang transformasi kami sebagai suatu bisnis – merupakan kunci atas strategi kami untuk menjadi bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Kami telah memilih memusatkan pada bidang di mana kami dapat:

- a berdampak yang paling berarti dan paling segera dalam rantai pasokan kami, bersama pengecer dan konsumen kami, dan;
- b memusatkan pada penciptaan manfaat iklim dan kesejahteraan komunitas terbaik.

Dengan tujuan itu, strategi kami menargetkan tiga bidang fokus utama di seluruh rantai pasokan kami, menjadikan keberlanjutan titik pusat tujuan kami.

Berdasarkan ketiga rukun ini - Memperoleh, Membuat, dan Menghubungkan- kami telah menetapkan empat tujuan untuk diri kami, di mana sebagai perusahaan, kami dapat memiliki dampak positif yang paling besar, dan di mana penyesuaian pada strategi bisnis keseluruhan kami merupakan yang paling kuat



PERNYATAAN KEBERLANJUTAN 2021

Menciptakan momen lezat dengan rencana untuk membuat sistem makanan berkelanjutan, melindungi lahan yang kami andalkan, dan menghubungkan komunitas kami.



MEMBUAT

Memproduksi makanan kami dengan cara yang pada akhirnya netral terhadap iklim dan yang mendorong ekonomi berkelanjutan.



MEMPEROLEH

Memastikan bahan-bahan kami diperoleh dengan cara yang melindungi bumi dan memperkuat komunitas regional.



MENGHUBUNGAN

Terlibat dengan konsumen, pengecer, karyawan, dan masyarakat luas guna mendorong cara hidup yang lebih berkelanjutan.

KEMASAN BERKE-LANJUTAN

Mengurangi, menggunakan kembali atau memanfaatkan kembali kemasan plastik ANZ sebesar 10% pada tahun 2025 dan memenuhi target Kemasan Nasional Australia untuk tahun 2025.

EMISI NOL BERSIH

Mencapai emisi nol bersih dalam operasi kami sebelum tahun 2040 dan di seluruh rantai nilai kami sebelum tahun 2050.

KEMASAN BERKE-LANJUTAN

Menanam dan mengadakan 100% dari bahan utama kami, yaitu tepung, gula, minyak, produk susu, dan produk kakao secara berkelanjutan sebelum tahun 2035.

KOMUNITAS YANG BERKEMBANG

Memperluas pilihan, kesempatan, dan kesejahteraan dengan mendorong penyertaan, kebersamaan, mendukung komunitas, dan menyediakan beragam pilihan makanan, serta panduan tentang nutrisi.nutrition.



3. Keberlanjutan dalam tindakan

3.1 MEMPEROLEH BAHAN SECARA BERKELANJUTAN



MEMPEROLEH

TANAMAN DAN BAHAN DENGAN CARA YANG MELINDUNGI BUMI
DAN MEMPERKUAT KOMUNITAS REGIONAL

8 PEKERJAAN YANG LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI



12 KONSUMSI DAN PRODUKSI YANG BERTANGGUNG JAWAB



13 TINDAKAN IKLIM



15 KEHIDUPAN DI LAHAN



17 KEMITRAAN DEMI TUJUAN KAMI



The Arnott's Group memperoleh bahan-bahan dan material untuk lokasi produksi Australianya dari 140 pemasok secara langsung. Bahan dan material ini antara lain tepung, produk susu, kakao, minyak, telur, perencah, konsentrat jus, sayuran, rempah-rempah, buah, ragi, tomat iris dadu, dan pasta tomat, gula dan pemanis lain, sereal, malt, dan kacang, serta kemasan, seperti kertas, plastik, dan perekat.

Pengadaan lokal

Saat ini, The Arnott's Group berkomitmen terhadap produksi lokal, dengan lebih dari 99% dari produk yang kami jual di Australia dibuat di Australia, menggunakan bahan lokal dan impor. Bahan utama yang diperoleh secara lokal meliputi tepung dan biji-bijian dari Darling Downs, NSW Utara, Riverina, dan Australia Selatan, produk susu dari Victoria, Tasmania, dan NZ, gula dari Queensland Utara, dan telur dari NSW. Tabel berikut menunjukkan profil dari bahan utama kami untuk ANZ.



* Komponen kemasan dicakup secara terpisah di dalam "Bagian 2.2: Membuat Produk secara Berkelanjutan".



SOROTAN MEMAJUKAN INDUSTRI GANDUM DURUM AUSTRALIA

Gandum durum, yang biasanya ditanam di A.S. dan Eropa, adalah bahan penting dalam pembuatan biskuit, kue, dan kue kering yang lezat. Gandum durum juga menjadi tanaman ceruk yang berkembang pesat dalam sektor pertanian Australia.

Di The Arnott's Group, kami menyadari peran penting yang dapat kami mainkan dalam pengadaan secara berkelanjutan dan dalam mendukung petani dan industri lokal Australia. Kami bekerja secara langsung dengan petani gandum durum di wilayah seperti Riverina dan Liverpool Plains di New South Wales, Pulau Kangguru di Australia Selatan, dan di Darling Downs di Queensland Selatan dalam memperoleh biji-bijian dari mereka, yang kemudian digiling dan dipanggang menjadi biskuit kami. Kerja sama ini mencakup pengumpulan wawasan tentang dampak iklim terhadap panen tahunan, dan pembelian gandum durum yang mereka produksi. Saat ini, The Arnott's Group adalah pembeli gandum durum terbesar di Australia.

Selain membeli dan mengonsumsi, The Arnott's Group berkomitmen untuk mendukung petani lokal kami melalui penelitian dan pengembangan. Sejak akhir tahun 1990-an, The Arnott's Group telah berinvestasi secara signifikan dalam penelitian gandum durum. Program pemuliaan varietas bertujuan untuk meningkatkan hasil panen, meningkatkan efisiensi penggunaan air dan ketahanan terhadap kemarau, serta menjaga dan meningkatkan kekebalan terhadap penyakit. Hal ini membantu menjamin kualitas dan

kelangsungan hidup bagi petani dan meningkatkan keberagaman dari varietas gandum durum Australia.

Misalnya, The Arnott's Group bekerja sama erat dalam kemitraan dengan Allied Mills dan LongReach Plant Breeders dalam program pemuliaan gandum durum kami guna memastikan bahwa kami dapat terus menanam dan memajukan varietas gandum durum. Dapur uji The Arnott's Group digunakan untuk memanggang dengan tepung yang dihasilkan dari berbagai varietas gandum durum. Varietas tersebut dikembangkan oleh LongReach Plant Breeders dan digiling oleh Allied Mills. Hasil uji panggang kemudian akan dikirimkan kembali kepada LongReach Plant Breeders, di mana varietas baru akan diklasifikasikan dan dijadikan tersedia untuk dibeli oleh petani lokal.

Penting bagi kami untuk terus berinvestasi dalam penelitian gandum durum supaya memastikan kualitas dan kelangsungan hidup dari tanaman untuk para petani, meningkatkan keberagaman varietas, dan memanfaatkan peluang untuk beradaptasi terhadap lingkungan, memastikan gandum durum dapat dibudidayakan secara efektif di lahan irigasi serta lahan nonirigasi.

Pengadaan secara bertanggung jawab

The Arnott's Group membuat berbagai macam produk yang menawarkan pilihan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan kesejahteraan dan pilihan keberlanjutan mereka. Tujuan kami adalah untuk memperoleh bahan sebersih mungkin sementara juga mempertahankan pelabelan transparan di semua produk baru kami guna meningkatkan pilihan konsumen.

Informasi tentang bahan dan produk diperoleh secara terpusat dan dianalisis melalui program terstruktur untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan lokal dan regional.

Semua lokasi Australia kami bersertifikasi SQF. Sertifikasi terhadap kode menampilkan komitmen setiap lokasi terhadap keselamatan makanan dan keunggulan operasional dalam manajemen keselamatan makanan.

Proses pengadaan kami dipandu oleh Kode Pemasok Sumber yang Bertanggung Jawab The Arnott's Group, yang menetapkan standar dan prinsip etika yang berlaku bagi pemasok. Sebagai garis besar dari komitmen bertanggung jawab kami di bidang seperti tenaga kerja dan perlakuan adil, Kode menjamin The Arnott's Group berkomitmen atas manajemen rantai pasokan yang bertanggung jawab dan pengadaan yang bertanggung jawab.

The Arnott's Group juga merupakan bagian dari SEDEX, Inisiatif Perdagangan Etis (ETI) dan Kode Basis ETI SEDEX. Hal ini mendukung kami dalam memperoleh bahan secara bertanggung jawab, dan memastikan tenaga kerja lokal kami bebas dari eksploitasi.

