

Улучшение здоровья планеты

Защита и восстановление окружающей среды

- К 2023 году создать цепочку поставок, не приводящую к уничтожению лесов.
- Закупать 100% основных категорий с/х сырья у сертифицированных поставщиков.
- Использовать 100% биоразлагаемые ингредиенты к 2030 году.

Использовать 100% биоразлагаемые ингредиенты к 2030 году

Указанное обязательство относится главным образом ко всем категориям продукции Unilever. Кроме того, стратегия включает в себя стремление сделать рецептуры наших средств на 100% биоразлагаемыми к 2030 году, заменить токсикологическую оценку продуктов и сырья с тестов на животных альтернативными методами, сократить использование первичного пластика в упаковке и сократить углеродный след по всему жизненному циклу продуктов. Так, к примеру, стратегия «Чистое будущее» в категории бытовой химии (представленной в России средствами для уборки дома, гигиены санузла и мытья посуды), которая была анонсирована в сентябре 2020 года, направлена на переосмысление будущего уборки – в части способа создания, производства и упаковки чистящих средств для дома. Частью стратегии «Чистое будущее» является стремление заменить ингредиенты, полученные из ископаемого топлива, альтернативами из возобновляемых или переработанных источников к 2030 году, а также достичь 100-процентной биоразлагаемости всех средств.

За счет инновационных способов разработки бытовых средств мы можем положить конец зависимости от ископаемых видов топлива в индустрии, в том числе используемых в качестве сырья для продукции. Мы стремимся перестать использовать сырье из невозобновляемых источников, когда на земле и над ее поверхностью есть его альтернативные источники, и научиться использовать их в промышленных масштабах.

В России и Беларуси мы продолжаем реализовывать стратегию «Чистое будущее», поскольку верим, что это позволяет приносить пользу людям, планете и нашему бизнесу, сохраняя и усиливая **превосходное качество, доступность и экологичность** наших продуктов.

Ее реализации отчасти поспособствовала и локализация производства, происходившая с 2019 года. Так, в 2019 году было локализовано производство спреев Cif, в 2020 году – производство спрея Domestos, а в конце 2021 года было локализовано производство блоков для туалета Domestos (ранее все эти товары компания импортировала из ЕС). Локализация коснулась не только производства продуктов, но и производства упаковки и большей части сырьевых компонентов. Таким образом в 2022 году в России были произведены востребованные товары категории: спреи Cif и Domestos, а также туалетные

блоки Domestos, что позволило сохранить доступность продуктов для потребителей и сократило углеродный след на 30% ввиду упрощения логистической цепочки.

В 2022 году Unilever, как и многие другие производители, столкнулась со сложностями доступа к сырью из ряда зарубежных стран. Категория чистящих средств – не исключение. В марте компании удалось найти более экологичную замену сырья, которая позволила сделать рецептуры более натуральными и повысить биоразлагаемость средств. Так, в кремах Cif мы перешли с синтетического небiorазлагаемого загустителя на натуральный биоразлагаемый полимер.

На конец 2022 года биоразлагаемость всех чистящих средств для дома Unilever в России составляет более 98% – это значит, что в процессе использования и смыва они разлагаются на соли и воду, не нанося вреда окружающей среде. И хотя такие продукты с точки зрения регулирования считаются биоразлагаемыми, Unilever все равно обязуется достичь значения 100% биоразлагаемости к 2030 году.

Более того, Unilever учитывает пожелания потребителей использовать более щадящие средства для чистки дома, поэтому в 2022 году был расширен ассортимент бесхлорных гелей Domestos (на основе лимонной кислоты, которые не содержат хлора, фосфатов и прочих агрессивных веществ), которые эффективно очищают и обеспечивают защиту от микробов при обработке поверхностей. Помимо уже существовавшего Domestos Eco «Антиналет» появились два геля «Антиналет и блеск» с ароматом цитруса и магнолии.

Повышение биоразлагаемости в категории косметической продукции

Unilever продолжает планомерно повышать степень биоразлагаемости формул своей косметической продукции. Это означает, что формула распадается в окружающей среде на приемлемые для нее компоненты – углекислый газ и воду – за заданный промежуток времени. Так, например, среднее значение биоразлагаемости средств по уходу за волосами возросла до 91,99% к концу 2022 года, средств по уходу за полостью рта – до 89,63% (2022), средств по уходу за кожей – до 84,96% (2022), средств для очищения кожи рук и тела – до 93,09% (2022).

