

ООО «ЮНИЛЕВЕР РУСЬ» // UNILEVER

Unilever – один из мировых лидеров по производству товаров повседневного спроса. Компания осуществляет свою деятельность в России 25 лет.

Выпуск продукции осуществляется на базе четырех крупных производственных кластеров: пищевой продукции и мороженого в Тульской области, чая, косметической продукции и бытовой химии в Санкт-Петербурге, косметической продукции в Екатеринбурге, а также мороженого в Омске.

Общий объем инвестиций в российскую экономику превышает 183 млрд руб.

Численность персонала в России – порядка 5 тыс. чел.



**ДЖЕЙВИ
РАМАН**
Президент
Unilever в России

JV RAMAN
Executive
Vice President
Unilever Russia

Unilever is one of the world leaders in the production of everyday goods. The company has been operating in Russia for 25 years.

The products are produced on the basis of 4 large production clusters: food products and ice cream in Tula region, tea, cosmetic products and household chemicals in St. Petersburg, cosmetics in Yekaterinburg, and ice cream in Omsk.

The total volume of investments in the Russian economy exceeds 183 billion rubles.

The number of personnel in Russia is about 5 thousand people.

Цель компании Unilever – сделать устойчивое и достойное качество жизни доступным для всех. Компания убеждена, что в нестабильном мире, на фоне климатических изменений и роста населения планеты устойчивое развитие является той долгосрочной стратегией, которая позволит достичь роста бизнеса и принести пользу обществу. Компания меняет подходы к ведению бизнеса и делает программы более масштабными в тех областях, где можно достичь наибольших изменений.

Запущенный в 2010 г. План устойчивого развития и повышения качества жизни является программой устойчивого роста Unilever. План помогает обеспечивать прибыльный рост брендов компании, снижать издержки и внедрять инновационные решения. Главная задача Unilever в рамках Плана – обеспечить рост объемов своего бизнеса, вдвое снизить воздействие на окружающую среду и повысить положительное влияние на жизнь общества.

В Плате определены три ключевые цели, для достижения которых компания взяла на себя девять обязательств, подкрепленных целевыми показателями социальной, экологической и экономической деятельности, в том числе:

- улучшение здоровья и самочувствия 1 млрд чел. к 2020 г.;
- снижение воздействия своей продукции на окружающую среду вдвое к 2030 г.;
- повышение уровня жизни миллионов людей по мере увеличения объемов бизнеса к 2020 г.

К настоящему времени компания достигла следующих результатов в реализации Плана:

- Unilever помог 538 млн человек по всему миру улучшить здоровье и самочувствие благодаря программам, реализуемым брендами с социально значимой миссией, включая 4,5 млн чел. в России;
- 35% ассортимента пищевой продукции Unilever в мире (52% в России) соответствуют высочайшим мировым стандартам питания;
- 100% производственных и непроизводственных площадок компании прекратили отправлять неопасные отходы на захоронение с января 2015 г.;
- более половины (51%) сельскохозяйственного сырья и 67% всех материалов и услуг по всему миру Unilever закупает у сертифицированных поставщиков.

Реализацию стратегии устойчивого развития подкрепляют следующие корпоративные стандарты и политики Unilever, дополняющие План устойчивого развития и повышения качества жизни: Кодекс принципов ведения бизнеса, Политика по охране труда, здоровья и защите окружающей среды, Политика ответственных закупок материалов и сервисов, Кодекс устойчивого сельского хозяйства, Политика по оказанию благотворительной помощи.

С принятием 25 сентября 2015 г. Целей устойчивого развития ООН (ЦУР ООН) компания убедилась в актуальности собственного Плана устойчивого развития и наличии прямой связи между своей стратегией и усилиями мирового сообщества по преодолению вызовов, стоящих перед человечеством. Каждое из девяти ключевых направлений Плана соответствует одной или более ЦУР, как показано на схеме. По ряду ЦУР Unilever реализует программы и задачи на протяжении более чем 5 лет.

Среди многочисленных социальных программ компании по достижению ЦУР покажем некоторые из них.