Selain kerangka kerja pengadaan bertanggung jawab kami sendiri, The Arnott's Group disejajarkan dengan beberapa skema sertifikasi etika dan berkelanjutan untuk lokasi Australia kami:

- Beberapa produk membutuhkan penggunaan minyak kelapa sawit dan kami menyadari akan adanya tantangan keberlanjutan terkait dengan produk ini. Kami hanya membeli minyak kelapa sawit yang bersertifikasi berkelanjutan dari Roundtable on Sustainable Palm Oil (**RSPO**), dengan tujuan untuk memastikan tidak ada deforestasi, tidak ada perusakan lahan gambut, dan tidak ada eksploitasi komunitas dan tenaga kerja setempat. RSPO didukung organisasi konservasi Dana Dunia untuk Alam (WWF), yang mendukung pengadaan minyak kelapa sawit yang berkelanjutan dan beranggapan bahwa memboikot atau mengganti minyak kelapa sawit akan berpotensi merugikan masyarakat setempat.

The Roundtable on Sustainable Palm Oil

WWF sangat percaya bahwa industri minyak kelapa sawit dapat tumbuh dan berkembang tanpa harus merusak hutan hujan tropis dengan melekat pada prinsip dan kriteria dari Roundtable on Sustainability Palm Oil. Kami secara aktif mempromosikan standar ini kepada produser minyak kelapa sawit, dan menganjurkan pembeli dan pengguna untuk hanya membeli produk yang mengandung minyak kelapa sawit yang disertifikasi berkelanjutan.

- Semua minuman kakao kami dapatkan dari area berisiko tinggi di Afrika Barat telah bersertifikasi melalui **UTZ-Rainforest Alliance** guna memastikan bahwa pembelian kami dapat digunakan untuk membuat perubahan positif bagi komunitas dan keluarga petani kakao. Kami juga memperoleh produk kakao dari area yang berisiko rendah seperti Indonesia; meskipun kakao dari Indonesia saat ini belum bersertifikasi. The Arnott's Group sudah bekerja sama erat dengan pemasok di Asia dan berkomitmen untuk menyertifikasi jalur pasokan ini pada masa mendatang dengan standar yang sama dengan Rainforest Alliance.¹
- Kami hanya membeli telur yang diperoleh dari ayam yang tidak dikandangkan guna mendorong lebih banyak bisnis dan peternak untuk mengutamakan kesejahteraan ayam petelur. Kami memperoleh setara 10 juta telur yang diperoleh dari ayam yang tidak dikandangkan dari pemasok di Australia yang mematuhi standar yang telah ditetapkan di Kode Model Praktik untuk Kesejahteraan Hewan dan semua undang-undang serta peraturan Negara Bagian dan Wilayah di Australia; atau jika perlu, standar yang setara untuk produk telur apa pun yang diperoleh dari pemasok di Eropa.

Sayangnya, tidak ada definisi yang sesuai untuk semua keadaan tentang pertanian berkelanjutan, namun, kami yakin bahwa produksi berkelanjutan harus berusaha untuk melestarikan sumber daya alam dan menjaga ekosistem alam.

Pendekatan mendatang kami akan dipengaruhi oleh [Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa \(UN FAO\)](#), yang kerangka kerja dan pendekatannya akan digunakan oleh The Arnott's Group ketika kami mengembangkan pendekatan kami.

¹ <https://www.wwf.org.au/>

3.2 MEMBUAT PRODUK SECARA BERKELANJUTAN



MEMBUAT

PRODUK YANG DIBUAT DENGAN CARA YANG NETRAL IKLIM DAN MENDORONG EKONOMI BERKELANJUTAN

7 ENERGI TERJANGKAU DAN RAMAH LINGKUNGAN 	9 INDUSTRI, INOVASI, DAN INFRASTRUKTUR 	12 KONSUMSI DAN PRODUKSI YANG BERTANGGUNG JAWAB 	13 TINDAKAN IKLIM 	17 KEMITRAAN DEMI TUJUAN KAMI 
--	--	---	--	---

Proses produksi makanan industri membutuhkan sumber daya alam yang signifikan. Fokus kami hingga saat ini adalah membuat proses kami lebih efisien dan tidak terlalu banyak menggunakan sumber daya, dan untuk menemukan alternatif yang praktis dan berkelanjutan jika memungkinkan, sembari mempertahankan kualitas tinggi dari produk The Arnott's Group yang diharapkan oleh konsumen kami.

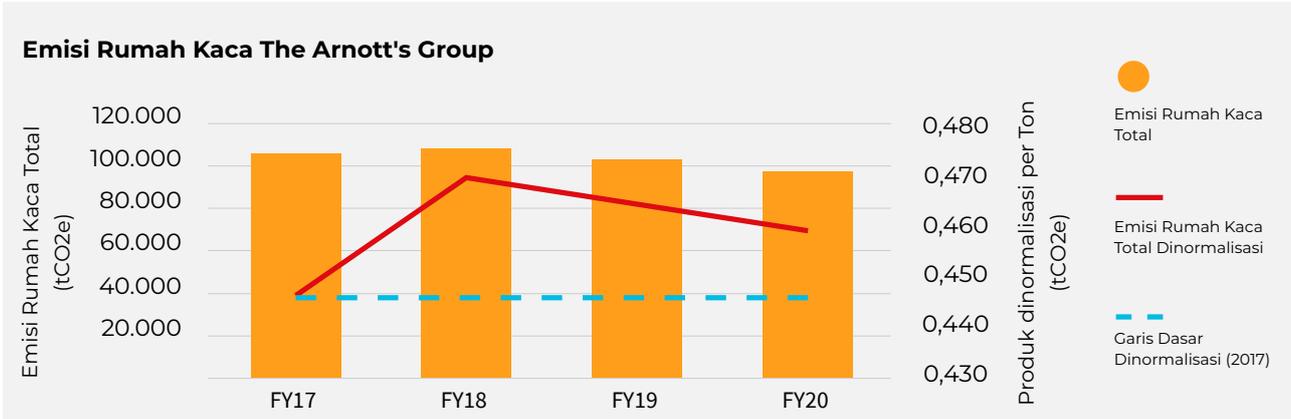
Mencapai emisi nol bersih di seluruh operasi kami memberikan tantangan yang signifikan, namun kami

berkomitmen untuk membangun peta jalan menuju nol bersih melalui efisiensi, inovasi, dan kemitraan. Kami juga berkomitmen untuk berkontribusi terhadap target kemasan plastik nasional Australia dan mengurangi penggunaan keseluruhan kami terhadap kemasan plastik melalui desain dan kolaborasi.



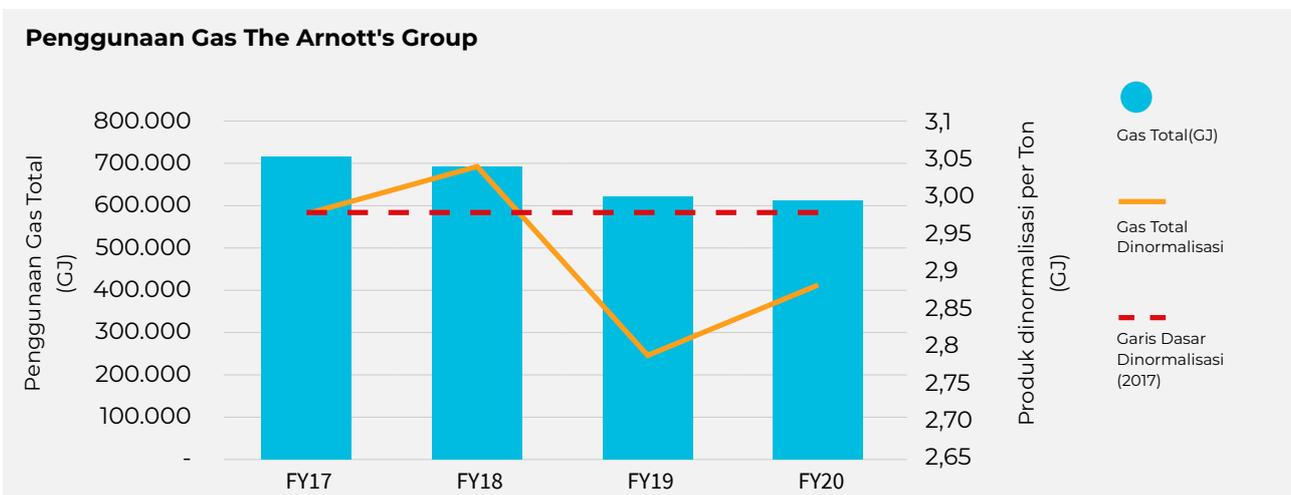
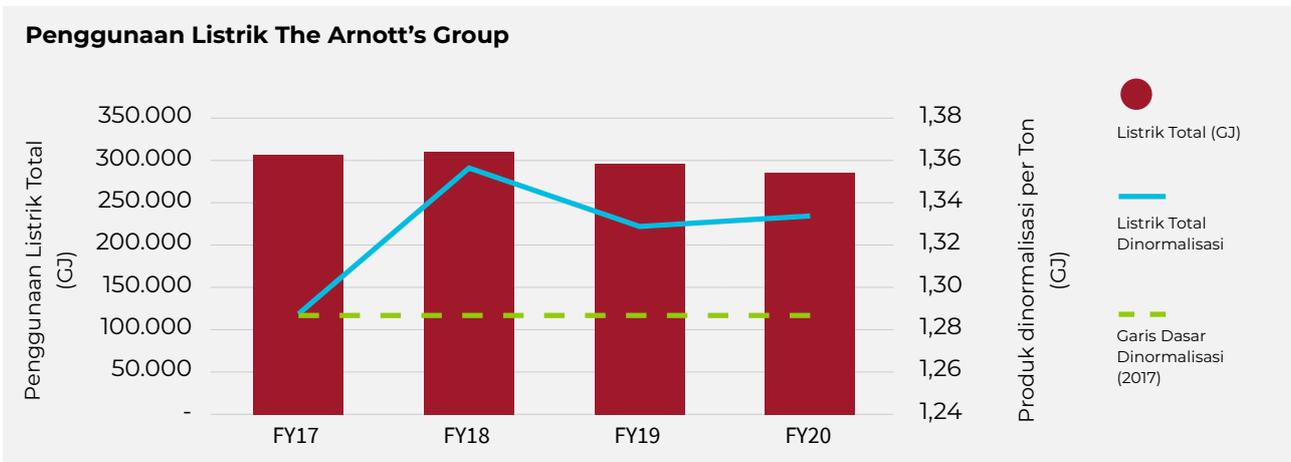
Penggunaan energi