Это достигается в числе прочего путем увеличения количества компонентов натурального происхождения, которые обладают высокой степенью биоразлагаемости. При этом также уделяется немалое внимание биоразлагаемости синтетических ингредиентов. Их использование в рецептурах косметики производства Unilever позволяет гарантировать физико-химическую и микробиологическую стабильность продукции в течение декларируемого срока годности, снижать потенциал аллергических реакций, обеспечивать приятные ощущения и привлекательный вид косметической массы при использовании.

Ответственная закупка сырья и ответственные поставщики – залог устойчивой цепочки поставок

В 2022 году, как никогда, обострился запрос на устойчивую цепочку поставок во всех смыслах – с точки зрения оптимизации логистики, закупок, расширения списка партнерств и, конечно же, «озеленения» процессов в части производства, логистики и утилизации сырья. Unilever и ранее применяла меры и действия для ответственного взаимодействия со своими партнерами, и сейчас такая работа помогает сохранять эффективность и планомерно «озеленять» цепочку поставок.

С 2017 года Unilever в России и во всем мире придерживается своей политики ответственной закупки – [RSP \(Responsible Sourcing Policy\)](#). Политика содержит обязательные требования, которые необходимо соблюдать всем поставщикам для продолжения сотрудничества с компанией.

Как компания, ориентированная на достижение целей, Unilever стремится к ведению деятельности таким образом, который способствует улучшению жизни сотрудников во всей нашей цепочке создания ценности, улучшению жизни их местных сообществ, а также улучшению их окружающей среды.

Компания Unilever предполагает, что ее бизнес-партнеры придерживаются ценностей и принципов, соответствующих ее собственным ценностям и принципам. [К концу 2022 года 95%](#) российских поставщиков соответствовали требованиям, изложенным в политике RSP, и подтвердили это внешним аудитом. В декабре 2022 года политика RSP была усовершенствована, и теперь Unilever и ее поставщики переходят к [RPP – Responsible Partner Policy](#). Главное ее отличие от RSP заключается в допустимости для поставщиков сохранения и применения собственных политик в области устойчивого развития, если их требования оказываются не ниже тех, что предъявляет Unilever.

К 2023 году создать цепочку поставок, не приводящую к уничтожению лесов

В России для транспортировки всех категорий товаров с производства в точки продаж используются гофрокороба, 93,5% (8947 тонн) из которых состоят из переработанного картона. Такой объем переработанного сырья помогает сохранить 178 945 деревьев. Сырье и упаковка, которые остаются на производстве, пускаются в дальнейший цикл по принципу «ноль отходов на захоронение» – например, в Екатеринбурге передаются на местные рынки для хранения овощей и фруктов, а в других локациях продаются другим компаниям для переработки.

Для этой же цели сокращают количество картонной упаковки товарные бренды Unilever. В 2022 году Rexona отказалась от использования картонной упаковки для антиперспирантов-спреев линейки Clinical. Отказ от картонной упаковки в этой линейке антиперспирантов-аэрозолей позволит сохранять порядка 300 деревьев в год.

Закупать 100% основных категорий сельскохозяйственного сырья у сертифицированных поставщиков

Большинство сельскохозяйственного сырья компания закупает для категории мороженого, и для обеспечения прозрачности и ответственности поставщиков, ключевые виды сырья (такие как какао и пальмовое масло) тщательно отбираются и отслеживаются штаб-квартирой Unilever. Это позволяет не только обеспечить прозрачность отношений с поставщиком, но и гарантировать, что во всех регионах присутствия компании будет использоваться сертифицированное сырье.

Какао-бобы из сертифицированных источников – это важный ингредиент для устойчивых товаров, так как их посев и выращивание не везде ведется фермерами ответственно и качественно.

Из-за большого спроса на какао по всему миру из года в год для плантаций требуются все большие территории – ситуация осложняется и тем, что для выращивания какао-деревьев требуются большие площади (так как между деревьями должна быть значительная дистанция), а для эффективного сбора урожая подходят только экваториальные зоны Земли. Эти факторы могут приводить к вырубке других тропических деревьев под новые какао-плантации и негативно влиять на биоразнообразие на планете.