В России Unilever внедряет проекты по достижению ЦУР как в рамках собственных производственных центров и логистических комплексов, так и при помощи программ, проводимых под эгидой торговых марок компании. Многие проекты реализуются при поддержке стратегических партнеров Unilever, таких как Московская школа управления СКОЛКОВО, Ассоциация менеджеров, Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства и других.

Основные цели, задачи и корпоративные программы по достижению ЦУР

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОМПАНИИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ



- Оказать положительное влияние на жизнь 5,5 млн людей по всему миру.
- Расширить участие молодых предпринимателей в производственно-бытовой цепи Unilever.
- Расширить доступ наших сотрудников и потенциальных сотрудников к обучению и развитию профессиональных навыков.

ПРОГРАММЫ, ПРОЕКТЫ, МЕРОПРИЯТИЯ

Программа «Идеальные города», направленная на повышение качества жизни местных сообществ, развитие новых каналов сбыта и выход в новые форматы торговли.

Программа Lipton Goodstarter по развитию и поддержке социального предпринимательства.

Программы стажировок и развития Unilever Leadership Internship Program и Unilever Future Leadership Program.

СОЦИАЛЬНЫЕ



- Помочь более чем 1 млрд человек по всему миру улучшить их повседневные гигиенические привычки и улучшить их общее здоровье и самочувствие.
- Удвоить ассортимент пищевой продукции, отвечающей высочайшим мировым стандартам, основанным на рекомендациях диетологов.
- Наладить партнерство с фондами продовольствия по всему миру, чтобы решить проблему пищевых отходов.
- Открыть новые возможности для 5 млн женщин по всему миру.
- Создать условия для обеспечения справедливой оплаты труда.

Стратегическое партнерство с Фондом продовольствия «Русь», направленное на передачу продукции компании населению, оказавшемуся в трудной жизненной ситуации.

Программа бренда Domestos «Помоги детским больницам и школам», направленная на повышение уровня санитарии и развитие у детей с раннего возраста правильных гигиенических привычек.

Программа бренда «Лесной бальзам», направленная на повышение осведомленности потребителей об основных принципах правильного ухода за полостью рта.

Проект Dove Self-Esteem Program, направленный на повышение самооценки девочек в возрасте от 11 до 14 лет, реализуемый в 14 регионах России.

Внедрение Руководящих принципов ООН по делам и правам человека в принципы ведения бизнеса Unilever – Программа повышения качества портфеля пищевой продукции Unilever.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ



- Снизить расход воды по всей нашей глобальной сети производств до уровня 2008 г. или ниже.
- Снизить выбросы CO₂ на наших производствах до уровня 2008 г. или ниже.
- Сделать наши производства углеродно-нейтральными или углеродно-позитивными.
- Снизить объем отходов, образующихся в нашем производственном процессе, до уровня 2008 г. или ниже.
- Снизить объем отходов, образующихся от утилизации нашей продукции потребителем, вдвое.
- Закупать 100% нашего сельскохозяйственного сырья у сертифицированных поставщиков.

Строительство и модернизация локальных очистных сооружений в производственных кластерах.

Программы снижения углеродного следа, реализуемые на производствах и в логистике.

Программа Carbon+, направленная на отказ от использования угля в энергопотреблении производств и поэтапный переход на использование энергии из возобновляемых источников.

Программа «Ноль отходов на захоронение» по полному отказу от направления опасных производственных отходов компании в России на полигоны.

Участие компании в инициативах по внедрению раздельного сбора отходов и исполнения расширенной ответственности производителя.

Создание вертикально интегрированного растениеводческого агрокластера в Тульской области (при участии Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства и Министерства сельского хозяйства Тульской области, крупных переработчиков и интеграторов (субъектов малого бизнеса) и фермерских хозяйств).

ЧИСТАЯ ВОДА И САНИТАРИЯ



Программа по строительству и модернизации локальных очистных сооружений в производственном кластере Unilever в Санкт-Петербурге. В 2012 г. руководством компании Unilever было принято решение модернизировать локальные очистные сооружения, поскольку действующая на предприятиях на территории России система очистки воды не справлялась с объемами и характером водостоков, изменившимися с момента ее запуска.