Selama empat tahun terakhir, The Arnott's Group telah mengurangi volume absolut total emisi gas rumah kaca dari sumber tenaga di seluruh operasional kami dan kantor perusahaan di seluruh Group. Angka yang dinormalisasi (apabila emisi total dibagi oleh volume produksi) juga menggambarkan tren menurun.



Proporsi signifikan dari emisi rumah kaca timbul dari gas yang digunakan untuk memanggang, suatu sumber energi yang hanya ada sedikit alternatif yang layak digunakan. The Arnott's Group saat ini sedang mencari potensi solusi untuk mengatasi masalah menantang ini, sebagai bagian dari peta jalan mendatang.

Grafik di bawah ini menguraikan penggunaan listrik dan gas alam kami di seluruh lokasi:



Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa baik penggunaan listrik maupun gas alam telah mengalami penurunan dalam jumlah total. Namun, penggunaan listrik dinormalisasi telah meningkat sejak FY17, sedangkan gas alam, meskipun pada awalnya meningkat pada FY18, umumnya masih di bawah tingkat dari empat tahun yang lalu.

Tabel berikut menunjukkan penurunan sebagai suatu persentase berdasarkan data dari tahun FY20 dibandingkan dengan FY17 dalam total penggunaan energi (absolut)(gabungan dari listrik dan gas alam) dan konsumsi energi dinormalisasi serta ton produksi.

Lokasi	Selisih persentase (%) FY20 vs FY17	
	Penggunaan energi (absolut) total	Penggunaan energi dinormalisasi
Huntingwood	-6,4%	-1,3%
Indonesia	-46,7%	-13,5%
Malaysia	8,8%	11,5%
Marleston	-5,2%	16,0%
Shepparton	-10,8%	6,5%
Virginia	-5,9%	-2,5%
The Arnott's Group	-12,1%	-2,2%

Keempat lokasi produksi kami di seluruh Australia, di Huntingwood NSW, Virginia QLD, Shepparton VIC, dan Marleston SA, telah mencari cara untuk memperkenalkan teknologi energi efisien dan mengurangi limbah.

Lokasi ini telah memulai proses pengumpulan serangkaian informasi guna melacak peningkatan, termasuk data tentang konsumsi energi (listrik dan gas alam jika relevan), penggunaan energi total, emisi gas rumah kaca, konsumsi air, limbah ke tempat pembuangan akhir, dan ton produksi secara berkala setiap triwulan untuk semua lokasi operasi kami.

Jejak limbah

Data produksi limbah dan aktivitas daur ulang di keempat lokasi produksi Australia juga dikumpulkan oleh penyedia layanan manajemen limbah kami berdasarkan volume pengumpulan untuk aliran limbah dan daur ulang.

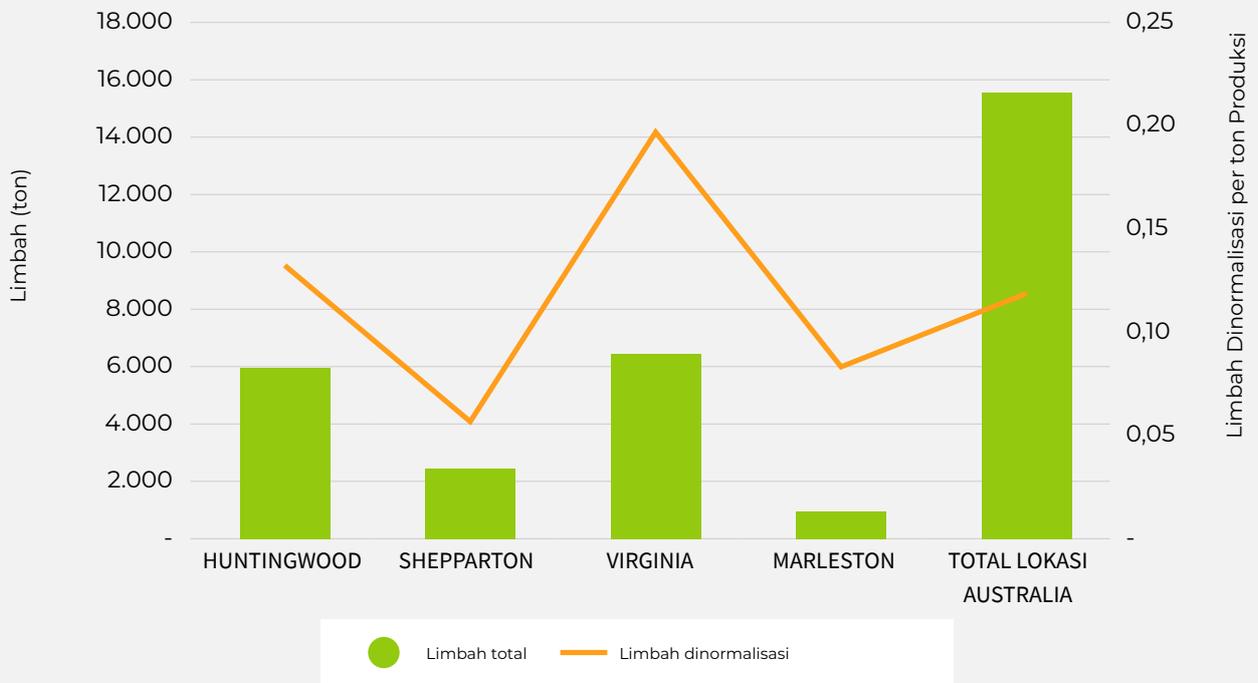
Selama FY20 produksi limbah total dari lokasi kami sebesar 15.623 ton, tetapi limbah total yang kami kirim ke tempat pembuangan akhir hanya sebagian kecil dari jumlah tersebut yaitu 430,8 ton atau 2,76% dari semua limbah total.