Из-за больших рисков в области качества сырья, репутации компании и негативного воздействия на экологию планеты шоколад для мороженого Unilever поставляется только компаниями, сертифицированными Rainforest Alliance (RFA). Это программа, в рамках которой фермеры какао-плантаций обеспечивают устойчивые методы ведения сельского хозяйства, снижающие воздействие на окружающую среду, применяют ответственные и инновационные методы ведения сельского хозяйства при выращивании и заботятся о рабочих плантаций.

Rainforest Alliance устанавливает сельскохозяйственный стандарт, который обеспечивает соблюдение защиты окружающей среды и надлежащих методов ведения сельского хозяйства, а также безопасные условия труда и заботится о недопущении использования детского труда. Благодаря сертификату RFA по модели Mass Balance, Unilever знает происхождение 100% своих какао-бобов и может убедиться, что фермы, поставившие их, не способствуют уничтожению других видов деревьев и лесов.

Аналогичная практика предполагается и для добычи и использования **сахара и подсластителей** в продукции Unilever: для глобальной закупки предпочитают поставщики, сертифицированные по методикам выращивания международной **платформы SAI**. В 2022 году Unilever в России закупил порядка 60% сахара из ответственных источников.

Известно, что наибольшее количество антропогенных выбросов парниковых газов приходится на сельскохозяйственный сектор – в общемировом балансе на него приходится порядка 13%, следует из доклада Всемирной метеорологической организации при ООН. Поэтому для Unilever в России, в портфель которой входят бренды мороженого «Инмарко», крайне важно приобретение как можно большего количества сельскохозяйственного сырья (сухого молока и сливочного масла) от ответственных поставщиков. Несмотря на то, что в России довольно мало фермерских хозяйств, деятельность которых является прозрачной с точки зрения ESG, более четверти сырья является сертифицированным и соответствующим принципам устойчивого развития. Это

означает, что поставщики соблюдают Кодекс устойчивого агропользования компании, в том числе раздел 9, касающийся ухода и заботы о крупнорогатом скоте. В частности, поставщики Unilever должны знать и демонстрировать соблюдение национальных юридических обязательств в отношении благополучия животных.

Правила обычно касаются диеты, наличия воды, размещения, профилактики и диагностики заболеваний, достаточного пространства для нормального проживания, создания условий, которые предотвращают психические и физические страдания, а в случае тяжелого заболевания – возможность обращения за адекватной помощью (предпочтительно от ветеринара). Более того, такие поставщики должны поставлять Unilever информацию об объемах выбросов метана в процессе жизнедеятельности скота.

Таким образом компания стимулирует развитие своих поставщиков в области устойчивого развития и при приобретении как можно большего количества сертифицированного молока и масла способствует снижению своего углеродного следа в одной из самых значимых категорий – сельском хозяйстве. В свою очередь, добыча и использование устойчивого пальмового масла становятся реальностью только при отказе от вырубке лесов и его выращиванию на территориях с наименьшим уровнем такого риска.

Пальмовое масло – универсальная культура. Оно применяется для улучшения вспенивания, связывания и стабилизации, являясь ключевым ингредиентом во многих продуктах питания, косметических средствах и бытовой химии. Эта культура дает гораздо больший урожай с гектара, чем другие масличные культуры, такие как подсолнечное, рапсовое или соевое. По этим причинам пальмовое масло в настоящее время является наиболее часто производимым растительным маслом в мире.

Производство пальмового масла приносит деньги, торговлю и рабочие места в страны-производители и дает работу миллионам мелких фермеров. Но быстрое развитие отрасли привело к тому, что в некоторых районах тропические леса вырубаются, чтобы освободить место для новых посадок, что, как и в случае с какао, приводит к изменению климата и утрате биоразнообразия. А расширение плантаций пальмового масла может привести к ряду проблем с правами человека, включая земельные конфликты между плантационными компаниями с местными и коренными общинами.

Как крупный покупатель пальмового масла, Unilever играет роль лидера в преобразовании отрасли к лучшему. Для этого мы активизируем взаимодействие с поставщиками и мелкими землевладельцами, повышая прослеживаемость нашей цепочки поставок. Это удается делать благодаря взаимодействию с международной организацией [Round Table on Sustainable Palm Oil](#) (RSPO), которая способствует развитию устойчивой цепочки поставок пальмового масла. Предприятия, которые производят свою продукцию на основе сертифицированного пальмового масла и его химических производных, адаптируют свои стандарты и операции под требования стандарта RSPO и получают сертификаты по модели Mass Balance. Это позволяет снижать негативное влияние культивирования масличной пальмы на окружающую среду и общество.