

Verslag AGM Unilever

Soort vergadering	AGM
Datum vergadering	15 mei
Plaats vergadering	Rotterdam
Woordvoeder MN	Kris Douma
Stemvolmacht	
Spreekvolmacht	
Opkomst AVA	

Agenda, spreektekst + verslag AGM Unilever

Unilever N.V. nodigt haar aandeelhouders en certificaathouders uit tot het bijwonen van de Jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders ('AvA'), te houden op woensdag 15 mei 2013 om 09.30 uur in het Willem Burger Complex van De Doelen, Kruisplein 40 in Rotterdam.

De verkorte agenda van de AvA omvat de volgende onderwerpen*:

- 1 Behandeling van het jaarverslag over het boekjaar 2012, waaronder de Corporate Governance sectie en het Remuneratieverslag van de Bestuurders
- 2 Vaststelling van de jaarrekening en bestemming van de winst over het boekjaar 2012 (besluit)
- 3 Decharge van uitvoerend bestuurders (besluit)
- 4 Decharge van niet-uitvoerend bestuurders (besluit)
- 5-6 Herbenoeming van uitvoerend bestuurders (besluit)
- 7-15 Herbenoeming van niet-uitvoerend bestuurders (besluiten)
- 16-18 Benoeming van niet-uitvoerend bestuurders (besluiten)
- 19 Benoeming van de externe accountant belast met het onderzoek van de Jaarrekening over het boekjaar 2013 (besluit)
- 20 Aanwijzing van de Raad van Bestuur als bevoegd orgaan tot uitgifte van aandelen (besluit)
- 21 Machtiging van de Raad van Bestuur tot inkoop van gewone aandelen en certificaten daarvan in het kapitaal van de Vennootschap (besluit)
- 22 Vermindering van het aandelenkapitaal met betrekking tot aandelen en certificaten daarvan gehouden door de Vennootschap in haar eigen aandelenkapitaal (besluit)
- 23 Rondvraag en sluiting van de AvA

Stemmingen: Intentie is op alle voor besluitvorming aangemelde agendapunten VOOR te stemmen.

Uitslag: Aanwezig waren aandeelhouders/certificaathouders met 1,874,268,200 stemmen. Dat is 84.04% van de uitgegeven stukken. Alle agendapunten zijn aangenomen met uitslagen van meer dan 95% voor.

Spreektekst: Inleiding

Mijn naam is Kris Douma. Ik spreek namens MN, vermogensbeheerder voor 20 Nederlandse en Britse pensioenfondsen waaronder PMT, PME en Koopvaardij. Tevens spreek ik namens APG, Robeco, PGGM, ING Fund Management BV (met uitzondering van het thema cumprefs), Syntrus Achmea, Menzis, de Grafische Bedrijfsfondsen en het Telegraaf Pensioenfonds.

Ik stel er hier in de aandeelhoudersvergadering prijs op te memoreren dat we ook het afgelopen jaar meerder constructieve gesprekken met Unilever hebben gehad, over zowel strategische kwesties, het toekomstige beloningsbeleid en over duurzaamheid. Die gesprekken worden door ons zeer op

prijs gesteld. Die gesprekken stellen ons in staat eventuele zorgen over ontwikkelingen in de onderneming vroegtijdig onder de aandacht te brengen en vergroten ons inzicht in de ondernemingen. We hopen die gesprekken in de komende tijd voort te kunnen zetten, hopelijk ook met leden van de executive en non executive board.

1. Annual Report en Financial Results en Sustainable Living Plan

Allereerst de welgemeende complimenten. Ondanks de zorgwekkende economische situatie in Europa en ondanks de hoge grondstofprijzen groeide de omzet in alle productgroepen en in alle regio's. Maar vooral de inzet op het verwerven van marktpositie in opkomende landen heeft zich in 2012 positief uitbetaald. Het overnamebeleid is prudent en gericht op versterking en uitbouw van bestaande posities. Netto winst, cash flow en Total Shareholder Return laten eigenlijk ook niets te wensen over. We hadden ook thuis kunnen blijven, maar zijn toch gekomen om samen met u zowel terug als vooruit te blikken.

Wel hebben wij wat vragen over het initiatief het aandeel in Hindustan Unilever uit te breiden naar 75%. De eerste reacties op het bod zijn positief. Vraag is wel of Unilever niet een te hoge premie van meer dan 25% betaalt voor de inkoop van circa 22% van de aandelen. Immers, Unilever had al meer dan 50% en daarmee ook de effectieve controle. Bovendien lijkt Unilever Hindustan te kampen met een aantal structurele problemen: inzakkende vraag, mede als gevolg van illegale praktijken waarin de sterke merken van Unilever worden gekopieerd, toegenomen concurrentie als gevolg van nieuwe toetreders tot de Indiase markt en stijgende grondstofprijzen. Met andere woorden wat is de meerwaarde van de uitbreiding van het aandelenpakket in Hindustan voor Unilever en waarom is dat meer dan €4 miljard waard?