Beberapa pengamatan utama meliputi:

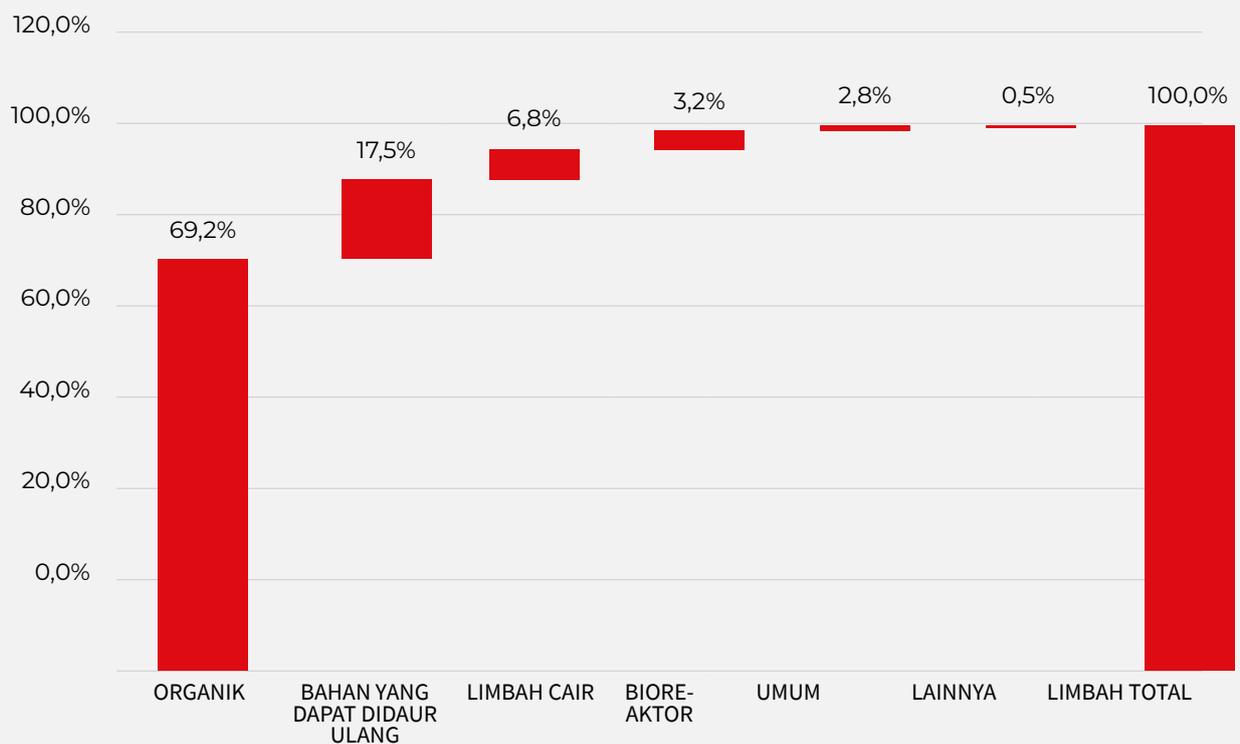
- 10.800 ton dari limbah organik diubah menjadi pakan ternak, merupakan 69% dari aliran limbah, dengan sisanya yang ditangkap dalam berbagai aliran yang dapat didaur ulang, bioreaktor, dan aliran cairan.
- Huntingwood dan Virginia merupakan generator limbah terbesar. Gabungan dari kedua lokasi ini menghasilkan hampir 80% limbah.

Grafik berikut memberikan ringkasan dari produksi limbah FY20 berdasarkan lokasi dan berdasarkan aliran.

Limbah Total - Lokasi Australia (Juli 2019 hingga April 2020)



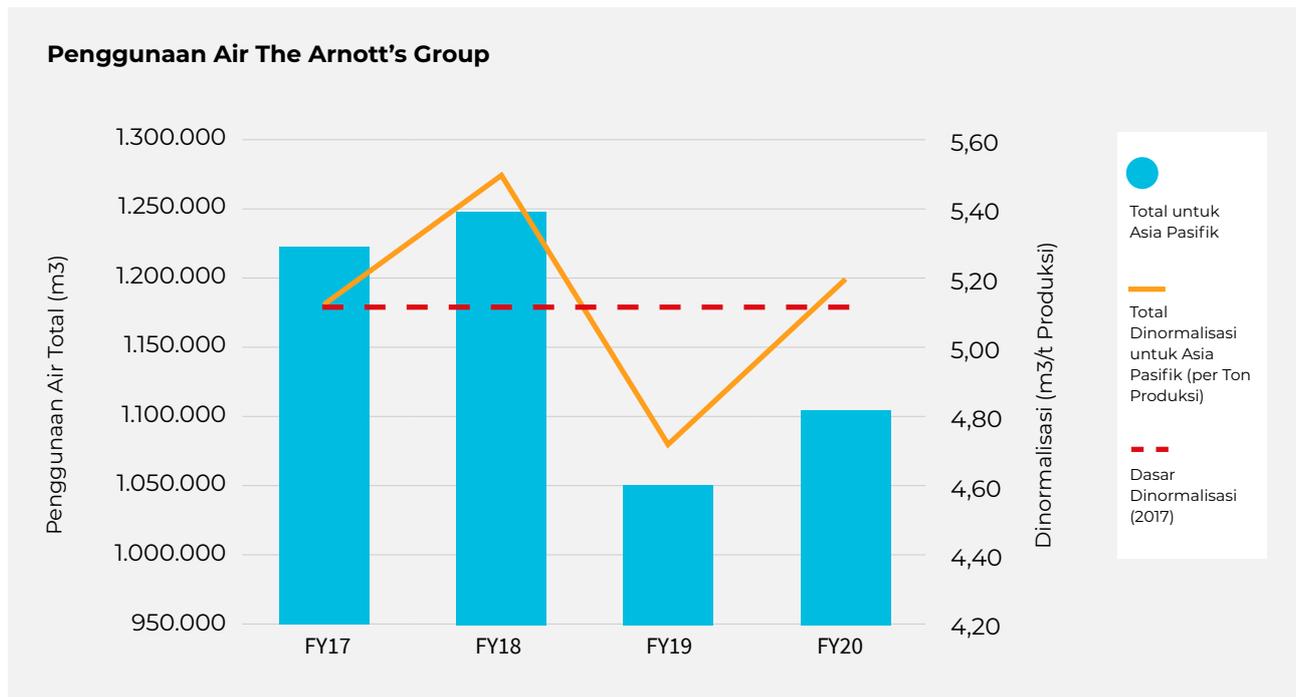
Aliran Data Limbah - Lokasi Australia (Juli 2019 hingga April 2020)



Penggunaan air

Menurut Water Account Australia, pemrosesan makanan mengonsumsi lebih dari 241.000 ML air per tahun yang mana sama dengan sekitar 28% dari total air yang digunakan di sektor produksi nasional, membuatnya menjadi sektor yang paling banyak menggunakan air.

Mengingat iklim dan geografi Australia yang menantang, The Arnott's Group berkomitmen untuk berinvestasi dalam inisiatif penghematan air di seluruh lokasi. Bagan berikut menyajikan hasil dari konsumsi air sebagai suatu total di seluruh lokasi operasional kami di Asia Pasifik (dengan catatan bahwa volume tidak termasuk dua kantor perusahaan yang terletak di North Strathfield NSW dan Glen Iris VIC).



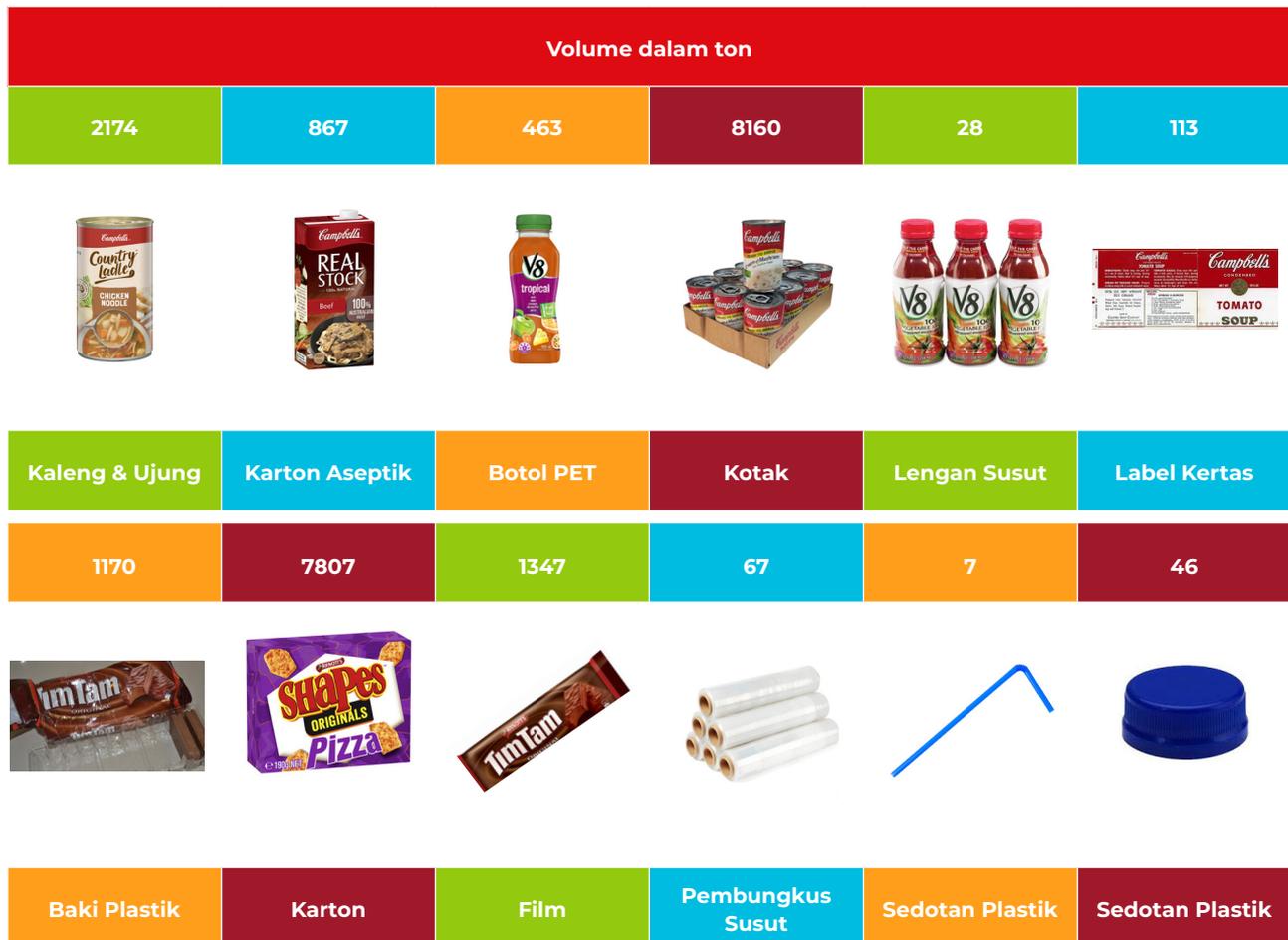
Tabel berikut menunjukkan penurunan besar di lokasi tertentu yang menunjukkan penurunan itu sebagai persentase berdasarkan data dari FY20 dibandingkan dengan FY17. Sekali lagi, beberapa lokasi berkinerja lebih baik dibandingkan yang lain, tetapi kami senang dengan penurunan penggunaan air secara keseluruhan yang signifikan tersebut. Kami akan terus berusaha untuk melakukan yang lebih baik.

