

Третий год подряд Unilever возглавляет комитет по деловой этике в Ассоциации менеджеров. Деятельность комитета призвана консолидировать лучшие практики из сферы бизнес-этики в России, а также выполнять просветительско-образовательную функцию, способствуя формированию высоких этических стандартов ведения бизнеса в компаниях разных отраслей, размеров и форм собственности.

Unilever расширяет принципы равенства на всех уровнях, внедряя дополнительные политики и процессы, основанные на принципах справедливости. С 2019 года действует программа декретного отпуска для пап, она дает возможность взять дополнительный отпуск длиной в 3 недели. На конец 2022 года средний стаж сотрудников в компании – 7 лет и 10 месяцев, средний возраст сотрудников – 40 лет. В компании действует Кодекс принципов ведения бизнеса, обновленную в 2022 году версию можно найти [по ссылке](#). Кодекс устанавливает четкий стандарт поведения для того, чтобы компания всегда делала правильный выбор, обеспечивая простую систему обязательств и запретов. Это документ, который не только защищает Unilever и каждого из сотрудников, но и помогает оказывать существенное влияние на жизни миллионов людей в цепочке создания ценности.

## Будущее в сфере труда

### Помочь 10 млн молодых людей получить необходимые навыки для их подготовки к трудоустройству до 2030 года

В ходе 2022 года команда по работе с брендом работодателя провела ряд карьерных консультаций и мини-кейс-чемпионатов, в которых участвовали более 400 студентов из вузов Москвы и Санкт-Петербурга. Они смогли посмотреть на работу внутри компании, подтянуть свои навыки и получить новые, которые им будут необходимы на старте карьеры. Студентам все также доступен подкаст [«Карьерный вопрос»](#) – подкаст-дискуссия о карьере для тех, кто только начинает ее строить. А еще для тех, кто хочет что-то изменить в работе, но пока не понимает, в какую сторону двигаться. Один выпуск – один карьерный вопрос. И 2 успешных молодых специалиста с противоположным опытом, которые готовы об этом вопросе как следует поспорить.



Unilever принял участие в совместном образовательном проекте Effie Russia и Высшей школы бизнеса ВШЭ, целью которого являлись погружение и интеграция студентов в реальные бизнес-проекты для проработки навыков аналитической деятельности, а также коллаборация с представителями бизнеса в рамках социальных и экологических проектов компаний. Unilever участвовала уже второй раз вместе с брендом «Чистая линия». У студентов стояла задача поработать над коммуникационной и маркетинговой стратегией бренда в области защиты и поддержки природы России. Участие приняли 20 человек в составе 4 команд.



В партнерстве с НИУ ВШЭ и МГУ компания запустила большое образовательное мероприятие – Академию Unilever, целью которого было подготовить молодых талантов к работе, повысить их уровень лидерских и гибких навыков. В Академии приняло участие более 400 студентов, по результатам проведенных центров оценки уже 2 выпускника Академии присоединятся к компании в 2023 году.

**По результатам исследования Universum Unilever подтвердила лидирующую позицию лучшего работодателя FMCG-сектора на российском рынке среди целевой аудитории.** Исследование Universum было проведено с ноября 2021 года по февраль 2022 года: в его рамках были опрошены российские студенты по всей стране. Социологи стремились узнать карьерные предпочтения и приоритеты студентов, выявить их ожидания от работодателей, а также выяснить, какие работодатели и отрасли являются самыми привлекательными.

# Forbes

**Unilever получил платиновый статус в рейтинге «Лучшие работодатели России в 2022 году» по версии журнала Forbes**

**Лучшие работодатели России в 2022 году по рейтингу Forbes в группе «Платина».** Forbes представил четвертый рейтинг лучших работодателей России. В 2022 году в рейтинг вошли 118 компаний, они разделены на 4 группы: «Платина», «Золото», «Серебро» и «Бронза». Компании попадали в группы в зависимости от оценки по набранным баллам. Оценка компаний складывалась по всем 3 составляющим аббревиатуры ESG: «Сотрудники и общество» (S), «Экология» (E) и «Корпоративное управление» (G). В методологии этого года акцент был сделан на социальных параметрах, которые в условиях экономического кризиса оказались наиболее актуальны для российских компаний.