Reactie Unilever: Meeste aandeelhouders hebben positief gereageerd op besluit om een groter aandeel te nemen in Hindustan. Lastige omstandigheden worden erkend, maar de Indiase markten laten groei en kansen zien voor Unilever. De bevolking van 1,3 miljard mensen neemt nog steeds toe en dat is belangrijk.

Ondertussen zijn ook de resultaten over het eerste kwartaal 2013 bekend gemaakt. Die laten eveneens een positief beeld zien. Met één uitzondering, de markt voor spreads in de ontwikkelde economieën. Dat kleine tegenvallertje heeft samen met de verkoop van Skippy vorig jaar tot speculaties geleid dat Unilever afscheid zou willen/moeten nemen van haar activiteiten in spreads. Ziet u dit dipje als een conjuncturele situatie of is er aanleiding structureel te kijken naar dit onderdeel binnen Foods? En als het een meer structureel probleem is, is de verkoop van de activiteiten in spreads dan een reële optie, of vindt u het een essentieel onderdeel van de Unilever strategie in Food. Wat ons betreft is er geen reden voor overhaaste conclusies, maar we zijn wel benieuwd naar uw visie?

Reactie Unilever: De margarine en spreads business liet Q1 vorig jaar +9 zien, dit jaar in Q1 is dat -5. We moeten dus niet te snel conclusies trekken. Maar de teruglopende cijfers hebben vanzelfsprekend onze aandacht. Wij werken aan de verbetering van de smaak, meer natuurlijk en met minder ingrediënten. Onze margarine is steeds een gezond product waar we achter staan. Dit is duidelijk een andere situatie dan bij Skippy waar wij niet meer in geloofden.

Nadat we eerst wat kritisch waren over de vraag of het ondernemingsstrategie en het Sustainable Living Plan wel voldoende in elkaar waren geïntegreerd, lijkt het USLP ondertussen inderdaad een kernelement van de strategie van Unilever te zijn. Er is slechts één onderdeel waarop we de afgelopen jaren enkele keren vraagtekens hadden over het Sustainable Living Plan en dat was het relatief forse aantal controverses met werknemers in de supply chain, in zowel India, Pakistan,

Turkije, Frankrijk en recent in Vietnam. In een gesprek dat we onlangs met u hadden werd duidelijk dat er voor social issues inderdaad een meer integrale aanpak wordt ontwikkeld en dat daarvoor ook nieuwe mensen zijn aangenomen. Kunt u iets vertellen over dat programma, met name als het gaat over de arbeidsrechten, arbeidsomstandigheden en OESO-richtlijnen ten aanzien van een 'livable wage'?

Reactie Unilever: Wij werken met OxfamNovib en in Nederland aan verbetering van supply chains met specifieke aandacht voor arbeidsomstandigheden. Engane ook met de overheid, o.a. om in Vietnam een systeem van pensioen op te bouwen (besproken met president). Issues hebben permanente aandacht, ook in het kader van aangescherpte beleid op 'social issues'.

Nu het zo goed gaat met Unilever richt onze aandacht zich natuurlijk ook op de kwetsbaarheden van de onderneming, met andere woorden op de kwaliteit van het risico management. Het Annual Report heeft een uitgebreide paragraaf over risico management. Maar tegelijk stellen we vast dat de risico's en maatregelen erg in algemene termen zijn beschreven. Laat ik er een drietal uitlichten:

- Zeker nu Unilever al enkele jaren reclame voert onder de merknaam inclusief het algemene Unilever logo is het risico van reputatieschade op zich niet groter geworden, maar is de impact van een controversie in één product niet meer beperkt tot dat ene product, maar raakt potentieel nu de gehele onderneming. Heeft dat geleid tot een aanscherping van het risicomangement?

Reactie Unilever: De wereld word transparanter, consumenten kennen de producten die zij kopen. Consumenten willen ook het bedrijf achter het merk kennen en begrijpen. Daarom moet ieder merk aan de hoogste standaard voldoen. Want de reputatie van Unilever is afhankelijk van de reputatie van alle onderliggende merken. Door het initiatief te blijven nemen werken we aan sterkte merken.

- Van alle doelstellingen uit het USLP blijkt het terugdringen van het watergebruik een van de lastigste opgaven. Tegelijk weten we dat de beschikbaarheid van schoon (drink-)water in veel opkomende markten een groeiend probleem is. In hoeverre worden productie en verkoop van producten in die landen bedreigd door een tekort aan schoon water?