Lokasi	Selisih persentase (%) FY20 vs FY17	
	Penggunaan air (absolut) total	Penggunaan air dinormalisasi
Huntingwood	-8,7%	-3,7%
Indonesia	-40,8%	-3,9%
Malaysia	10,2%	12,9%
Marleston	-31,1%	-15,7%
Shepparton	-15,9%	0,5%
Virginia	31,2%	36,0%
The Arnott's Group	-9,6%	1,6%

Jejak kemasan

Industri makanan dan kemasan konsumen global menghadapi tantangan yang sangat besar dalam mencari alternatif yang berkelanjutan terhadap kemasan plastik dan desain selagi melindungi sumber produk makanan.

The Arnott's Group di ANZ membeli lebih dari 20.000 ton kemasan pada FY20 saja, untuk mengemas makanan dan produk untuk pelanggan kami.



The Arnott's Group di Asia membeli sekitar 20.000 ton kemasan pada FY20 yang meliputi:

- 3069 ton karton;
- 1325 ton kotak;
- 4380 ton kaleng, ujung, dan karton aseptik;
- 7400 ton kaca; dan
- Banyak aneka ragam bahan tambahan lainnya

Sekitar 80% kemasan The Arnott's Group di Asia secara teknis dapat didaur ulang, tetapi pasar kekurangan infrastruktur pada saat ini. The Arnott's Group akan terus berkolaborasi dengan mitra utama dalam pasar di seluruh Asia untuk bergerak menuju singularitas kemasan.

Di Australia, The Arnott's Group bekerja sama dengan APCO untuk mencapai target nasional 2025 guna mengatasi tantangan secara domestik. Target ini memerlukan perubahan mendasar dalam cara kemasan diproduksi, digunakan, dikumpulkan, dan diolah kembali menjadi kemasan atau produk baru

Keempat target APCO, yang ditetapkan pada tahun 2018, dan yang akan dicapai sebelum tahun 2025 antara lain;

- 100% kemasan dapat digunakan kembali, dapat didaur ulang, atau dapat dijadikan kompos
- 70% dari kemasan plastik didaur ulang atau dijadikan kompos,
- 50% dari rata-rata konten yang didaur ulang digunakan di kemasan, dan
- Penghapusan kemasan plastik sekali pakai yang bermasalah dan tidak perlu.

Sebagai tanggapan, The Arnott's Group baru-baru ini melaksanakan penilaian dari format kemasan ANZ mereka guna menetapkan dasar untuk mengukur peningkatan. Kabar baiknya adalah bahwa lebih dari 98% dari kemasan ANZ The Arnott's Group dapat didaur ulang. Kemasan tersebut termasuk semua format plastik, kardus, dan kaleng. Dalam portofolio plastik lunak kami, berdasarkan beratnya, sekitar 73% dari kemasan dapat didaur ulang.

Karena kemasan kardus dan logam secara tidak proporsional berkontribusi pada skor ini, kami juga meninjau kembali kemasan kami berdasarkan unit konsumen, di mana semua jenis kemasan yang digunakan untuk suatu jenis produk dianggap sebagai satu unit konsumen. Penilaian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, 75% dari unit konsumen yang dibuat oleh The Arnott's Group dapat didaur ulang [lihat Gambar di bawah ini].

Kemasan dalam portofolio ANZ yang saat ini tidak dapat didaur ulang sebagian besar adalah film dengan beberapa bahan (pembungkus). Total bahan ini sekitar 2% dari kemasan ANZ total.

The Arnott's Group telah menetapkan strategi kemasan berkelanjutan baru yang mengandung inisiatif dan target di seluruh rantai nilai kemasan, mulai dari desain, produksi dan penggunaan kemasan, sampai pembuangan dan pemulihan, guna mempromosikan penggunaan bahan daur ulang dan ekonomi berkelanjutan

Kami telah menanamkan target APCO dalam proses depan tahap internal kami untuk pengembangan produk melalui alat penilaian baru guna mendorong pembuatan keputusan mengenai format kemasan.

Supplier diberi tahu tentang komitmen APCO The Arnott's Group selama tinjauan bisnis berkala dan acara besar seperti hari pemasok tahunan, hari di mana visi dan strategi The Arnott's Group dibagikan dengan pemasok utama. Pemasok kemudian didorong untuk berbagi dan berkolaborasi pada inisiatif kemasan berkelanjutan.

Australia juga memiliki kendala dalam infrastruktur daur ulang, sehingga kami mengetahui bahwa hanya sebab kemasan dapat didaur ulang, bukan berarti secara otomatis sudah didaur ulang. Sehingga pendekatan kami harus lebih luas dari hanya meningkatkan potensi daya daur ulang kemasan kami saja.

% dari unit konsumen di mana semua komponen kemasan dianggap Dapat Didaur Ulang

% unit konsumen dengan semua kemasan komponen yang dapat didaur ulang



73%

97%

75%

Itulah alasan kemitraan akan menjadi hal utama untuk mencapai perubahan yang nyata. Kemitraan kami yang sudah terjalin antara lain:

- Inisiatif Pakta Plastik ANZPAC yang dipimpin oleh APCO dan Ellen MacArthur Foundation. Inisiatif akan berfungsi dengan bisnis, pemerintah, dan LSM dari seluruh rantai nilai plastik, menuju ekonomi sirkular untuk plastik, di mana plastik tidak akan pernah menjadi limbah atau polusi.
- Program REDcycle adalah model penatagunaan produk sejati di mana pabrikan, pengecer, dan konsumen berbagi tanggung jawab dalam menciptakan masa depan yang berkelanjutan.
- Penatagunaan Produk - The Arnott's Group mendukung reformasi undang-undang penatagunaan produk Pemerintah baru-baru ini dan peluncuran Dana Investasi Penatagunaan Produk baru. Kami sedang bekerja sama erat dengan pemerintah dan industri untuk memungkinkan daur ulang plastik lunak lebih banyak, membangun sistem dan proses daur ulang yang lebih distandardisasi, serta memastikan konsumen diberi komunikasi yang jelas dan efektif.



SOROTAN DAMPAK KEMASAN DI THE ARNOTT'S GROUP

The Arnott's Group menganjurkan pendekatan ekonomi sirkular untuk memisahkan aktivitas ekonomi dari konsumsi sumber daya terbatas dan menggunakan desain yang baik untuk menghilangkan limbah dari sistem.

Tinjauan kemasan di seluruh perusahaan tahun 2018 menyebabkan sejumlah perubahan pada kemasan untuk biskuit ikonik Tim Tam:

- Memangkas jumlah tinta yang digunakan dalam pencetakan kemasan sebesar lebih dari setengah;
 - Mengalih baki internal untuk menyertakan 10-15% hasil giling dari proses produksi
 - Bergabung dengan program daur ulang plastik lunak REDcycle, untuk memberi konsumen pilihan pengumpulan untuk daur ulang film yang digunakan untuk membungkus biskuit kami dan berupaya mengembangkan ekonomi sirkular
- Menerapkan Label Daur Ulang Australia, guna memberi konsumen informasi yang jelas dan konsisten tentang pembuangan yang benar dari semua komponen kemasan

Perubahan ini mengurangi sumber daya yang digunakan untuk membuat kemasan kami (termasuk penurunan 20% dalam konsumsi air dan energi) dan berkontribusi terhadap peningkatan 54% dalam pemungutan kemasan Lunak bermerek Arnott's.

