

Улучшение здоровья и самочувствия людей, повышение их уверенности в себе

Вторая цель стратегии устойчивого развития Компас реализуется по двум направлениям:

- Качественное питание
- Здоровье и хорошее самочувствие



В рамках первого направления Unilever ставит перед собой цели по трансформации и совершенствованию своего портфеля пищевой продукции и мороженого, в частности:

- Увеличить ежегодный объем продаж растительных альтернатив мясным и молочным продуктам до **1 млрд евро к 2025–2027 годам**
- Удвоить долю продукции с повышенной пищевой ценностью в нашем портфеле к 2025 году
- **70%** нашего портфеля будет соответствовать стандартам питания, основанным на рекомендациях Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), к 2022 году
- **95%** нашего порционного мороженого будет содержать не более 22 г сахара, включая добавленный, к 2025 году
- **95%** нашего порционного мороженого будет содержать не более 250 ккал на порцию к 2025 году
- **85%** нашей пищевой продукции к 2022 году будет иметь состав, позволяющий снизить уровень потребления соли до 5 г в день или менее

Все эти цели являются неотъемлемой частью внутренней политики компании «Высокие стандарты питания» (High Nutrition Standards), которые не только соответствуют требованиям ВОЗ и локальному техническому регулированию, но и строже общепринятых стандартов.

В России портфель пищевой продукции Unilever представлен брендом специй и приправ Кнорр, бизнесом Unilever Food Solutions, выпускающим продукцию для индустрии общественного питания, а также брендами мороженого «Золотой стандарт», «Магнат», Сорнетто, Ekzo, Carte D'Or, Мах, «Лама», «Инмарко», «Русский размах» и другими.

На конец 2022 года в России компания достигла следующего статуса по реализации целей для бренда Кнорр и бизнеса Food Solutions (исходя из объема продаж пищевой продукции):

- **11%** нашего пищевого ассортимента относится к категории продукции, содержащей растительные альтернативы.
- **81%** ассортимента соответствует «Высоким стандартам питания» (цель перевыполнена относительно заявленного срока).
- В **81%** ассортимента уменьшено содержание соли в рецептурах – в расчете **не более 5 г в день**.
- **3%** объема выпускаемой продукции содержат йодированную соль. Цель компании – использовать йодированную соль во всех инновационных продуктах.

На порцию
Менее 250 ккал
 в основном ассортименте
 мороженого
Менее 110 ккал
 во всем детском ассортименте
 мороженого



81%

пищевой продукции имеет состав, позволяющий снизить уровень потребления соли до 5 гр в день или менее

В категории мороженого на конец 2022 года зафиксированы следующие достижения:

- **100%** нашего мороженого детского портфеля (торговая марка Max) содержит менее 110 ккал на порцию и не более 12 г сахаров на порцию.
- **97%** всего ассортимента мороженого Unilever в России содержит не более 250 ккал на порцию и не более 22 г сахара на порцию: исключение составляет только наименование «Золотой стандарт» большой рожок (цель перевыполнена относительно заявленного срока).
- На **100%** ассортимента мороженого Unilever в России информация о пищевой ценности доводится до российских потребителей с помощью расширенной маркировки, а именно указываются калорийность, белки, жиры, углеводы, сахара, насыщенные жирные кислоты, натрий, пищевые волокна. На 100% ассортимента бренда Max нанесена добровольная маркировка пищевой продукции «Светофор» (методические рекомендации от 28.02.2018 МР 2.3.0122-18 «Цветовая индикация на маркировке пищевой продукции в целях информирования потребителей»).
- **Мороженое Ekzo Vegan**, являющееся продуктом, произведенным исключительно на растительной основе, было признано лучшим веганским мороженым России в 2022 году по версии премии **VeganRussian Awards**.



Мороженое Ekzo vegan признано лучшим мороженым, произведенным на растительной основе, в 2022 году по версии премии VeganRussian Awards