Reactie Unilever: Veel gebieden hebben te maken met waterschaarste. Daarom brengen we nog verder in kaart welke gebieden waar Unilever opereert te maken hebben met water schaarste. In de eerste plaats heeft Unilever zelf het eigen gebruik van water fors teruggebracht. Watergebruik is het grootste in de landbouw. We werken steeds meer met drip irrigatie in plaats van met flood irrigatie. Daarnaast heeft Unilever producten ontwikkeld die het voor consumenten mogelijk maken om minder water te gebruiken. Hierbij kan gedacht worden aan wasmiddelen, shampoo en zeep die minder water nodig hebben. Daarnaast heeft Unilever producten die water zuiveren.

- In de risicoparagraaf verwijst Unilever naar de noodzaak van samenwerking met andere bedrijven in de keten, om te komen tot duurzame supply chains. Recent lazen wij berichten dat de productie van duurzame palmolie mogelijk onder druk staat omdat behalve Unilever er onvoldoende bedrijven zijn die duurzame palmolie inkopen. In hoeverre is dit inderdaad een issue, specifiek voor palmolie, maar ook in algemene zin?

Reactie Unilever: Het vraagstuk van palmolie is complex . Wij zijn een koploper als het gaat om de verduurzaming van palmolie, maar we zien dat de hele sector langzaam

transformeert en kiest voor duurzame palmolie. Om onze eigen supply van duurzame palmolie zeker te stellen, bouwen wij aan onze eigen fractionation fabriek in Indonesië. Voor het verder implementeren van het Sustainable Living Plan is het nodig dat we bij de verduurzaming van supply chains coalities met partners opbouwen.

- In de gesprekken die wij met enige regelmaat met Unilever voeren worden wij ook soms geconsulteerd over het beloningsbeleid. Daarover staat nu geen voorstel op de agenda, lekker rustig! Vorig jaar werden door Unilever in de statuten de mogelijkheid gecreëerd van samenvoeging van de aandeelhoudersvergaderingen in de UK en in Nederland. In de UK bestaat de plicht het remuneratierapport ter stemming voor te leggen. Nu dat in de UK moet ligt het voor de hand dat ook in NL te doen. Wij zouden dat op prijs stellen en vragen u dus het remuneratierapport volgend jaar ook in Nederland op de AVA te agenderen?

Reactie Unilever: Wij volgen de codes van ieder land. Wij zullen kijken wat de mogelijkheden zijn voor verdere harmonisering.

- De voormalig topman van Unilever, Antony Burgmans, heeft er voor gezorgd dat de Nederlandse CG-code is aangevuld met enkele bepalingen over de zogenaamde ESG-risico's (zie bijlage). De Code roept de RvB en RvC aan de (quote) *"de voor de onderneming relevante maatschappelijke aspecten van ondernemen."* Kunt u aangeven op welke wijze daaraan door de non executive board van Unilever invulling wordt gegeven, met name waar het gaat om de materiële risico's die Unilever loopt op het gebied van energie, water, grondstoffschaarste en werknemers? Misschien dat mevrouw Louise Fresco daarover iets aan de aandeelhouders kan vertellen?

Reactie Unilever: CSR is volledig geïntegreerd in strategie van Unilever. In de board spreken wij zeer uitgebreid over het Sustainable Living Plan.

2. Agendapunt 22: Inkoop eigen aandelen

Ger Fehrenbach van PGGM zal bij dit agendapunt namens de genoemde investeerders (**excl. ING**) het woord voeren over de cumprefs. Belangrijkste aandachtspunt daarbij zal zijn het onevenredig grote stemrecht van de cumpref-houders. Ger Fehrenbach heeft zowel het issue van het remuneration report als de opvattingen van investors ten aanzien van afbouw cumprefs verwoord.

Reactie Unilever: Heeft bekende standpunt nogmaals uiteengezet en gezegd dat er nog steeds aan wordt gewerkt met betrokken partijen tot overeenstemming te komen. Tot op heden zonder resultaat.

3. Naberichten + Vervolg dialoog

Media hebben uitgebreid over de AVA van Unilever bericht, met name over het issue rond de spreads. Positieve terugkoppeling van de onderneming dat we ook strategische issues ter vergadering/bespreking hebben gebracht (spreads, Hindustan, risico management). Na AVA geruchten over belangstelling P&G voor Polman. **Onderwerpen voor vervolg dialoog:**

- **Toekomst spreads**
- **Integratie Unilever Hindustan**
- **Toekomstige opvolging CEO**
- **Afhankelijkheid verduurzaming van supply chain van samenwerking in de sector**
- **Inhoud en implementatie beleid op 'social issues', met name in supply chain**