Dan masih banyak lagi yang dapat kita lakukan. Sebagai bagian dari tujuan 2025 kami, kami akan menjelajahi pilihan untuk mengurangi, menggunakan kembali atau memanfaatkan kembali jumlah kemasan plastik dalam portofolio kami sebesar 10% lagi.

3.3 MENGHUBUNGAN KARYAWAN DENGAN KOMUNITAS



MENGHUBUNG

DENGAN KONSUMEN, PENGECEK, KARYAWAN, DAN MASYARAKAT LUAS
UNTUK MENDORONG CARA HIDUP YANG LEBIH BERKELANJUTAN

1 TIDAK ADA KEMISKINAN


2 NOL KELAPARAN


3 KESEHATAN DAN KESEJAHTERAAN YANG BAIK


5 KESETARAAN GENDER


10 PENURUNAN KETIDAKSETARAAN


12 KONSUMSI DAN PRODUKSI YANG BERTANGGUNG JAWAB


MENDUKUNG INKLUSI DAN KEBERSAMAAN

The Arnott's Group berkomitmen untuk mengembangkan inklusi dan kebersamaan melalui pekerjaan kami. Hanya dengan menghadirkan keberagaman budaya, jenis kelamin, geografi, dan pendapat ke dalam tempat kerja, kami dapat berinovasi dan menanggapi kebutuhan konsumen, pelanggan, dan pemegang kepentingan yang berkembang pesat.

The Arnott's Group bangga atas kemajuannya mengenai kesetaraan gender di tempat kerjanya. Untuk Australia, hal ini digambarkan dalam pelaporan tahunan kami untuk Badan Kesetaraan Gender Tempat Kerja Pemerintah Australia. Komposisi tenaga kerja Australia The Arnott's Group dicerminkan dengan:

- Komposisi jenis kelamin tenaga kerja, dengan 49% wanita dan 51% pria - dalam tingkat Tim Kepemimpinan yang diperluas kami sebesar 45% wanita dan 55% pria.
- 58% kenaikan pangkat dalam 12 bulan terakhir adalah wanita.
- Pengaturan kerja fleksibel dan pengaturan kerja yang mendukung pengasuh.
- Kebijakan, strategi, dan proses untuk membantu mengurangi perundungan, pelecehan, dan diskriminasi.

Pada saat yang bersamaan, kami menyadari bahwa selalu terdapat ruang untuk melanjutkan langkah upaya kami. Dalam berkomitmen terhadap kesetaraan gender di The Arnott's Group, kami akan memusatkan pada bidang yang dapat dikembangkan, antara lain:

- Terus mempersempit kesenjangan gaji berdasarkan jenis kelamin di seluruh tenaga kerja kami,
- Keterlibatan dalam kesetaraan gender, dengan memperkenalkan berbagai cara konsultasi yang lebih luas.

The Arnott's Group sedang berupaya untuk menetapkan strategi formal guna memastikan bahwa kami merupakan tempat kerja yang inklusif bagi semua karyawan, terlepas dari ras, agama, jenis kelamin, orientasi seksual atau kemampuan mereka. Kami menyambut baik perbedaan, dan terus mencari cara untuk mengembangkan suatu lingkungan tempat karyawan kami merasa nyaman untuk menghadirkan diri mereka sendiri ke tempat kerja, setiap hari. Sementara kami membangun dan menerapkan sistem sumber daya manusia kami, kami akan mengukur, melacak, dan melaporkan komitmen kami terhadap keberagaman, inklusi, dan penyertaan dalam tenaga kerja kami.



SOROTAN MENUJU KEBIJAKAN CUTI ORANG TUA YANG INKLUSIF

Kami mengerti bahwa menafkahi keluarga kami adalah salah satu alasan terbesar karyawan kami kembali bekerja setiap hari.

Saat kami berusaha membangun budaya berkinerja tinggi, penting bagi kami bahwa karyawan kami dapat terus unggul, baik di tempat kerja maupun di rumah. Hal ini berarti memberikan dukungan dan fleksibilitas kepada para orang tua di antara kami untuk mengurus keluarga mereka, sambil merasakan sukacita mengasuh anak-anak mereka.

Pada Agustus 2020, The Arnott's Group mengamendemen kebijakan cuti orang tua kami guna memperluas cuti orang tua berbayar sukarela untuk pengasuh utama dan sekunder. Hal ini bertujuan untuk memastikan netralitas gender, dan untuk secara efektif memberikan tunjangan cuti pengasuh utama yaitu cuti berbayar 12 minggu kepada karyawan kami di Australia dan Selandia Baru.

James Prescott:

"Setelah membuat keputusan besar untuk membangun sebuah keluarga, saya sangat senang mengetahui bahwa kami memiliki kebijakan cuti orang tua yang sangat baik dan yang berarti bahwa saya dapat menghabiskan waktu bersama putra saya selama bulan-bulan awal kehidupannya. Selain itu, kebijakan tersebut memberi saya waktu untuk memberi dukungan guna memastikan sebagai sebuah keluarga kami dapat menjalani pengalaman baru ini, berbagi bersama, dan memiliki kenangan yang berkesan."

Mendukung komunitas kami

Dulu, pada tahun 2004, kami mendirikan The Arnott's Foundation sebagai sarana bagi kami untuk berkontribusi secara positif kepada keluarga dan komunitas di Australia. Bekerja sama, The Arnott's Group dan The Arnott's Foundation bertujuan untuk menciptakan lingkungan positif yang memungkinkan keluarga untuk membangun, mempertahankan, dan menikmati kualitas kehidupan lebih baik.

The Foundation bekerja sama dengan empat badan amal - Camp Quality, Foodbank, Fairy Sparkle, dan Driver Reviver. Badan amal ini berfokus pada berbagai masalah mulai dari kanker dan pelayanan kesehatan anak, memberi makan orang yang kelaparan, dan mengurangi kematian akibat kecelakaan mobil.



SOROTAN MENGUBAH KISAH ANAK YANG MENGHADAPI KANKER

Pada tahun 2020, The Arnott's Foundation merayakan tonggak pencapaian yang memuaskan - 16 tahun penuh momen lezat, bermitra dengan Camp Quality. Sejak awal dari kemitraan kami pada tahun 2004, kami telah menggalang dana senilai \$5 juta untuk membantu mengubah kisah bagi anak dengan kanker:

- Gala Ball Arnott's kami yang terkenal, menghasilkan antara \$450-\$500.000 tiap tahun;
- Family Fun Day legendaris di Huntingwood yang menghasilkan \$40-60.000 tiap tahun; dan
- S'more Camp In Campaign pada tahun 2020 yang menghasilkan \$100.000.

Guna menandai peristiwa tersebut, karyawan, pemasok, dan konsumen The Arnott's Group hadir bersama sebagai suatu komunitas, untuk menyelenggarakan sesi Panggang & Buat, menjadi sukarelawan di Camp Quality, dan untuk menghadirkan Arnott's Mobile Bakery untuk keluarga.

FOODBANK MENCAPAI 3 JUTA ORANG DENGAN DUKUNGAN KAMI



SOROTAN

BERMITRA DENGAN FOODBANK UNTUK MENARGETKAN KELAPARAN DAN PEMBOROSAN MAKANAN

The Arnott's Group telah menjadi pendukung yang bangga dari Foodbank Australia karena lebih dari 10 tahun, menyumbangkan jutaan kilogram makanan kepada keluarga yang membutuhkan.

Pada 2020, tahun saat sektor amal berupaya untuk mengimbangi lonjakan permintaan layanan dan dukungan di tengah COVID-19, serta resesi ekonomi, The Arnott's Group melanjutkan dukungannya dengan menyumbangkan makanan senilai lebih dari setengah juta dolar.

The Arnott's Group menyumbangkan hampir 200.000 kg makanan yang setara dengan lebih dari 100.000 kali makan untuk warga Australia rentan yang berjuang untuk memenuhi kebutuhan. Makanan tersebut antara lain hampir 60.000 kg biskuit dan lebih dari 133.000 kg sup - setara dengan 347.000 kali makan untuk warga Australia yang membutuhkan.

Foodbank membantu warga Australia rentan mengakses bahan makanan penting setiap bulan, tetapi lebih banyak dukungan diperlukan guna memastikan persediaan mereka dapat mengimbangi permintaan dari warga Australia yang mengalami kesulitan.