В результате детальной проработки вопроса и при всесторонней поддержке ГУП «Водоканал Санкт-Петербург» Unilever начал сотрудничество с компанией WEHRLE Umwelt GmbH, одним из мировых лидеров в области поставки широкого спектра природоохранных

технологий. За успешным испытанием нового оборудования последовало внедрение технологии водоочистки в производственном кластере компании по выпуску чая, косметической продукции и бытовой химии в Санкт-Петербурге.

Помимо этого, специалисты Unilever усовершенствовали технологический процесс, который позволил добиться экономии в потреблении воды: благодаря планированию заказов в соответствии с минимальным количеством обязательных промывок оборудования между производственными циклами количество затрачиваемой на эти цели воды снизилось на 30%. Удалось оптимизировать потери готового продукта и внедрить различные инженерные решения (реконструировать внутриплощадочные инженерные сети, внедрить автоматические системы мойки оборудования).



ПЛАН УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ UNILEVER И ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН



Таким образом, производственному кластеру компании в Санкт-Петербурге удалось снизить удельное потребление воды на 11%, а общие потери готового продукта – на 2%.

В ближайшей перспективе компания намерена спроектировать и возвести собственные очистные сооружения на всех своих производственных площадках в России.

ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ ЦУР

Unilever предлагает молодым лидерам интенсивную бизнес-практику, ответственные проекты, всесторонний опыт и возможность учиться у экспертов мирового класса. Это реализуется благодаря двум основным программам стажировок и развития для студентов старших курсов и выпускников вузов: Unilever Leadership Internship Program (ULIP) и Unilever Future Leadership Program (UFLP).

ULIP – это программа стажировок для студентов 3–4-х курсов, реализуемая на производственных площадках Unilever в Санкт-Петербурге, Туле, Екатеринбурге, Омске, а также центральном офисе компании в Москве. Ежегодно программу проходят до 70–80 российских студентов, успешно справившихся с этапами отбора. Отбор проводится дважды в год, а сами стажировки длятся 3 месяца (февраль, март, апрель в зимне-весенний период и июль, август, сентябрь в летне-осенний период).

UFLP – это ежегодная программа для выпускников, в рамках которой у молодых специалистов есть возможность в течение 2 с половиной лет получить опыт работы в различных подразделениях компании Unilever. Выпускники программы занимают руководящие должности в компании и принимают активное участие в развитии бизнеса Unilever в России.

В рамках UFLP и ULIP у студентов и молодых специалистов есть возможность познакомиться с бизнесом Unilever в России, а также попробовать свои силы в реализации настоящих проектов. Участники получают задания с измеримыми показателями эффективности, по которым в конце программы будет оцениваться успешность ее прохождения. В случаях, когда место жительства и учебы студентов и молодых специалистов отличается от местоположения офисов и производственных площадок Unilever, компания берет на себя расходы на переезд и проживание для участников программы UFLP.

Помимо прочего, компания организует и проводит большое количество мастер-классов в вузах по всей территории России, которые помогают студентам получить представление о том, как их знания применяются на практике, какие есть возможности построения успешной карьеры. С целью широкой информированности о подобных возможностях компания активно ведет страницы в социальной сети ВКонтакте, где представлены несколько групп, посвященных построению карьеры в компании Unilever.

Unilever планирует расширять охват программ и приглашать к участию больше студентов, а также рассматривает возможность увеличения продолжительности программы ULIP и предоставления компенсационного пакета на переезд для ее участников.

УСТОЙЧИВЫЕ ГОРОДА И НАСЕЛЕННЫЕ ПУНКТЫ

Программа «Идеальные города» реализуется в г. Москве и г. Санкт-Петербурге.

С середины 2015 г. Unilever принял к реализации глобальную программу «Идеальные города», направленную на повышение качества жизни местных сообществ.

В рамках подготовки плана мероприятий, приуроченных к празднованию 25-летия компании в России, Unilever принял к реализации глобальную программу «Идеальный город», направленную на повышение качества жизни местных сообществ.

Г. Москва включена в перечень 10 «Идеальных городов» (наряду с такими городами, как Бангкок, Дели, Джакарта, Мумбаи, Нью-Йорк, Рио-де-Жанейро, Сан-Паулу, Санкт-Петербург и Шанхай), в которых эта программа внедряется силами компании в приоритетном порядке уже начиная с 2016 г.