"Hubungan baik kami dengan The Arnott's Group

berarti kami telah mampu memberikan sup yang mudah dan bergizi, serta biskuit lezat kepada orang-orang di seluruh Australia yang berjuang dalam menghadapi pandemi COVID-19. Pada saat orang lebih sering mencari bantuan makanan, dan segalanya menjadi luar biasa, kami sangat bersyukur dapat membantu meringankan sedikit stres dan memulihkan sedikit keadaan normal dengan produk ikonik mereka." – Brianna Casey, CEO Foodbank Australia

"Ini adalah stres lain yang tidak Anda perlukan. Paling tidak, Anda tahu apakah itu adalah kotak variasi atau apa pun, yang akan Anda dapatkan, Anda dapat memanfaatkannya selama seminggu. Orangnya baik, mereka tidak mengkritik dan berbagai makanan bisa Anda dapatkan. Ketika Anda tidak memiliki apa pun, semuanya baik-baik saja. Ini adalah hal-hal praktis yang dapat Anda gunakan. Saya mendapatkan hal yang saya butuhkan." – Kym, NSW, penerima dukungan Foodbank

GIZI DAN KESEJAHTERAAN

The Arnott's Group telah menetapkan prinsip pemandu berikut untuk membantu kami membuat produk lezat secara bertanggung jawab dan menawarkan pilihan kepada konsumen yang sangat sesuai dengan gaya hidup mereka. Prinsip-prinsip kami antara lain:

Menawarkan pilihan kepada konsumen

- Membuat berbagai macam makanan dan minuman sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan gaya hidup mereka.
- Menyediakan ukuran porsi yang sesuai selaras dengan pedoman diet yang berlaku dan menawarkan lebih banyak paket kontrol porsi.

Mengandalkan ilmu pengetahuan gizi

- Menggunakan ilmu pengetahuan gizi selama inovasi produk guna meningkatkan profil gizi portofolio kami.
- Berkolaborasi dengan pemegang kepentingan kesehatan dan gizi yang terhormat untuk mendukung penelitian dan pendidikan tentang gizi.

Berkomunikasi secara transparan

- Memberikan informasi tentang gizi dan bahan untuk seluruh produk kami, supaya membantu konsumen dalam membuat pilihan tepat.
- Memasarkan produk kami dengan cara yang bertanggung jawab
- Terlibat dan mendidik pemegang kepentingan, konsumen, dan karyawan mengenai gaya hidup seimbang yang sehat dan peran produk kami dalam diet secara keseluruhan.

Sesuai dengan prinsip-prinsip ini, kami telah membuat peningkatan gizi yang signifikan dalam portofolio produk kami. Hal tersebut mencakup:

Australia dan Selandia Baru:

- Penurunan sebesar 19% dalam kadar sodium di dalam sup dan penurunan sebesar 40% dalam kadar sodium di makanan ringan asin sejak tahun 2004.
- Penurunan sebesar 51% dalam lemak jenuh di dalam keragaman biskuit Shapes sejak tahun 2010.

- Selain mengurangi bahan makanan dan bahan gizi yang kurang sehat, The Arnott's Group telah berupaya untuk meningkatkan profil gizi produk baru melalui penambahan biji-bijian utuh, polong-polongan, sayur mayur, dan buah-buahan.
- Menghilangkan pewarna dan perasa buatan dari lebih dari 70% biskuit manis polos dan portofolio Tiny Teddy.

Malaysia:

- Beralih dari sukralosa ke stevia dalam Sambal cabai, Saus tomat, dan Saus Lada Hitam, yang menghasilkan penurunan penggunaan gula sebesar antara 15%-45% di seluruh rangkaian
- Rangkaian Saus Prego dan pasta kering menyediakan sumber protein
- Sesuai dengan rekomendasi dari Kementerian Kesehatan, Logo Pilihan Lebih Sehat ditampilkan dalam kemasan rangkaian Prego Dry Pasta



4. Jalan Ke Depan

The Arnott's Group hadir untuk menciptakan momen lezat; namun, sembari produk kami dinikmati saat ini, produk kami juga dapat meninggalkan dampak yang berkesan. Kami bertujuan untuk membangun masa depan yang lebih berkelanjutan untuk komunitas dan lingkungan tempat kami berada.



PERNYATAAN KEBERLANJUTAN 2021

Menciptakan momen lezat dengan rencana untuk membuat sistem makanan berkelanjutan, melindungi lahan yang kami andalkan, dan menghubungkan komunitas kami.



MEMBUAT

Menghasilkan makanan kami dengan cara yang pada akhirnya netral terhadap iklim dan mendorong ekonomi sirkular.



MEMPEROLEH

Memastikan bahan-bahan kami diperoleh dengan cara yang melindungi bumi dan memperkuat komunitas regional.



MENGHUBUNG

Terlibat dengan konsumen, pengecer, karyawan, dan masyarakat luas untuk mempromosikan cara hidup yang lebih berkelanjutan.

KEMASAN BERKELANJUTAN

Mengurangi, menggunakan kembali atau memanfaatkan kembali kemasan plastik ANZ sebesar 10% sebelum tahun 2025 dan memenuhi target Kemasan Nasional Australia tahun 2025.

EMISI NOL BERSIH

Mencapai emisi nol bersih dalam operasi kami sebelum tahun 2040 dan di seluruh rantai nilai kami sebelum tahun 2050.

BAHAN BERKELANJUTAN

Menanam dan mengadakan 100% dari bahan utama kami, yaitu tepung, gula, minyak, produk susu, dan produk kakao secara berkelanjutan sebelum tahun 2035. Menanam dan mengadakan 100% dari bahan utama kami, yaitu tepung, gula, minyak, produk susu, dan produk kakao secara berkelanjutan sebelum tahun 2035.

KOMUNITAS YANG BERKEMBANG

Meningkatkan pilihan, kesempatan, dan kesejahteraan dengan mempromosikan inklusi, penyertaan, mendukung komunitas, dan menyediakan beragam pilihan makanan, serta panduan tentang gizi.



KEMASAN BERKELANJUTAN

KOMITMEN

Mengurangi, menggunakan kembali atau memanfaatkan kembali kemasan plastik ANZ sebesar 10% sebelum tahun 2025 dan memenuhi target Kemasan Nasional Australia tahun 2025.

Kami yakin bahwa penting bagi The Arnott's Group untuk berperan penting dalam mendukung pengembangan ekonomi yang lebih berkelanjutan dalam kemasan. Maka dari itu, kami akan melaksanakan sejumlah inisiatif guna menjalankan peran kami dalam mendorong dan menginspirasi perubahan dalam industri ini.

- 1 Sebelum tahun 2025, kami akan mengurangi, menggunakan kembali atau memanfaatkan kembali kemasan plastik ANZ sebesar 10% dan memenuhi target Kemasan Nasional Australia tahun 2025. Kami akan melakukan hal ini dengan:
 - Mengurangi jumlah kemasan yang kami gunakan dengan menghilangkan kemasan yang tidak perlu
 - Mengoptimalkan format dan ukuran kemasan.
- 2 Sebelum tahun 2025, 100% kemasan kami untuk portofolio ANZ kami akan dapat digunakan kembali, dapat didaur ulang, atau dapat dijadikan kompos. Kami akan melakukan hal ini dengan:
 - Beralih dari film fleksibel beberapa lapis yang tidak dapat didaur ulang ke struktur alternatif (plastik tunggal) yang 100% dapat didaur ulang.
 - Mengganti struktur plastik kami saat ini dengan sesuatu yang terbuat dari kertas atau plastik daur ulang jika memungkinkan dan layak secara finansial.
 - Menerapkan Australasian Recycling Label (ARL) di 100% produk dari portofolio kami.
- 3 Kami sudah menjadi pengguna signifikan dari Kemasan Berkelanjutan. Terhadap target APCO yaitu 50% konten daur ulang rata-rata berdasarkan bobot di seluruh kemasan, kami telah mencapai angka 69%, karena sebagian besar kotak dan karton kami terbuat dari papan serat daur ulang. Secara global, produsen menghadapi tantangan teknologi: tidak adanya alternatif food-grade selain film plastik fleksibel baru. Maka, kami akan menciptakan kemitraan industri yang kuat guna mengembangkan solusi teknologi untuk mendaur ulang plastik lunak melalui: Kami sudah menjadi pengguna signifikan dari Kemasan Berkelanjutan.

Terhadap target APCO yaitu 50% konten daur ulang rata-rata berdasarkan bobot di seluruh kemasan, kami telah mencapai angka 69%, karena sebagian besar kotak dan karton kami terbuat dari papan serat daur ulang. Secara global, produsen menghadapi tantangan teknologi: tidak adanya alternatif food-grade selain film plastik fleksibel baru. Maka, kami akan menciptakan kemitraan industri yang kuat guna mengembangkan solusi teknologi untuk mendaur ulang plastik lunak melalui:

- Bekerja sama sebagai anggota dari Pakta Plastik ANZPAC Ellen MacArthur Foundation untuk membangun peta jalan yang ditetapkan dengan jelas terhadap Target Pakta Plastik 2025 secara nasional dan regional.
- Bermitra dengan Dewan Makanan dan Bahan Makanan Australia untuk menjelajahi model penatagunaan produk untuk daur ulang plastik lunak.
- Bermitra dengan APCO untuk memahami dan meminimalkan dampak dari kemasan plastik kecil (bermasalah) dan merancang peta jalan untuk tindakan lebih lanjut.



DAMPAK NOL BERSIH

KOMITMEN

Mencapai emisi nol bersih dalam operasi kami (Ruang Lingkup 1 dan 2) sebelum tahun 2040 dan di seluruh rantai nilai (Ruang Lingkup 3) sebelum tahun 2050.

Prakarsa:

- Memasang infrastruktur energi terbarukan secara bertahap dan jika memungkinkan di lokasi produksi Australia kami sebelum tahun 2030, dimulai dengan salah satu lokasi Australia kami sebelum tahun 2023.
- Kantor Pusat akan membeli energi terbarukan sebelum tahun 2026
- Membeli pengganti kerugian Gas atau teknologi oven alternatif agar paling tidak 25% netral karbon sebelum tahun 2030
- Antara memasang opsi energi terbarukan yang layak secara lokal di operasi Asia atau membeli pengganti kerugian sebelum tahun 2035
- Mengembangkan opsi energi 'virtual' atau secara bertahap membeli pengganti kerugian agar 100% netral karbon untuk The Arnott's Group sebelum tahun 2040



BAHAN BERKELANJUTAN

KOMITMEN

Menanam dan memperoleh 100% dari bahan utama kami (tepung, gula, minyak, produk susu, dan produk kakao) secara berkelanjutan sebelum tahun 2035.

Meskipun The Arnott's Group memiliki rantai pasokan yang kompleks dengan ribuan bahan dan input yang bersumber dari seluruh dunia, lima bahan merupakan bagian terbesar dari pengeluaran tahunan kami untuk bahan-bahan: tepung terigu, gula, minyak dan lemak, produk susu, dan produk kakao.

Kami mengakui kebutuhan untuk memastikan bahan-bahan ini diperoleh secara berkelanjutan. Kami mengerti bahwa terdapat kekurangan konsensus global tentang definisi bahan berkelanjutan, tetapi The Arnott's Group akan berupaya untuk mengembangkan kerangka kerja yang sesuai dengan tujuan dan mempertimbangkan pendekatan dan kerangka kerja global seperti yang digunakan oleh UN FAO untuk memandu kebijakan bahan berkelanjutan kami.

Kami juga mengerti bahwa fasilitas kami di Malaysia dan Indonesia menghadapi tantangan rantai pasokan yang berbeda. Namun, seiring berjalannya waktu, kami akan berusaha untuk menyelaraskan kebijakan mereka dengan bagian The Arnott's Group lain untuk semua bahan baku utama.

Untuk bisnis ANZ, kami dapat berkomitmen untuk meneruskan sejumlah inisiatif utama yang secara signifikan memperkuat keberlanjutan dari rantai pasokan bahan utama kami.

- 1 Memperoleh bahan utama dari sumber lokal (Australia atau Selandia Baru), jika memungkinkan dan layak secara komersial untuk melakukannya.
 - 100% Tepung terigu ditanam dan diproses di Australia,
 - 100% Produk susu dari Australia atau Selandia Baru,
 - 100% Gula ditanam di Australia, dan
 - 100% Minyak kanola yang ditanam dan dibuat di Australia

Dikarenakan variasi musiman, kendala pasokan, dan pergeseran permintaan, produsen makanan harus mempertahankan fleksibilitas untuk memperoleh bahan guna memenuhi permintaan konsumen. Namun, kami akan melaporkan kinerja kami melalui pelaporan tahunan.

- 2 Memperoleh bahan utama hanya melalui program yang bersertifikasi, diaudit, atau program yang dipimpin oleh industri.
 - 100% minuman kakao yang diadakan dari Afrika Barat untuk tetap disertifikasi secara independen.
 - 100% produk susu ANZ diperoleh dari pemasok Kerangka Kerja Berkelanjutan Industri Produk Susu atau setara NZ sebelum tahun 2022.
 - 100% Minyak Sawit Terpisah dan/atau Bersertifikasi Berkelanjutan (RSPO).
- 3 Mengembangkan kolaborasi dan kemitraan kuat dengan pemasok untuk memberikan manfaat abadi terhadap komunitas petani di wilayah pasokan.
 - Berinvestasi dalam penelitian tanaman gandum Australia guna meningkatkan hasil operasional dan lingkungan, termasuk melalui program pengembangan gandum durum kami.
 - Bekerja dengan pemasok tepung kami untuk menerapkan inisiatif Cool Soil untuk bekerja sama dengan petani biji-bijian melalui kelompok sistem pertanian regional guna mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan kesehatan tanah.
 - Hanya bekerja sama dengan pemasok yang berkomitmen terhadap Kode Pemasok Sumber Bertanggung Jawab The Arnott's Group serta merupakan anggota dari dan mematuhi persyaratan sertifikasi SEDEX.
 - Memastikan semua pemasok utama telah mendaftar ke kode ini sebelum tahun 2025.

Sebagai bagian dari pelaporan tahunan terhadap komitmen ini, kami akan menguraikan kemajuan kami secara transparan dan menyoroti tantangan yang dihadapi dan kemajuan yang telah dicapai dalam menciptakan rantai pasokan yang benar-benar berkelanjutan .

KOMUNITAS YANG BERKEMBANG

KOMITMEN

Meningkatkan pilihan, kesempatan, dan kesejahteraan dengan mempromosikan inklusi dan penyertaan, mendukung komunitas dan menyediakan pilihan makanan yang lebih beragam, serta panduan tentang nutrisi.

Status dan warisan ikonik kami juga menghadirkan tanggung jawab kepada komunitas kami. Kami yakin bahwa kesuksesan yang bertahan hanya mungkin terjadi apabila karyawan, mitra, komunitas, dan konsumen kami juga mendapatkan manfaat.

Hanya dengan memberdayakan individu dan komunitas, dapat kami memastikan bahwa bisnis kami benar-benar berkelanjutan dalam jangka panjang. Demi tujuan itu, kami akan melaksanakan sejumlah inisiatif baru dan membangun inisiatif yang sudah ada guna memberdayakan pemegang kepentingan kami. Hal tersebut mencakup:

1 Inklusi dan Penyertaan

- Menyediakan lingkungan kerja yang sangat inklusif dan aman di mana karyawan kami memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang.
- Mengembangkan dan menerapkan Strategi Inklusi dan Keberagaman.
- Mengembangkan Rencana Tindakan Rekonsiliasi semula kami untuk melanjutkan proses mengakui peninggalan dan warisan bisnis kami dan menghadirkan perspektif dan kepentingan dari orang-orang First Nations ke dalam inti dari bisnis kami
- Mempromosikan perwakilan dan keberagaman yang lebih luas di seluruh inisiatif pemasaran.
- Melaporkan secara terbuka mengenai kesetaraan jenis kelamin dan kesenjangan gaji.
- Memanfaatkan 'tim ramah lingkungan' di seluruh organisasi guna menginspirasi karyawan kami dalam menciptakan inovasi berkelanjutan.

2 Mendukung komunitas

- Mengembangkan dan memperkuat kemitraan dan investasi Yayasan Arnott's dalam komunitas lokal, menyesuaikan fokus jika diperlukan.
- Berusaha membangun kemitraan pertanian yang berkelanjutan dengan pemasok utama dan organisasi nirlaba masyarakat, khususnya di Asia tenggara.
- Terus menawarkan hari sukarela dan program sukarela bagi para karyawan

3 Gizi

- Menggandakan jumlah makanan ringan dalam portofolio ANZ kami dengan atribut gizi positif yang lebih banyak, melalui paling tidak satu atau lebih dari – adanya biji-bijian utuh, serat, protein; atau pengurangan di kadar sodium, lemak jenuh, dan gula tambahan sebelum tahun 2025.
- Meningkatkan makanan ringan kontrol porsi rangkaian ANZ kami sebesar 20% sebelum tahun 2025.
- Mempertahankan pelabelan transparan.
- Melaksanakan penilaian nutrisi lengkap portofolio Asia kami terhadap pedoman diet lokal, dan pesaing utama untuk setiap wilayah, guna menetapkan garis dasar. Menyesuaikan langkah ke depan untuk memastikan bahwa kami memiliki rangkaian produk yang memungkinkan konsumen untuk membuat pilihan yang tepat sesuai dengan kebutuhan gaya hidup mereka.