Проект «Идеальный город» включает направления:

- развитие новых каналов сбыта и выход в новые форматы торговли с целью обеспечения жителей более широким ассортиментом товаров повседневного спроса, отвечающим принципам устойчивого развития (экологичность, вовлеченность в решение социально значимых проблем, экономическая инклюзивность) и более качественным сервисом;
- реализация инициатив, направленных на содействие решению ключевых социально значимых проблем, являющихся предметом беспокойства жителей Москвы, в сотрудничестве





с администрацией города, ключевыми торговыми партнерами, научным сообществом и общественными организациями. В частности, обладая уникальным для индустрии товаров повседневного спроса опытом эффективного обращения с производственными отходами в мире и в России, Unilever готов делиться практиками и стандартами в этой области с другими промышленными и торговыми предприятиями г. Москвы в целях улучшения экологической ситуации в городе;

- реализация программ информирования и просвещения покупателей о ключевых принципах устойчивого развития и ответственного потребления, вовлечение их в вышеуказанные социально значимые инициативы на принципах волонтерского движения.

К настоящему времени в рамках проекта было реализовано более 100 мероприятий в точках продаж, городских событий и совместных программ с партнерами с участием потребительских брендов Unilever, в их числе:

- социальная кампания «Начни лето с чайного листа» под эгидой торговой марки чая Lipton, направленная на продвижение здорового образа жизни, активного летнего отдыха и использование экологичного велосипедного транспорта для совершения покупок в городе (оборудование велопарковок у предприятий торговли), в период с 01 июня по 31 июля 2016 г. в партнерстве с сетью предприятий розничной торговли «Пятерочка» (около 800 магазинов в г. Москве);
- поддержка экологического движения «Всероссийский субботник» под эгидой бренда Сif в сотрудничестве с Ассоциацией менеджеров, направленного на озеленение и благоустройство парковых территорий, в период с апреля 2016 г.;
- общероссийская социальная программа «Непотеха» под эгидой торговой марки дезодорантов Rexona, нацеленная на пропаганду активного образа жизни (бег, занятия спортом) и одновременно содействие жителям города, нуждающимся в досрочном погашении ипотечной задолженности (в условиях последствий экономического кризиса), в период с февраля по апрель 2016 и 2017 гг. Всего в программе приняло участие 500 тыс. чел., среди них около 32 тыс. жителей г. Москвы и Московской области;

- социальная программа под эгидой бренда Dove, проводимая в течение 2016–2017 гг. в российских школах, включая образовательные учреждения Москвы, направленная на девочек в возрасте от 11 до 14 лет и включающая в себя тренинги и семинары, призванные поднять самооценку девочек и освободить их от навязанных обществом стереотипов красоты. Общий охват участниц программы за 2016–2017 гг. в Москве и Московской области составил 37 тыс. чел.;
- поддержка московского «Праздника мороженого» в парке «Сокольники» под эгидой бренда пломбира «Золотой Стандарт», фестиваля «Московское мороженое» и Всероссийского Велопарада под эгидой мороженого «Инмарко», направленных на продвижение здорового образа жизни и активного летнего отдыха, в мае-июне 2016 и 2017 гг.;
- конкурс грантов для поддержки молодых предпринимателей, чьи проекты направлены на улучшение качества городской среды и инфраструктуры, совместно с Московской школой управления СКОЛКОВО, в период с июня по сентябрь 2017 г.;
- конкурс инновационных технологий в сфере образования, креативных индустрий и умного города «Мосгортех», совместно с Агентством инноваций г. Москвы, в период с августа 2017 г. по март 2018 г.

Общественное признание

- Лауреат премии People Investor, номинация «Экологическая эффективность» (2013 г. и 2015 г.).
- Победитель ежегодного конкурса ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» «Хрустальная капля» в номинации «Чистые воды Балтики» (2014 г.)
- Лауреат премии SKOLKOVO Trend Award, номинация «Социальное предпринимательство» (2015 г.).
- Лауреат премии People Investor, номинация «Здоровье персонала» (2016 г.).
- Первое место в рейтинге «Лучшие компании по мнению студентов с высоким потенциалом» по версии премии Best Company Award, в сегменте производителей товаров повседневного спроса (2017 г.).